

Univerzita Karlova

1. lékařská fakulta

Studijní program: Specializace ve zdravotnictví

Studijní obor: Adiktologie



Podlipný Matyáš

Rizikové používání lootboxů mezi českými hráči videoher

Risky use of lootboxes in Czech video game players

Bakalářská práce

Vedoucí závěrečné práce:

Mgr. Jaroslav Vacek, Ph.D.

Praha

2024

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval samostatně a že jsem řádně uvedl a citoval všechny použité prameny a literaturu. Současně prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s trvalým uložením elektronické verze mé práce v databázi systému meziuniverzitního projektu Theses.cz za účelem soustavné kontroly podobnosti kvalifikačních prací.

V Praze dne 28.4.2024

MATYÁŠ PODLIPNÝ

.....

Podpis

Identifikační záznam:

PODLIPNÝ, Matyáš. *Rizikové používání lootboxů mezi českými hráči videoher. [Risky use of lootboxes in Czech video game players]*. Praha, 2024. 53 s., 1 příl., 3 tabulky. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, 1. lékařská fakulta, Klinika / Ústav 1. LF UK 2024. Vedoucí závěrečné práce: Vacek, Jaroslav.

Poděkování:

Tímto bych chtěl poděkovat mému vedoucímu práce Mgr. Jaroslavu Vackovi, Ph.D. který mi byl akademickým majákem uprostřed rozbouřeného moře dat a informací. Moc si vážím jeho přístupu k lidem a také jeho znalostí. Mé další velké poděkování putuje za Domyšem, která byla mojí múzou a stabilním pilířem v tak nestabilních chvílích. Slova nemohou vyjádřit moji vděčnost za tebe. V neposlední řadě děkuji mým přátelům a rodině, kteří mě stále podporují nehledě na bitvy, v kterých zrovna bojuji.

Abstrakt

Východiska: Ve videohrách se objevuje prvek jménem lootbox, který se jeví jako atribut se závislostním potenciálem vzhledem ke gamblingu. Jde tedy o formu prvku v rámci videoher, které hráčům nabízejí náhodné digitální odměny. Tento aspekt se ve hrách objevuje už delší dobu a země jako Belgie či Nizozemsko legislativně zareagovalo na tento fakt a dostupnost některých typů lootboxů upravily. Lootboxy jako jev není dostatečně prozkoumán a zmapován v kontextu České republiky.

Formulace cíle: Práce si dává za cíl, zmapovat obecné a rizikové používání lootboxů skrze dotazník s využitím Risky Lootbox Indexu u českých hráčů videoher. Klade si otázky, jak se chovají čeští hráči videoher ve vztahu k lootboxům a v jakém rozsahu se toto rizikové používání objevuje. Dále se věnuje rozdílům v tomto používání a zda sami hráči vnímají toto používání lootboxů jako formu gamblingu.

Metody: Celý koncept je pojat kvantitativní metodou ve formě online dotazníku, za využití nástroje Risky Lootbox Index. Dotazník celkem vyplnilo 292 respondentů s přílehlými odpověďmi s věkovým rozpětím mezi 15 až 40 lety. Ve výzkumném souboru převažují muži a je tvořen českými hráči videoher. V dotazníku jsou selektováni podle dalších kritérií jako jsou zkušenosti s lootboxy. Sběr dat probíhal na základě příležitostného výběru a metodou sněhové koule. Data byla analyzována a interpretována skrze programy jako Excel a Jamovi, za pomoci statistických metod jako popisné statistiky, T-testu, korelace a analýzou rozptylu.

Výsledky: Z výzkumného souboru vyplývá, že rozšíření lootboxů mezi hrami i hráči je vysoké a s tím korespondují i odpovědi v dotazníku. Zkušenost s lootboxy má 240 respondentů (82 %) z 292. Část respondentů utrácí za lootboxy nemalé peníze. Průměrná hodnota těchto částek se pohybuje okolo 500,-, nejvyšší utracenou částkou bylo 10 000,-. Na lootboxech se dá také vydělat, avšak je tu značný nepoměr, kdy výdělek za 1 rok byl 100 005,- oproti útratě za 30 dní, která byla 64 000,-. RLI dotazník ukázal, jak skórují čeští hráči videoher vzhledem k rizikovosti lootboxů s průměrným skórem 22,35 bodů. Velká část respondentů skórovala v normě, která vychází z intervalového rozložení na základě výpočtu směrodatné odchylky a průměrného RLI skóru. Nicméně část respondentů byla nad normu a rozhodně si zaslouží naši pozornost pro případnou intervenci. Citelnější vztahy, kde je vidět statistická souvislost ($p < 0,05$) je u RLI skórování a útraty za lootboxy s mírnou pozitivní korelací ($r=0,14$), nebo u dosaženého vzdělání otce a RLI skórem. U vzdělání matky a RLI skórem, útratou mezi ženami a muži se tyto vztahy nejeví jako statisticky významné. Dobrým výsledkem je, že velká část hráčů má ponětí o lootboxech jako o něčem potencionálně rizikovém a souhlasí s analogií k hazardnímu hraní.

Závěr: Práce poukazuje na rizikové používání lootboxů a na obecný popis tohoto jevu. Hráči rozhodně mají zkušenosti s lootboxy ve všech možných videohrách. Dotazník RLI ukázal, že rizikovější uživatelé se nacházejí i v České republice. Herní populace má relativní náhled na pravděpodobnou analogii s hazardním hraním a uvědomuje si to. Práce může být impulsem pro vytváření dalších prací na podobné téma, či důkladnějším prozkoumáním dotazníku RLI v praxi a ověření tohoto nástroje.

Klíčová slova: Lootbox – gambling – rizikové užívání

Abstract

Background: There is an element called lootbox in videogames that appears to be an attribute with addictive potential with respect to gambling. It is a form of element within video games that offer players random digital rewards. This aspect has been present in games for a long time, and countries such as Belgium and the Netherlands have reacted to this by law to regulate the availability of certain types of lootbox. Lootboxes as a phenomenon are not sufficiently explored and mapped in the context of the Czech Republic.

Aim: The aim of this thesis is to map the general and risky use of lootboxes through a questionnaire using the Risky Lootbox Index among Czech video game players. It asks how Czech video game players behave in relation to lootboxes and to what extent this risky use occurs. It also looks at differences in this use and whether gamers themselves perceive this use of lootboxes as a form of gambling.

Methods: Quantitative in the form of an online questionnaire, using the Risky Lootbox Index tool. Where 292 respondents completed the questionnaire with an age range between 15 and 40 years. The research population is predominantly male and consists of Czech video game players. In the questionnaire they are selected according to other criteria such as experience with lootboxes. Data collection was based on convenient sampling and snowball sampling method. Data was analyzed and interpreted through programs such as Excel and Jamovi, using statistical methods such as descriptive statistics, T-test, correlation and analysis of variance.

Results: The research shows that the distribution of lootboxes among players is high. 240 respondents (82 %) out of 292 have experience with lootboxes. Some of the respondents spend a lot of money on lootboxes. The average value is around 500,-, the highest amount spent was 10 000,-. There is option to made money from lootboxes, but there is a significant disparity, with earnings in 1 year being 100,005, - compared to spending in 30 days, which was 64,000, -. The RLI showed how Czech players scored with an average score of 22.35 points. A large proportion of respondents scored within the norm, which is based on the calculation of the standard deviation and the average RLI score. However, a portion of the respondents were above the norm and definitely deserve our attention for possible intervention. Relationships where a statistical association ($p < 0.05$) is seen is for RLI scoring and lootbox spending with a slight positive correlation ($r=0.14$), or for father's educational attainment and RLI score. These relationships do not appear to be statistically significant for mother's education and RLI score, female-to-male spending. A good result is that a large proportion of gamblers have an understanding of lootboxes as something potentially risky and agree with the analogy to gambling.

Conclusion: The paper highlights the risky use of lootboxes and a general description of this phenomenon. Players definitely have experience with lootboxes in all kinds of video games. The RLI showed that riskier users are also found in the Czech Republic. The gaming population has a relative view of the likely analogy with gambling and is aware of it. This work can be an impetus for generating further work on a similar topic, or for examining the RLI questionnaire more thoroughly in practice and validating the instrument.

Keywords: Lootbox – gambling – risky use

Obsah

Úvod	1
Teoretická část	2
1 Patologické hráčství.....	2
1.1 Prevalence hazardního hraní v ČR.....	2
2 Lootbox	4
2.1 Obecné předpoklady Lootboxu.....	4
2.2 Druhy Lootboxů.....	5
2.3 Charakteristiky lootboxů.....	6
2.3.1 Bod nákupu	6
2.3.2 Proces vytažení	7
2.3.3 Obsah lootboxu	7
2.3.4 Audiovizuální prezentace	8
2.3.5 Neplacené zapojení	9
2.3.6 Sociální aspekt	10
2.4 Lootboxy a gambling	11
2.5 Rozšíření Lootboxů.....	14
3 Legislativa.....	16
3.1 Právo České republiky a Lootboxy.....	17
3.2 Nizozemsko	17
3.3 Belgie	18
3.4 Evropská Unie.....	19
Praktická část	20
4 Použité metody	20
4.1 Cíl a výzkumné otázky	20
4.2 Výzkumný soubor	20
4.3 Metody tvorby dat.....	20
4.4 Metody sběru dat	21
4.5 Metoda analýzy dat.....	21
4.6 Etické hledisko výzkumu.....	22
5 Zpracování dat a interpretace výsledků	23

5.1	Popis výzkumného souboru	23
5.2	Odpovědi na výzkumné otázky.....	24
6	Diskuze.....	35
7	Závěr	38
	Seznam literatury.....	39
	Seznam tabulek a grafů.....	44
	Seznam příloh.....	44

Úvod

Videohry se stávají dostupnější širší populaci a už nejsou výhradou za interesovaným jedincům. Tento fakt dělá z videoher objekt zájmu i dobrý zdroj peněz a vývojáři se snaží udržet co nejvíce hráčů u videoher. Proto se videohry stávají kreativnější, rozmanitější a zajímavější. Za některé z těchto aspektů se platí penězi nebo naším časem a pozorností. Jednou z praktik, která se začala objevovat a dokáže udržet hráče u videoher, je překvapivá odměna s nějakým náhodným ziskem s potenciálem operantního podmiňování. V odborné literatuře se pro tuto praxi ve videohrách ujal název Lootbox, což vzešlo z mainstreamového vyjadřování mezi hráči. Tato práce si klade za cíl zmapovat používání lootboxů u českých hráčů videoher a poukázat na toto téma v českém kontextu.

Obsáhlé rozdělení a fungování lootboxů, které jsem se stručně snažil vymezit v teoretické části, je neustále doplňováno novými zjištěními. Lootbox je často analogicky přirovnávám k hazardnímu hraní, ale také to může být samostatná jednotka, která bude úplně něčím novým a jiným ze závislostního hlediska. K tomu všemu se přidává rychle se rozvíjící videoherní průmysl, který začíná generovat velké množství peněz a naše nedostatečná reakce v podobě legislativy, ohledně tohoto prvku ve videohrách.

Praktická část se věnuje kvantitativní metodě s využitím dotazníku Risky Lootbox Index. Zároveň se snaží poukázat na velmi obecné úskalí, které přináší takovýto nový nástroj jako jsou lootboxy, ať v rozšíření nebo rizikovém používání. Ukazuje výdělky, ale i útraty hráčů a jejich náhled na tuto problematiku.

Osobně jsem si téma vybral hlavně fascinací, jak rychle nám dokáže virtuální svět unikat. V těchto světech lidé také tráví svůj čas, a i tam se mohou vyskytovat závislosti a faktory, které můžeme snadno přehlížet. Je jen otázkou, jak moc nás takové vlivy pak dokáží formovat do toho světa reálného či virtuálního. Chci nabídnout komplexnější představu, kam bude možná vést jedna ze slepých uliček života.

Teoretická část

1 PATOLOGICKÉ HRÁČSTVÍ

Na patologické hráčství se dá nahlížet z více úhlů. Jeden z nich je pohled sociálních věd jako oblast sociální deviace neboli sociální patologie. Jiným pohledem je model závislosti na psychoaktivních substancích. Tento pohled nám nabízí a posouvá patologické hráčství mezi takzvané novodobé nelátkové závislosti jako formu závislosti na procesech. Jedná se o dlouhotrvající progresivní neschopnost čelit impulzům k hazardnímu hraní, kvůli kterému je narušen bio-psycho-socio-spirituální model člověka. V mezinárodní klasifikaci nemocí (MKN-10) je patologické hráčství jako diagnóza F63.0 a je řazena do skupiny návykových a impulzivních poruch (Davidová, 2020). MKN – 11 už zařazuje Patologické hráčství do kategorie behaviorální závislosti podobně jako DSM5. Patologické hráčství je indikováno pěti či více jevy jako maladaptivní chování. Mezi tyto jevy patří:

1. Nadměrná zaujatost hraním
2. Zvyšování sázek za účelem zvýšení vzrušení ze hry
3. Opakovaná snaha o eliminaci až zastavení hazardního hraní
4. Neklid a podráždění, které má výrazný vliv na pokračování v hazardním hraní
5. Hráčství za účelem odstranění negativních emocionálních pocitů nebo snaha o „únik od běžné reality“
6. Snaha o získání finančních ztrát zpět
7. Páchání trestně činnosti za účelem získávání peněz na hazardní hraní
8. Narušení blízkých vztahových vazeb v rodině, ztráta zaměstnání

Jako diagnostická kategorie se patologické hráčství vyskytuje od roku 1980 v manuálu Americké psychiatrické asociace. Nynější hlavní klasifikační systémy nemocí, jako je MKN -10 a DSM IV, definují patologické hráčství jako poruchu kontroly impulzů. V aktuálním manuálu DSM – 5 navazuje nová kategorie pro patologické hráčství, které se více podobá závislostem na psychoaktivních látkách (Davidová, 2020).

1.1 Prevalence hazardního hraní v ČR

Dostupnost hazardního hraní se v České republice snížilo oproti předchozím rokům, díky přijetí právní úpravy, kterou schválila v roce 2020 vláda. Pokles byl také zaznamenán v letech 2020 a 2021 v souvislosti s pandemií COVID – 19. Povolení k provozování hazardních her v ČR k 1.1.2023 mělo 52 společností z toho 3 z nich měly jiné sídlo než v tuzemsku. Online technické hry, to jsou takové, jež jsou přímo obsluhované hráčem, povolení k provozu mělo celkem 18 společností na začátku roku 2023. Online hry z pohledu rizikovitosti představují vyšší riziko vzniku a rozvoje problémového hraní oproti kamennému prostředí provozoven. Důvodem je možnost hrát více her najednou, jsou stále dostupné a slosování probíhá s vysokou frekvencí. Prohry hráčů v roce 2022 činily v České republice

celkem 53,8 mld. Kč, a to je více o 14,4 mld. Kč než v roce 2021 (Chomynová et al., 2023.). Naproti tomu celkové příjmy České republiky za rok 2022 činily 1 624,4 mld. Kč (Nejvyšší kontrolní úřad, 2023.) Nejvyšší podíl příjmů připadá na technické hry v kamenném prostředí, které utržily 16,7 mld. Kč. Druhým nejvyšším podílem na trhu byly technické hry online s 13,2 mld. Kč (Chomynová et al., 2023.).

Výsledky ohledně zkušeností s hazardním hraním v obecné populaci jsou v České republice každoročně k dostání ve dvou šetřeních, a to Prevalence užívání drog v populaci ČR a Výzkum názorů a postojů občanů k problematice zdravotnictví a zdravého způsobu života. Národní monitorovací středisko provozuje ve čtyřletých intervalech celopopulační studii Národní výzkum užívání návykových látek. Tento výzkum je prováděn na náhodně vybraném reprezentativním vzorku dospělé populace ČR. Ve výzkumu je využit soubor otázek, který mimo jiné sleduje hraní hazardních her v land-based provozovnách tak i na internetu. Poslední šetření proběhlo v roce 2020 a ukázalo, že v posledním roce hrálo nějakou hazardní hru 21,2 % respondentů z 3 543 osob. Z toho bylo 26,5 % mužů a 16,1 % žen. Ve věkové kategorii 25 -34let byla nejvyšší prevalence hraní a klesala s věkem respondentů. V posledních 12 měsících bylo mezi hráči, kteří mají zkušenosti s hazardními hrami, v riziku ke vzniku problémového hraní 11,5 % z toho 6 % ve vysokém riziku. Ve věkové skupině 15–24 let byl nejvyšší podíl hráčů ve vysokém riziku (Chomynová et al., 2023.).

Vzorce a prevalenci mapuje u dospívajících Evropská školní studie o alkoholu a jiných drogách (ESPAD). Ta se vyskytuje ve čtyřletých intervalech a obsahuje otázky na hazardní hraní. Poslední studie byla realizována mezi 16letými studenty v roce 2019. Do té české odnože se zapojilo 2778 respondentů. Celkem 10,5 % respondentů uvedlo v úvodní otázce, která reflektuje, co sami studenti vnímají jako hazardní hru, že v posledních 12 měsících si zahráli. Většina studentů nepovažuje za hazardní hry karty, kostky a loterie. Podle škály Lie/bet se 2,3 % ve věku 16 let nacházelo v rozvoji problémového hraní a ve vysokém riziku to bylo 0,5 % respondentů (Chomynová et al., 2023.).

2 LOOTBOX

Název Lootbox je hovorový termín pro popsání prvku u softwaru, který se typicky nachází u videoher. (L. Xiao et al., 2021). Často je Lootbox prezentován jako bedna různých variant například „Boxes“, „chests“, „packs“. Přestože termín Lootbox patří do herního žargonu a je používán pro technické označení, dokázal se termín uchytit v mainstreamové debatě (Nielsen & Grabarczyk, 2019). Dle Nielsen a Grabarczyk (2019) je dobré používat neutrálnější technický pojem, a to Random Reward Mechanism zkráceně RRM. Vzhledem k tomu, že vztah mezi náhodným mechanismem ve hrách a jinými lépe studovanými fenomény jako jsou hazardní hry není tento pojem ustálen. RRM je poměrně běžné ve hrách a předtím, než se začal používat pojem lootbox, referovalo se o RRM jako o *loot* neboli kořist. Známým příkladem tohoto mechanismu jsou hry jako Diablo nebo Borderlands, kde zabitím určitého nepřítele, se tímto splňuje určitá podmínka a ta poté spouští náhodný postup, který hráči udělí nový objekt neboli odměnu. Jedním z důvodů popularity RRM v raných časech videoher bylo, že poskytly vývojářům levný způsob, jak do hry přivést rozmanitost, novost a znovu hratelnost, protože hráč mohl být neustále překvapován objekty, které objevil při svém průchodu hrou.

2.1 Obecné předpoklady Lootboxu

Náhodný prvek v RRM nemusí být úplně náhodný, ale spíše omezený nebo specificky navržený. Odměny se mohou hráči jevit jako náhodné, ale nemusí být vždy závislé na algoritmu, který je vybírá. Mnoho novějších implementací RRM vyzdvihuje pocit náhodnosti použitím typických výjevů jako je točení kola, třepání herních kostek nebo míchání karet. Takovýto jev se začal objevovat kolem roku 2006–2007 u her jako UEFA Champions League 2006–2007 a Team Fortress 2 Mann – Conomy Update. Klíčový rozdíl mezi dřívější RRM a novější je, že starší verze oslavovaly odměnu, kterou hráč získal. Novější implementace oslavují samotný akt náhodného výběru tím, že ho konkrétně zhmotňují. Důležitost tohoto aspektu lze spatřit v tom, že samotný akt otevírání krabic, balíčku karet nebo otáčení kola, je přeměněn na formu zábavy, jelikož hráči tento akt živě vysílají pro publikum. Popularita RRM se nejlépe ukazuje na zakomponování do předělávek starších her, které tyto systémy neobsahovaly. Jedná se o hry jako Call of Duty 4 a její předělávka nebo hra pro jednoho hráče, jako je Middle-earth:Shadow of War (Nielsen & Grabarczyk, 2019).

Lootbox jako softwarový prvek poskytuje hráčům náhodnou virtuální odměnu. Hráč musí splnit určité podmínky, aby se mohl zapojit do jeho otevření. Takovými podmínkami mohou být porážení specifického nepřítele ve hře, získání nějakého virtuálního předmětu, zhlédnutí reklamy ve hře nebo nákup za herní měnu, či reálné peníze. Jakmile hráč interaguje s lootboxem, začne se používat náhodný postup s potenciálně různými stupni složitosti, které určí virtuální odměnu, již má hráč možnost obdržet. Tyto odměny, které hráč může získat, mohou být pouze kosmetické položky ve hře, například změna barvy brnění u herní postavy. Zároveň jsou odměny, které mohou zásadně ovlivňovat hru, to je třeba odemknutí dalšího

obsahu či zvýšení síly ve hře. Takovéto odměny se mohou převést nebo prodat jiným hráčům výměnou za reálné peníze. Tento mechanismus obchodu může být ovlivněn videoherní společností, která vyžaduje nakládání s lootboxem pouze ve vnitřních strukturách herní ekonomiky a původním majitelem odměny (L. Xiao et al., 2021). Některé hry s lootboxy mají možnost výběru peněz skrze třetí strany a jejich webové stránky. To jsou takové stránky, které nevedou videoherní společnosti (M. D. Griffiths., 2019).

Schopnost převést virtuální předměty na reálné peníze prostřednictvím neautorizovaných webových stránek třetích stran, vystavuje hráče kriminalitě a nezákonnosti, jako jsou například podvody (L. Y. Xiao, 2022). Akt otevírání lootboxu může být ve hře znázorněn tak, že hráč doslova otevírá bednu obsahující odměnu. Avšak lootbox mechanismus může být vizuálně zobrazen v jiných formách, jako je rozbalování balíčku karet, točení výherního kola či obdržení kapsle z výherního automatu typu Gacha (L. Xiao et al., 2021). Gacha je herní systém, který spoléhá na hráčovo štěstí. Tento termín je původně z japonského Gashapon a odkazuje na různorodé prodejní automaty, které vydávají náhodně cenné a různorodé hračky v kapslích (Prawida & Wahyuningsih, 2023). Bez ohledu na vizuální reprezentaci otevírání lootboxu všechny typy sdílejí strukturální charakteristiky, což je získávání lootboxů za splnění určitých podmínek, poté náhodný postup k určení odměny a poskytnutí odměny samotné (L. Xiao et al., 2021).

2.2 Druhy Lootboxů

Nielsen a Grabarczyk (2019) navrhli rámec pro klasifikaci odlišných implementací lootboxů a ten rozdělili do čtyř kategorií. Ty se zaměřují na to, zda došlo ke splnění určitých podmínek a k tomu, jestli se vyžaduje vynaložení skutečných finančních prostředků k jejich splnění. Zároveň se věnují tomu, jestli je odměna z lootboxů přenositelná na jiné hráče výměnou za legální platidlo a tím pádem mají skutečnou hodnotu ve světě reálných financí.

První kategorií je lootbox s **izolovanými zdroji a izolovanou odměnou**. Nedá se koupit ani prodat. Jako příklad videoher můžeme uvést Horizon Zero Dawn, Diablo 1 a 2. Druhou kategorií je s **izolovanými zdroji, ale s vnořenou odměnou**. Lootbox se nedá koupit, ale virtuální objekty se z něj dají prodat. Příkladem videohry je Diablo 3 s její aukční sítí. Obě tyto kategorie nejsou státně regulované (L. Xiao et al., 2021). Třetí kategorií je s **vnořeným zdrojem, ale virtuálně izolovanou odměnou**. Lootbox stojí reálné peníze, ale odměna z něj se nedá prodat za reálné peníze. Příklady her jsou Overwatch, Star Wars, Battlefield 2, FIFA17 Ultimate team (Nielsen & Grabarczyk, 2019). Tato kategorie je regulována jako gambling v Belgii (L. Xiao et al., 2021). Poslední kategorie je s **vnořeným zdrojem a vnořenou odměnou**. Lootbox stojí reálné peníze a jeho odměna má reálnou hodnotu. Toto platí pro hry jako PUBG, Team Fortress 2, CS:GO (Nielsen & Grabarczyk, 2019). Regulováno v zemích jako je Belgie, Nizozemí a Spojené Království Anglie (L. Xiao et al., 2021). Autoři tedy navrhují model 2x2 založený na tom, zda zdroje potřebné k získání lootboxu a odměny jsou izolované. Tedy nemají žádný vztah k jiným objektům

v ekonomice. Versus zakořeněné měny. To je mající vztah k jiným objektům, že hodnota může být vyjádřena v jiných měnách. Správnost a logická návaznost toho rozdělení může být předmětem debaty. Izolované měny, ať už použité k nákupu lootboxu nebo k obsahu, se mohou dostat do systémů třetích stran a mimo herních transakcí. Co je důležitější, tento systém nezahrnuje celý racionální základ v podobě úplných prvků v lootboxech, které mohou významně ovlivnit hráčovo chování (Ballou et al., 2020).

Další podrobnější rozdělení nabízí 6 úrovněnou taxonomii. To je klasifikace empirických entit. První krok k vytvoření taxonomie spočívá v měření empirických případů v různých aspektech. Tato taxonomie vznikla na základě testování více než 100 počítačových, mobilních a konzolových her.

Navrhuje se, že náhodný systém odměn lze kategorizovat následovně:

1. Náhodný systém odměn je zakořeněn v reálné ekonomice.
2. Dle toho, jak je spuštěno splnění určitých podmínek pro odměnu.
3. Šance na získání odměny je transparentní.
4. Dle systému, jak jsou odměny vybrány.
5. Dle způsobu, jak je mechanismus náhodné odměny audiovizuálně zastoupen ve hře.
6. Dle druhů odměn, které jsou udělovány.

Nejvýraznější rozdíl byl mezi implementacemi se systémem náhodně odměny v aktivacích skrze zpoplatněnou herní měnou a těmi, kde k monetizaci bylo dosaženo skrze zobrazení reklam. Toto rozdělení se, ale zaměřuje na systém náhodných odměn, který je monetizován (Sato et al., 2020).

2.3 Charakteristiky lootboxů

Nick Ballou a Charles Gbadamosi (2020) identifikovali 32 kategorických rysů u lootbox mechanismů. Tyto mechanismy by mohly ovlivnit hráčovo chování nebo útratu. Mechanismy seskupují do šesti domén. Jsou mezi nimi **bod nákupu, proces vytažení, obsah, audiovizuální prezentace, neplacené zapojení a sociální aspekt.**

2.3.1 Bod nákupu

Doména pro bod nákupu zahrnuje rysy související s aktem nákupu lootboxů. Tyto rysy jsou často viditelné při návštěvě herního virtuálního obchodu. Velká viditelnost některých těchto funkcí je činí snazším pro regulaci. Zveřejnění pravděpodobností výhry je v Číně státně nařízeno a v zemích jako je Velká Británie a Spojené Státy si je reguluje sám herní průmysl. Rys převod měny obsahuje například koupi reálnými penězi nebo nepřímou koupi skrze virtuální peníze. Dalším rysem je směr koupě. Lootboxy mohou být například koupeny přímo, či jsou koupeny v balíčku nebo v placeném předplatném (Ballou et al., 2020). Když hráči jenom kupují lootboxy nepřímou, nemusí mít zájem ani o samotný akt

otevírání či odměny z lootboxů (Zendle et al., 2019). Dostupnost lootboxů na platformě je dalším rysem. To buď jen a přímo ve hře, nebo mimo hru. Předposledním rysem v doméně pro bod nákupu je zveřejnění pravděpodobností na odměnu. Jako poslední rys jsou uvedeny limitované slevy. Ty mohou být časově omezené, omezené kvantitou, nebo bez slev (Ballou et al., 2020). Limitované slevy můžou vést jak k motivaci nákupů, tak také vést k posouzení možnosti budoucího nákupu, který by mohl být ztrátový (Heidhues & Koszegi, 2004).

2.3.2 Proces vytažení

Druhou doménou je proces vytažení. Ten odkazuje na rysy spojené s náhodným postupem neboli systémem, který nakonec určí, jaké předměty hráč obdrží. Rysy v této doméně jsou nejvíce provázané s hráčovým vnímáním hodnoty peněz, stejně jako s maximální částkou, kterou může každý hráč staticky utratit. V této doméně jsou tři klíčové a vzájemně provázané rysy: nabídka předmětů, manipulace s duplikáty a manipulace s nežádoucími cíli. Tyto tři rysy určují do značné míry, jak moc velkou kontrolu má hráč při interakci s lootboxy, aby získal konkrétní předměty, které chce a vyhnul se jiným, které nechce. Manipulace s duplikáty a umožnění hráčům konvertovat tento obsah zaručuje, že hráč něco pokaždé získá, i když odměna má nižší hodnotu než cena za otevření lootboxů (Ballou et al., 2020). Toto může vést k častějšímu utrácení, jako v případě hazardních služeb, kde jsou prohry maskovány jako výhry (Leino et al., 2016). Zajímavým rysem v této doméně je také Batch Pulls neboli skupinový výběr. Tento rys umožňuje hráčům otevřít více lootboxů najednou. Ve výjimečných případech je tento rys podporován. Například v některých videoherních událostech jako Dragon Ball Z: Dokkan bylo možné provést deset a více simultánních výběrů, což zaručovalo odměnu alespoň jedné super vzácné postavy. Tohle by neplatilo, když by hráč učinil deset samostatných výběrů. Batch pulls mohou podporovat utrácení ve větším rozsahu a rychlejším tempu (Ballou et al., 2020). Poskytování více souběžných odměn v hazardních hrách jako je u víceřádkového automatu, může nabízet pohlcující zážitky s vyšší mírou sázek (Murch & Clark, 2019). Do této domény lze zařadit dalších šest rysů (Ballou et al., 2020).

2.3.3 Obsah lootboxu

Třetí doména je obsahová. Ta se týká kvality předmětů, které hráč získá z lootboxů. Zatímco doména procesu vytažení popisuje rysy algoritmů, které distribuují odměny hráčům či je někdy přeměňují na jiné odměny, rysy obsahové domény se vztahují k herním systémům, které určují vnímanou hodnotu předmětů. To zahrnuje systém vzácností, který řídí rozsah možných výsledků a je mu věnovaná velká pozornost. Doména obsahu má celkem deset rysů. Jedním z těchto rysů jsou sezónní předměty. Je to jednoduchý rys popisující, zda lootboxy obsahují časově omezené předměty. Na rozdíl od limitovaných slev, které popisují slevy na samotné lootboxy, rys sezónních předmětů se týká položek, které jsou dostupné v lootboxech pouze po omezenou dobu (Ballou et al., 2020). Když jsou přítomny sezónní předměty, jejich vzácnost a propásknutí příležitosti může motivovat k jejich nákupu (Hamari a Lehdonvirta., 2010). Další rys v této doméně je vztah mezi vzácností

a silou předmětů. Tento rys popisuje, do jaké míry lze spolehlivě očekávat vzácnější obsah lootboxů a jeho sílu v herním světě. V některých hrách je mezi silou a vzácností velmi těsný vztah. Například vzácnější šesti hvězdičková postava Seymoura ve hře Final Fantasy Brave Exvius je bezesporu silnější než běžnější čtyř hvězdičková postava Seymoura. V ostatních hrách tento vztah může být volnější či úplně bez vztahu (Ballou et al., 2020). Kde je vzácnost spojená se silou či mocí ve hře, tam existuje větší výhoda pro hráče, který více investuje a je více motivován utratit za získání předmětů (Hamari a Lehdonvirta., 2010). Dalším rysem může být mechanický efekt. Tento rys se věnuje tomu, zda obsah lootboxu nějakým způsobem ovlivňuje mechanicky hratelnost videohry. Jsou tři varianty tohoto rysu. Prvním z nich je ten, který nějak ovlivňuje hratelnost. Druhým je, pokud předměty nemají žádný vliv na herní mechanismy jejich vstup je pouze estetický a audiovizuální je lootbox popsán jako neovlivňující mechanickou hratelnost videohry, vliv je kosmetický. Třetí variantou je smíšený mechanický efekt, z nichž pouze některé lootboxy mají tento vliv. Tam, kde obsah nějakým způsobem ovlivňuje hratelnost, je příležitost pro model z anglického jazyka pay to win neboli zapláceno za výhru. Jako další rys v obsahové doméně můžeme uvést kompletování setu. Tento rys popisuje, kdy se obsah v kompletních setech stává hodnotnějším. Tento systém uděluje hráčům, po dokončení určitého setu, unikátní vylepšení stávajících předmětů (Ballou et al., 2020). Rys pro zkompletování sady může motivovat hráče na základě uspokojení ze získání celé sbírky. Zároveň systém může využívat zdání lineárního postupu, navzdory tomu, že šance na získání kompletního setu s každým dalším předmětem klesá (Koeder & Tanaka, 2017).

2.3.4 Audiovizuální prezentace

Audiovizuální doména se skládá ze dvou rysů týkajících se prezentace lootboxů to znamená i animací při procesu otevírání lootboxů. Oba konkrétně hodnotí způsoby, jakým lootboxy mohou využívat metafory a mechanismy, které se vyskytují v tradičních nevirtuálních hrách. První z nich je z angličtiny Near misses což by se dalo přeložit jako skoro trefa. Hra vizuálně zobrazuje hráčům předměty, které mohli potenciálně obdržet jako důsledek tažení, ale ve skutečnosti je neobdrželi. Ve hrách jako je Marvel Contest of champions při otevření krystalu se zobrazí otáčející se horizontální kolo postav s různou vzácností. Kolo se nakonec zastaví na získané postavě a zároveň zobrazí téměř obdržené postavy vlevo a vpravo na obrazovce (Ballou et al., 2020). Ukazuje se, že tento rys v oblasti hazardního hraní, je spojen s vyšším setrváním u hry a motivací hrát. Ovlivňuje aktivitu mozku v regionech jako ventrální striatum a anteriální insula. Tyto struktury jsou zapojeny do systému odměn a prožívání emocí. Tento efekt může být spojen s problémovým hazardním hraním (Chase & Clark, 2010). Takový to jev je zvlášť problematický vzhledem k tomu, že základní algoritmus v mnoha lootboxech je netransparentní. Není úplně jasné, jestli Near misses představují skutečnost či v některých případech se nejedná o záměrnou manipulaci ze strany vývojářů (Ballou et al., 2020). S tímto rysem je úzce spojen další v této doméně, a to je audiovizuální podobnost s hazardními hry. Tento rys popisuje, zda jsou lootboxy prezentovány formou, která připomíná tradiční formu hazardní hry. Videohry

mohou využívat běžné metafory hazardních her, jako je například kolo rulety. Toto může mít za následek vyvolávání stávajících asociací s kasinovými hrami nebo seznamování hráčů v průběhu času s hazardními hrami (Ballou et al., 2020). Tato podobnost s tradičním hazardem může vyvolat mozkové signály podobně jako mají existující problémoví hráči hazardních her (Starcke et al., 2018).

2.3.5 Neplacené zapojení

Jako pátou doménu označujeme unpaid engagement v překladu neplacené zapojení. Tato doména popisuje způsoby, jakými mohou tvůrci her povzbudit nebo nutit hráče k interakcím se systémem lootboxů. Toho se dosahuje skrze poskytováním předmětů podobných lootboxům. Ty hráči získávají zdarma v průběhu hry, v některých případech s určitými omezeními, jako je omezený inventář. Tato doména má 2 hlavní rysy. Jsou to **upoutávky a vzorky zadarmo**.

První rys se týká toho, jestli hry dávají hráčům lootboxy, které pak vyžadují nějakou formu platby k otevření lootboxu. Velmi známým příkladem upoutávek jsou systémy lootboxu a klíče. Hra poskytuje hráči uzamčené lootboxy s kořistí, k jejichž otevření se vyžaduje nějaké platidlo. Například ve hře Counter – Strike: Global Offensive mohou hráči po dokončení zápasu obdržet uzamčený lootbox se zbraněmi, ten ovšem neposkytuje žádnou odměnu, dokud ji neotevřete pomocí zakoupeného klíče. Jiný systém zahrnuje hry, které dávají hráčům uzamčené lootboxy s časovačem. Ten určuje dobu, kdy se lootbox otevře, čas lze volitelně urychlit zaplacením. Tento typ je kombinován s omezeným inventářem a v důsledku toho se hráči musí rozhodnout, zda za otevření zaplatí nebo počkají dostatečně dlouho dobu. Hráč musí uvážít, jestli zaplatí nebo počká až uplyne doba na časovači, tím ale ztratí místo v inventáři na další lootboxy. Toto může vyvolat strach ze ztrát a vyprovokovat utrácení peněz. Upoutávky mohou být chápány taky v kontextu endowment effect (Ballou et al., 2020). Jedná se o psychologický efekt, kdy máme tendenci si vážit více značky nebo objektu, který již vlastníme. Tento efekt je silnější, když je historie předmětu zajímavá nebo pro nás má osobní význam. Zároveň se to nemusí nutně týkat přímo nás osobně (Madigan, 2016).

Další rys v doméně jsou vzorky zadarmo. Některé hry poskytují hráčům zdarma totožné lootboxy jako ty, které lze zakoupit. Například hráči hry Overwatch obdrží lootbox při každém zvýšení úrovně, přičemž se jedná o stejné a se stejným obsahem jako v případě těch, které se dají koupit. V jiných případech mohou hráči obdržet analogické lootboxy. Mají vlastní název, míru padání předmětů neboli šance na získání náhodného předmětu. Poslední jsou hry, které poskytují prostřednictvím hraní bezplatnou prémiovou měnu, kterou lze volitelně utratit za lootboxy. Vzorky zdarma, zejména shodné a analogické, mohou působit podobně jako cvičné stránky hazardních her (Ballou et al., 2020). Společnosti s internetovým hazardem nabízejí cvičné stránky, kde se mohou jednotlivci zapojit do hazardních her bez

sázení skutečných peněz a bez omezení věku. Tyto tréninkové stránky zasílají hráčům zprávy a podněcují je k hraní o peníze (McBride & Derevensky, 2009).

2.3.6 Sociální aspekt

Poslední doménou je sociální aspekt. Ta popisuje čtyři rysy související s tím, zda otevření lootboxů může ovlivnit nebo být ovlivněno ostatními hráči. V případě rysu obchodovatelného obsahu, zapojení ostatních hráčů účinně vytvoří tržní ekonomiku, v níž hráči mohou vyjednávat o hodnotě svých lootboxů nebo virtuálního zboží za mimo herní reálnou měnu. To znamená, že mohou vyplatit svou výhru skrze takzvaný cash out. Někdy dokonce navzdory jasným zákazům ze strany vývojářů, které omezují otevřenou ekonomiku. Přítomnost obchodovatelného obsahu již byla použita k rozlišení legálních a nelegálních forem lootboxů v Belgii a Nizozemsku.

Rys obchodovatelného obsahu vzbudil pozornost regulačních orgánů, protože souvisí s možností hráčů zpeněžit obsah lootboxů. Toto vyžaduje, aby hra měla otevřenou ekonomiku, která je zde definována jako herní ekonomika, v níž mohou hráči obchodovat s virtuálními předměty nebo zdroji s ostatními. V takové ekonomice se hráči mohou svobodně dohodnout na hodnotě předmětu nezávisle na hře a vyměnit předmět za měnu podle svého výběru. Hry mohou mít schválenou otevřenou ekonomiku, kde je povoleno prodávat obsah lootboxu za určité zboží nebo měnu mimo hru. Běžným příkladem je hra Counter strike (Ballou et al., 2020). Ceny za nejdražší předměty mohou být až 1.5 milionů dolarů, takový předmět se už nedá prodat na vývojářském trhu, ale musí se využít třetích stran. Mnoho cen předmětů přesahuje až 1000 dolarů (Patterson, 2024). V některých případech, jako u hry Gods Unchained, lze obsah lootboxů prodat za reálnou měnu přímo prostřednictvím jejich tržiště, u tohoto případu za krypto měnu Ethereum.

Hry mohou mít také rozvinutou otevřenou ekonomiku s omezením, ve kterém je obchodování mezi hráči za herní měnu mechanicky možné, ale podmínky o poskytování služeb výslovně zakazují prodej herních předmětů za mimo herní měnu. Toto může být obtížně vymahatelné (Ballou et al., 2020). Takové ekonomické systémy mohou vést k prosperujícím trhům třetích stran (L. Y. Xiao, 2022). Jedním z posledních rysů v sociální doméně je viditelnost, která se týká zobrazování nebo otevření lootboxů ostatním hráčům. U hry Call of duty: WWII mohou hráči otevírat *Supply drops* ve velké mezi hráčské zóně zvané velitelství, přičemž ostatní hráči mohou otevírání sledovat. Viditelnost obsahu může u hráčů vyvolat touhu pochlubit se nebo podnítit závist, když vidí, že ostatní hráči získávají vysoce kvalitní odměnu, a to může podnítit motivaci k utracení.

S šesti doménami a třiceti dvěma jednotlivými rysy, které zahrnují k tomu devadesát tři kategorií. Toto popisuje velmi komplexní jev s mnoha možnými způsoby, jak ovlivnit chování hráčů a v konečném důsledku i jejich pohodu. Složitost zde ještě umocňuje skutečnost, že hry a psychologické účinky, které vyvolávají, jsou systémové. Každý prvek je v interakci se všemi okolními prvky. Tento poslední předložený model do značné míry

zahrnuje a rozšiřuje předchozí pokusy o kategorizaci lootboxů. Ukazuje se, že škála možných návrhů na lootboxy je širší, než se dříve předpokládalo. Tato složitost vytváří výzvy, jak pro regulační orgány, tak i pro spotřebitele (Ballou et al., 2020).

2.4 Lootboxy a gambling

Videoherní průmysl je miliardové odvětví, které neustále roste a vyvíjí se. Herní monetizace se stala více sofistikovanou a objevuje se ve více populárních online hrách. Lootboxy jsou prvkem moderních videoher, o němž se tvrdí, že představuje predátorskou monetizaci (King & Delfabbro, 2018). Jde o příklad takzvané gamblifikace her. Do jaké míry tato funkce představuje hazardní hru, záleží na více faktorech. Právní definice hazardních her se často zaměřuje na tři vlastnosti. Těmi jsou náklady na hru, vyhlídky na výhru a zapojení náhody do výsledků. Lootboxy na první pohled splňují první a třetí kritérium, ale s druhým je to složitější. Všechny lootboxy přinášejí cenu, jenže mnohé ceny jsou za běžné předměty, které hráč již může mít nebo je nechce, a ocenění virtuálních předmětů je často subjektivní. Mnoho videoher umožňuje bezplatný přístup k lootboxům. Hraní her a hazardní hry mají společné psychologické charakteristiky, včetně plánu posilování, které podporují kognitivní zkreslení, jako je nadměrná důvěra a iluze v kontrole (Brooks & Clark, 2019).

Brooks a Clark zkoumali v roce 2019 skrze dva online dotazníky 144 dospělých a 113 vysokoškoláků. Dotazník zahrnoval The internet gaming disorder scale (IGDS) a otázky na hodnocení vjemů a chování k lootboxům. Většina účastníků považovala lootbox za formu gamblingu v první studii v 68,1 % a ve druhé v 86,2 %. Pomocí explorační faktorové analýzy byla podskupina položek zkodenzována do RLI dotazníku neboli Risky Lootbox Index. Tyto dva vzorky dospělých vykazovaly vysokou míru zapojení do funkcí lootboxů. V první studii otevřelo lootbox 88,9 % zúčastněných a ve druhé 94,8 %. Jejich účastníci se s tímto prvkem setkali v široké škále her, které zahrnovaly mnoho žánrů a platform. V první studii vykazoval RLI významné asociace s *The problem gambling severity index* a *the gambling related cognitions scale*. Zjištění byla zreplicována, i když ne s takovou silou. Výsledky ve studiích ukazují, že kromě povrchní podobnosti lootboxů s hazardními hrami, lootboxy a jejich používání souvisí s hazardním přesvědčením a rizikovým hazardním chováním u dospělých hráčů. Vzhledem k tomu, že se jednalo o průřezová data, mohou jejich data naznačovat, že i jedinci s rizikovým přesvědčením a chováním v oblasti hazardních her jsou zranitelnější vůči prvkům lootboxu ve videohrách.

Existují důkazy, že sami spotřebitelé považují nákup lootboxů za formu hazardní hry. Ve Velké Británii studie Královské společnosti pro veřejné zdraví zjistila, že 79 % mladých lidí ve věku 11–24 let si myslí, že lootboxy jsou vysoce návykovou formou hazardní hry. Vznikající důkazní podhoubí prokazuje souvislost mezi nákupem lootboxů a rizikovým

hazardním hraním, přičemž tato zjištění se opakují v čase i prostoru, přestože studie používají různé metodiky (Wardle & Zendle, 2021).

Jiná studie zároveň upozorňuje na nutnost obezřetnosti a tvrdí, že pozorovaný vztah mezi používáním lootboxů a rizikovým hazardním hraním může být vysvětlen na základě záměny. Tato záměna může být zájem o jak hazardní hry, tak o hraní videoher (Gainsbury, 2019). Podobné argumenty lze najít i v rámci studií hazardních her, kdy se předpokládá, že vztah mezi konkrétním typem hazardní hry a rizikovým hráčstvím je ovlivněn širším zájmem a zapojením do hazardních her jako takových a s tím souvisí hypotéza zapojení. (LaPlante et al., 2011). Zapojení do hazardních her je jen jednou z mnoha možných záměn, které mohou vysvětlit souvislost mezi nákupem lootboxů a rizikovým hraním hazardních her.

Mezi další možné rozpaky patří osobností rysy, jako je impulzivita nebo sociodemografický a ekonomický status (Wardle & Zendle, 2021). Impulzivita byla často identifikována jako silně související rys s rizikovým hraním hazardních her (Secades-Villa et al., 2016). Jedna studie naznačila, že impulzivita souvisí, jak s nákupem lootboxů, tak s rizikovým hráčstvím hazardní her. Nebylo však zkoumáno, zda impulzivita vysvětluje souvislosti mezi oběma faktory. Společné rysy sociodemografického nebo ekonomického charakteru kupujících lootboxy a rizikových hráčů hazardních her navíc mohou vysvětlovat i souvislosti mezi zapojením do lootboxů a hraním hazardních her (Wardle & Zendle, 2021). Být mladším mužem, příslušníkem jiné než bílé etnické skupiny a nezaměstnaný, jsou faktory, které jsou běžně spojované s problémovým hráčstvím hazardních her ve Velké Británii (Wardle et al., 2016).

Studie Wardleho a Zendleho z roku 2021 se věnuje zkoumání vztahu mezi nákupem lootboxů a rizikovým hraním hazardních her v rámci online průzkumu mezi mladými lidmi ve věku 16–24 let. Výzkumu se účastnilo 3549 osob v daném věku, kteří žili v Británii. Účastníci byli požádáni o uvedení frekvence hraní hazardních her a typu her. Rizikové hráčství bylo měřeno pomocí Problem Gambling Severity Index neboli PGSI. Další měření se soustředí na videoherní sekci a lootboxy. Impulzivita byla měřena pomocí zkrácené verze Eysenckovy škály impulzivity. Z 3549 lidmi ve věku 16 – 24let, z nichž 42,5 % v posledním roce hrálo hazardní hry a 12,1 % si v posledním roce koupilo lootbox. Oblíbenějšími formami hazardních her, než je nákup lootboxů, byl pouze nákup stíracích losů, u 19,1 % a loterijních lístků u 17,5 % respondentů. Z výsledků vyplývá, že lootboxy častěji zakoupili mladší muži. Průměrné skóre impulzivity osob, které si zakoupily lootbox, bylo výrazně vyšší než u těch, kteří si ho nezakoupily 2,6 skóre při koupeném lootboxu a 2,2 skóre při nezakoupeném lootboxu při $p < 0.001$. Kupující lootboxů také častěji hráli v uplynulém roce jakoukoli formu hazardních her, zároveň utratili za hazardní hry v uplynulém týdnu více peněz. Konkrétně se jednalo o 19,20 liber oproti 5,50 liber. Ti, kteří kupují lootboxy, častěji zažívali rizikové hraní hazardní her než ti, kteří nekupují lootboxy a to v 16,9 % oproti 1,8 %. Ve zkratce, osoby nakupující lootboxy, byly ve vysoké míře zapojeny do jiných forem

hazardních her. V hrubém modelu byla v pravděpodobnost s rizikovým hráčstvím 11,4krát vyšší u těch, kteří si v posledním roce zakoupili lootboxy. Při kontrole věku, pohlaví a etnické příslušnosti se šance zvýšily na 12,0 OR. Přidáním impulzivitu do modelu se šance zmírnila a snížila se na 9,0 OR. V konečném, plně upraveném modelu, kdy byly přidány proměnné týkající se účasti na hazardních hrách, se šance dále oslabily, ale zůstaly přesto významné 4,4 OR.

Různá měřítka zapojení do hazardních her vykazovala podobné výsledky, přičemž šance na rizikové hráčství se mezi těmi, kdo kupovali lootboxy snížila, ale zůstala přesto významná. Analýza ukázala, že kupující s lootboxy byli silně zapojeni do jiných forem hazardních her, přesto vztah mezi nákupem těchto prvků a rizikovým hráčstvím zůstal podstatný a významný, i když se toto širší zapojení do hazardních her staticky zohlednilo. V celkové plně upraveném modelu byla pravděpodobnost rizikového hráčství 4,4krát vyšší u těch, kteří si lootbox zakoupili než u těch, kteří si je nezakoupili. Ve skutečnosti lze tvrdit, že poměr šanci 4,4 vyšší spojený s jejich plně upraveným modelem podhodnocuje sílu souvislostí mezi rizikovým hráčstvím a výdaji za lootboxy. Výzkum naznačuje, že v této oblasti mohou působit dva potenciální kauzální procesy. Je tím efekt přitažlivosti, kdy rizikovní hráči častěji kupují lootboxy a efekt kultivace. Tím je myšleno, že nákup lootboxů vede k rizikovému hraní. Bez ohledu na to, který z těchto modelů platí, rizikové hráčství bude nutně souviset se zapojením do hazardních her a výdaje za lootbox budou nutně souviset s oběma těmito proměnnými. Ukazuje se, že nákupy lootboxů u osob ve věku 16–24 let mají stejně silné spojení s rizikovým hraním, jako některé jiné hazardní hry. Síla tohoto vztahu byla podobná jako v případě hraní online her v kasinech nebo herních automatech, jejichž výskyt mezi mladými lidmi roste. Tato studie ukazuje, že nákup lootboxů je spojen se zvýšenou mírou rizikového hráčství mezi mladými lidmi i po zohlednění vyšší míry konzumace hazardních her. Výsledky studie poukazují, že nákup lootboxů by mohl být potenciálně rizikovější forma hazardní hry, které vyžadují odpovídající regulační pozornost (Wardle & Zendle, 2021).

V dnešní době stále více dochází ke sblížení hazardních her a videoherních aktivit v domácím prostředí. Lootboxy jsou jedním z aspektů této probíhající technologické a kulturní konvergence hazardních her a hraní. Objevují se in-game kasina, bezplatná sociální kasina, kryptohry či sázky spojené se hrou. Lootboxy poskytují dobře definovanou příležitost pochopit, jak tyto prvky interagují s rizikovým hraním a rizikovým hraním hazardních her. Na toto téma proběhl nezávislý systematický přehled literatury pro souvislost mezi třemi koncepty jako jsou lootboxy a rizikové hraní videoher, lootboxy a rizikové hraní hazardní her a v neposlední řadě rizikové hraní hazardní her a rizikové hraní. Prvotní rešerše byla provedena před 28. března 2020. Neanglické články byly vyloučeny. Studií zkoumajících vztah lootboxů a rizikové hraní hazardních her bylo 14 s průřezovým charakterem kromě jednoho longitudinálního průzkumu. Celkem 13 studií prokázalo pozitivní asociaci s mírným efektem vážené hodnoty $r = ,27$. Studií zkoumajících lootboxy

a rizikové hraní videoher bylo 6 a prokázalo větší velikost účinku, ale pouze 57 % studií odhalilo pozitivní asociace s větším efektem vážené hodnoty $r = ,40$. Studiích zkoumajících koncept rizikového hazardního hraní a videoher bylo 20 a stanovilo střední váženou hodnotu s efektem $r = ,21$. Ve všech studiích byly zjištěny velké rozdíly v kohortách. Velikost vzorků se pohybovala od 112 až do 7422, také pocházely z rozdílných fór a skupin účastníků s velkým geografickým rozptylem včetně Evropy, Ameriky a Austrálie. Souvislosti mezi lootboxy a rizikovým hraním hazardní her byly opakovaně zjištěny v různých kohortách, národnostech a věkových skupinách, přičemž se zlepšovaly designy studií včetně otevřených vědeckých studií až po národně reprezentativních kohort. Zatímco asociace mezi Lootboxy a rizikového hraní videoher či rizikové hraní videoher a hazardní her jsou podobného nebo většího rozsahu, výsledky jsou více smíšené. To pravděpodobně odráží větší heterogenitu studijních metod. Výsledky naznačují, že rizikové hraní videoher, hazardních her a vysoká angažovanost lootboxů jsou příbuzná chování, která se skládají ze směsi překrývajících se hnacích sil, cest a možných nebezpečí. Publikace, jež zkoumaly všechna tři chování, zdůrazňují komplexní interakci přímých a nepřímých účinků. Navíc předběžné důkazy spojují tyto asociace s psychickou újmou, i když jde o nepřímé zjištění, které se interpretuje opatrně. Průřezová povaha všech těchto průzkumu znamená, že výsledky jsou čistě korelační a není možné rozlišit mezi různými alternativami. Rizikové hraní hazardní her může být hnací silou zvýšeného nákupu lootboxů. Jiná možnost je, že nákupy lootboxů mohly vést k vyššímu výskytu budoucího problému s hazardními hrami. Možná pravděpodobnější je, že mohou být asociace výsledkem obousměrných vazeb mezi všemi těmito souvisejícími chováními (Spicer et al., 2022).

2.5 Rozšíření Lootboxů

Na problematiku lootboxů se v roce 2023 zaměřilo 20 evropských spotřebitelských organizací ze 17 zemí, z České republiky to byla organizace dTest. V roce 2020 prodej lootboxů generoval celosvětově více než 15miliard amerických dolarů. Spotřebitelské organizace upozornily také například na agresivní marketingové praktiky, neprůhledné algoritmy, zavádějící transparentnost, manipulativní praktiky na děti a dospívající, riziko ohledně ztráty zakoupeného digitálního obsahu a také klamání ohledně nákladů na hry zdarma (Chomynová et al., 2023).

V roce 2019 byl celosvětový roční obrat videoherního průmyslu 83 miliard eur. Obrat toho evropského videoherního průmyslu činil 21 miliard eur v roce 2018, přičemž 54 % obyvatel EU, což je přibližně 240 miliónu lidí hraje videohry. Lootboxy jako prvek se stávají populárnější a zároveň vyvolávají kontroverze mezi některými hráči, ochránci spotřebitelů, tvůrci politik a regulačními orgány. Pokud se za lootboxy platí, jsou přístupné prostřednictvím nákupu ve hrách nebo mikrotransakcemi. Peníze vyměněné skrze tyto mikrotransakce jsou významné. Interactive Software Federation of Europe ve zkratce ISFE odhaduje, že 34 % obratu pochází z nákupu přímo v aplikacích a placených aplikacích, včetně lootboxů. Přesnější údaje o útratách za lootboxy je obtížnější zjistit, ale odhady

Britské komise pro hazardní hry z roku 2019 mezi téměř 3000 dětmi ve věku 11 až 16 let naznačují, že přibližně 23 % z nich zaplatilo peníze za otevření lootboxu. Videoherní průmysl poskytuje hodnocení her, které informuje spotřebitele o doporučení minimálním věku pro hraní videohry, zároveň také poskytuje přehled o určitých obsahových prvcích a dalších vlastnostech hry. Evropský systém hodnocení PEGI neboli Pan European Game Information obsahuje popisky znázorňující určité prvky, které jsou součástí hry a potenciálně nejsou vhodné pro každou skupinu hráčů. Může se jednat o násilí, sexuální obsah nebo hazardní hry. Výklad hazardních her v rámci tohoto systému hodnocení je poměrně úzký. Za hazardní hry jsou považovány hry, kde se vyskytuje skutečný hazard v tradičním smyslu jako je ruleta a hraje se o skutečné peníze, nebo hry, které obsahují simulaci hazardu v rámci herního světa jako může být kasino. Těmto hrám je přiřazen deskriptor obsahu hazardních her. Lootboxy podle výkladu PEGI do této kategorie nespadají. V dubnu roku 2020 PEGI zavedla nové označení, kde je možné přesněji postihnout lootboxy a podobné mechanismy, jde o takzvaný feature notice neboli oznámení o funkci. Toto označení informuje spotřebitele o tom, zda hra obsahuje placené předměty. Tuto terminologii zvolila PEGI na základě posouzení, že výraz lootbox nemusí být pro mnoho spotřebitelů, zejména pro rodiče, dobře srozumitelné. Ačkoli je rozsah označení PEGI a podobných označení poměrně velký, regulační orgány vyjádřily pochybnosti o účinnosti těchto označení (Cerulli-harms et al., 2020).

V roce 2019 přispělo herní odvětví do britské ekonomiky částkou 2,9 miliard liber, což představuje velký nárůst z hodnoty 400 milionů liber v roce 2010. Na konci roku 2019 se předpokládalo, že trh s lootboxy ve Spojeném Království bude mít hodnotu 700 milionů liber. Trh s herním softwarem pro videohry ve Spojeném království se v roce 2019 odhadoval na 3,85 miliardy liber a v roce 2020 měl vzrůst na 4,55 miliardy liber. Tyto údaje sice nejsou vypočteny na stejném základě, ale naznačují, že prodej lootboxů měl v roce 2019 hodnotu přibližně jedné pětiny prodeje softwaru. V září roku 2020 proběhl průzkum s cílem zjistit, jak jsou lootboxy ve videohrách využívány a jaké mají dopady konkrétně ve Spojeném království. Průzkum nasbíral více než 32 000 odpovědí od hráčů a rodičů dětí a mladistvých, kteří hrají videohry. Ačkoli odpovědi na průzkum mezi hráči nebyly reprezentativní pro celou britskou herní populaci, poskytly vhled do perspektivy mnoha hráčů a rodičů dětí, kteří hrají videohry. Na otázky jako hráči videoher odpovědělo 87 % respondentů, 12 % uvedlo, že na otázky odpovídali jako hráči i jako osoby odpovědné za dítě nebo mladého člověka, který hraje videohry. Méně než 1 % respondentů uvedlo, že odpovídali pouze jako osoba odpovědná za dítě nebo mladého člověka, který hraje videohry, nikoli jako hráč video her. 98 % hráčů uvedla, že otevřeli někdy lootbox. Za virtuální měnu, která byla koupena za reálné peníze, si koupila lootbox 72 % respondentů a 63 % si přímo koupila lootbox za reálné peníze. Více než polovina respondentů uvedla, že za jeden nákup lootboxů obvykle utratí méně než 10 liber, což uvedlo 61 % respondentů. Na otázku týkající se pozitivních zkušeností s lootboxy odpovědělo 62 % dospělých respondentů ve věku 16+, že jde o zkušenosti jako získání vzácného předmětu, získání odměn, které zlepšují herní

podmínky nebo zvýšení herního zážitku. Negativní zkušenost s lootboxy uvedlo 63 % dospělých respondentů. Negativní zkušenosti sahaly od obecné nespokojenosti až po tvrzení, že lootboxy způsobují nebo přispívají k finanční újmě nebo újmě na duševním zdraví. Průzkum společnosti Ipsos Mori, který si objednalo Industry trade association zjistil, že 7 % hráčů videoher zaplatilo za lootbox v průběhu 12 měsíců do prosince 2020 a že celkových 10 % měsíčních výdajů hráčů videoher se týkalo placení za lootboxy. Rozšířenost lootboxů ve videohrách se může na různých platformách lišit, například v britských obchodech s aplikacemi pro mobilní hry Apple i Google obsahovaly lootboxy více než polovina ze 100 nejprodávanějších her (*Government Response to the Call for Evidence on Loot Boxes in Video Games*, 2022). Na základě průzkumu, který zadala společnost Gamble Aware proběhla analýza údajů od více než 7000 kupujících lootboxů, se jedna třetina z 5 % hráčů, kteří za lootboxy utratili více než 70 liber měsíčně spadala do kategorie rizikových hráčů dle PGSI (Close & Lloyd, 2021).

3 LEGISLATIVA

Poskytování dodatečného obsahu, který je něčím navíc ke hře samotné za úplatu, není problémem z hlediska zákona ani názorů spotřebitelů. Nicméně agresivnější zpoplatněné praktiky jsou kritizované ze stran odborníku, médií, a i osobami odpovědnými za právní regulaci. Jedna z takových praktik je právě lootbox. Zároveň tyto praktiky mohou být manipulativní, společensky škodlivé, či dokonce protizákonné.

Prozatím neexistuje v českém právní řádu explicitní vyjádření lootboxů či mikrotransakcí. Nejvíce diskutovanou otázkou v rámci právní kvalifikace lootboxů je, zda jejich otevírání je hazardní hrou. V herním průmyslu se lootboxy vyskytují již od roku 2007. Do širšího povědomí veřejnosti se dostali v roce 2018, díky hře *Star Wars: Battlefront 2* od společnosti Electronic Arts. Postup v této hře byl možný pouze skrze lootboxy a jejich náhodně generované předměty. Toto rozhodnutí vyvolalo vlnu nevole ze strany hráčů a spotřebitelů. Postoupit a zlepšovat se ve hře bylo fakticky svázáno s tím, že z lootboxů vypadne správný předmět. Na začátku hry hráč obdržel omezené množství lootboxů, které nebyly placené. Způsob, jak dál pokračit ve hře, bylo koupit další lootboxy za reálné peníze. Masivní kritika okolo *Battlefront 2* byla hnacím motorem pro státní orgány odpovědné za regulaci, které se začaly zajímat o lootboxy (Richter, 2019).

První kroky přišly z Belgie a amerického státu Havaj. Podaný návrh na regulaci ve státě Havaj neprošel. Dle právní úpravy Belgie o hazardu jsou lootboxy ve hrách takzvané *games of chance*, a tím pádem tuto úpravu porušují ze stanovení Belgické herní komise. Sedm větších her bylo uznáno jako nezákonné a tím pádem byly zakázány. Samotná hra *Battlefront 2* se zákazu vyhnula, jelikož její vydavatel dočasně lootboxy odstranil. K únoru 2019 společnost Electronic Arts i ostatní společnosti lootboxy odstranili ze svých her na základě vyšetřování Bruselského státního zastupitelstva. Česká republika podnikla kroky

k regulaci lootboxů. S dalšími čtrnácti státy podepsala Deklaraci regulátorů hazardních her (Richter, 2019).

3.1 Právo České republiky a Lootboxy

Důležitým předpisem, který se věnuje regulaci hazardních her je zákon č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách zkráceně ZOH. Tento zákon je určen i pro hazard online, avšak je to pouhý převod fyzických druhů hazardních her, které jsou vyčteny v §3 odstavci 2 zákona o hazardních hrách do online klimatu. Otevírání lootboxů jako hazardní hry je kvůli podstatě a znění ustanovení dost problematická vzhledem k ZOH. Hráč, který vloží peníze do sázky, nemá jistotu, že se mu tato hodnota vrátí. To znamená, že návratnost u hazardní hry se nezaručuje. Zde už se objevuje rozdíl mezi hazardní hrou a lootboxem. Jelikož z lootboxů hráč vždy něco získá. Odměna nemusí být ve většině případů vůbec tím, po čem uživatel toužil, ale vždy nějaká je. Když budou lootboxy obsahovat odměny, které mají nulovou hodnotu a nebude návratnost investované částky zaručená, tak by lootboxy spadaly do definice hazardní hry. Každá věc, nehledě, jestli je fyzická či virtuální, má přinejmenším hodnotu peněz, které za ni byly zaplacené. Nepochybně lze vyjádřit hodnotu virtuálních předmětů v penězích. Cena zvláštní obliby, z které vycházejí ceny ne jako objektivní veličiny, nicméně jako vyjádření hodnoty ve vztahu k situaci a osobám, je klíčem k tomu, proč lootboxy mají nulovou hodnotu, a tedy mohou být hazardní hrou. Tento institut ceny zvláštní obliby, kdy může být věc dána větší hodnota než její objektivní výše, kvůli vztahu mezi držitelem a věcí. Takový institut není explicitně českým právem definován, ale je zmiňována jak ve veřejném právu, tak i soukromém jako v §2 zákona 151/1997 Sb. o oceňování majetku (Richter, 2019).

Lootboxy se objevují v produktech, které jsou určené k zábavě, a proto se dá bezpečně tvrdit, že větší část uživatelů jsou spotřebitelé. Podnikatelé mají větší závazek, co se týče informovanosti spotřebitele před uzavřením smlouvy. Například o funkčnosti digitálního obsahu má podnikatel povinnost tyto údaje sdělit spotřebiteli v § 1811 odst. 2 písmeno h zákon 89/2012 Sb. občanský zákoník. Takové údaje by měly obsahovat, jak digitální obsah využívat. Na základě tohoto ustanovení by se mohla zveřejnit šance na zisk konkrétních předmětů v lootboxech, avšak znění není dostatečně jednoznačné v těchto údajích o funkčnosti. Spotřebitelské právo má potenciál poskytnout regulaci v lootboxech. Mechanismy lootboxů jsou způsobilé ovlivnit rozhodnutí spotřebitele a jeho motivaci k pořízení. Institut nekalé obchodní praktiky z § 4 zákona č. 634/1992 Sb. Lootboxy jsou příkladem, kdy technologie překonává psané právo a nestačí se adaptovat principům hazardu pro zvýšení zisku ve videohrách (Richter, 2019).

3.2 Nizozemsko

Studie zabývající se možným konfliktem mezi lootboxy a právním řádem vyšla 10.4.2018 od Netherlands Gaming Authority. Týkala se zejména oblasti práva a hazardních

her. Dále se zabývala potenciálním ohrožení společnosti v kontextu zákona o hazardních hrách. Průzkum ukázal, že se vyskytují uživatelé, kteří utratí velké množství peněz za otevírání lootboxů. Také se zmiňuje, že zranitelné skupiny obyvatel mohou lootboxy vést k další účasti na hazardních hrách, a to s výrazně vyšší šancí u dětí než u dospělých. Zhodnocení potenciální škodlivosti lootboxů byl použit hodnotící systém využívající deset parametrů. Každý parametr je hodnocen na škále od nuly až do deseti bodů. Na základě sečtení bodů z jednotlivých škál se porovná škodlivost hazardních her a rozdělí se kategorií od A, jako velmi nízké riziko, až E, kde je velmi vysoké riziko. Validita použití tohoto systému nebyla ověřena, neboť se používá pro peněžité výhry. Dle výsledků je většina lootboxů v kategorii C – D, neboli středně až vysoké riziko. Takové posouzení lootboxů závisí také na způsobech, jakým jsou nabízeny uživatelům. Rozhodujícím faktorem pro posuzování lootboxů jako hazardní hry, je možnost obchodu mezi hráči s předměty, jež padají z lootboxů. Nizozemský zákon o hazardních hrách uvádí, že je zakázáno umožnit účast na hře, ve které je výherce určen náhodně, takovou hru nemá zúčastnění možnost ovlivnit, leda že k provozování má potřebnou licenci. Lootboxy a jejich otevírání nelze legálně provozovat, poněvadž k provozování dle právního řádu Nizozemska není možné udělit licenci. Komise dále neuznávala argument provozovatelů, že z lootboxů uživatel vždy získá nějaký virtuální předmět. Nicméně z důvodu rozdílnosti tržní hodnoty mohou existovat vítězové, kteří získají větší hodnotu, než byla výše jejich sázky. Komise uvádí srovnatelnost negativního dopadu s účastí na ruletě nebo blackjacku. Avšak dalších šest systémů lootboxů nespadá pod právní regulaci, jelikož výhra není peněžité ocenitelná (Gaming Authority, 2018).

3.3 Belgie

Patří mezi zemi, která zasáhla proti lootboxům, a to v roce 2018. Belgická herní komise prezentovala stanovisko, že lootboxy zakoupené za reálné peníze představují hazardní hru, a to neohledně na to, jestli jsou určeny pro nezletilé či dospělé publikum. Komise dospěla k závěru, že placené lootboxy ve hrách jako je FIFA 18, Overwatch a Counter strike obsahují hru, sázky, náhodu a výhru či prohru (Przybysz, 2023). Belgická komise pro hazardní hru uvádí, že Lootboxy jsou zjevně hrou, jak ve hře pro více hráčů, kde se vyskytuje poměrování schopností mezi hráči, nebo v módu pro jednoho hráče, kde hráč poměřuje svoje dovednosti s algoritmem hry samotné. Pro lootboxy je nutné jednání uživatele, a tedy dochází ke hře. Vývojáři více dbají na přítomnost lootboxů ve hrách a stávají se podstatnou součástí videoher, vzhledem k tomu je nelze posuzovat odděleně. Z hlediska Belgického práva komise poukazuje, že nákup lootboxů za peníze nebo virtuální měnu, je sázkou. Hodnota se zde definuje jako množství užítka získaného z daného předmětu (Příbyl, 2020). Ačkoli účinnost vymáhání zákazu lootboxů v této jurisdikci vzbuzuje obavy, mnoho velkých společností se rozhodlo z lokálních verzí svých her lootboxy odstranit nebo od vydání her upustit (Przybysz, 2023).

3.4 Evropská Unie

Evropský parlament v lednu 2023 přijal zprávu, která vyzývá k harmonizaci pravidel EU s cílem dosáhnout lepší ochrany hráčů v odvětví online videoher. Značná pozornost se věnovala právě problematice lootboxů. Parlament vyzval komisi k analýze lootboxů a aby podnikli nezbytné kroky k zavedení společného evropského přístupu. Spotřebitelé dle parlamentu by měli mít k dispozici všechny informace o nákupech ve hrách jako jsou lootboxy a měli by si být vědomi typu obsahu. Parlament se rovněž odvolává na výsledky studie z května roku 2022, které zveřejnila Norská rada spotřebitelů. Tato studie upozorňuje na problematické prakticky, včetně zneužívání kognitivních zkreslení a zranitelnosti spotřebitelů prostřednictvím klamavého designu a marketingu. Využívání virtuální měny k maskování reálných peněžních nákladů a cílení lootboxů a manipulativních praktik na nezletilé. Zpráva navrhuje opatření, která by regulační orgány a průmysl měly zvážit ke zlepšení ochrany hráčů (Przybysz, 2023).

Praktická část

4 POUŽITÉ METODY

Jak ukazuje teoretická část, naše znalost o lootboxech a jejich používání není vůbec rozsáhlá. Když k tomuto jevu připočteme potenciál hazardu, kterým lootboxy mohou oplývat, prognóza nemusí být vůbec příznivá.

4.1 Cíl a výzkumné otázky

Tato práce si dává za cíl zmapovat používání lootboxů a to jak rizikově skrze dotazník RLI tak i obecné popsání lootboxů a jejich používání. Výzkum je tedy pojat kvantitativní metodou.

Výzkumné otázky:

1. Jak se chovají čeští hráči videoher ve vztahu k lootboxům?
2. V jakém rozsahu se u českých hráčů videoher objevuje rizikové chování dle dotazníku RLI?
3. Jaký je rozdíl v rizikovém užívání lootboxů u českých hráčů videoher dle sociodemografického rozdělení?
4. Jak vnímají čeští hráči videoher rizikovost lootboxů?

4.2 Výzkumný soubor

Populace neboli základní soubor výzkumu je tvořen lidmi, kteří hrají videohry na všech platformách od mobilu, až po osobní počítač a zároveň si zahráli videohru aspoň v posledním roce. Výzkumný soubor byl omezen věkem z etický důvodů a to tak, že se ho mohli zúčastnit všichni lidé starší 15 let včetně. Respondenti byli vybráni na základě příležitostného výběru. Anonymně poté vyplnili dotazník, jenž byl volně přístupný na komunikační aplikacích, fórech, či sociálních sítích. Na sociálních sítích a komunikačních aplikacích byly vybrány skupiny, které se věnují nebo sdružují videoherní komunitu. Na Facebooku byly využité skupiny jako *Hráči CZ/SK*, *Trade Skins* nebo *League of Legends CZ/SK*. Přes kontaktování administrátora skupin a s jeho následným povolením, byl poté sdílen dotazník v těchto skupinách. Na komunikační platformách Discord byl dotazník sdílen s povolením správce na serverů českých streamerů jako Herdyn, Sterakdary, Straty a dalších ke kterým má přístup prakticky kdokoliv. Využity byly i jiné servery jako jsou Czech Substance nebo Úžasná pouť internetem na Discordu obdobným způsobem. Co se týče fór zde byla využita pouze česká komunitní platforma s názvem */Czech* na Redditu. Potencionální respondenti byli osloveni na základě kritéria, jestli hrají videohry, nebo je toto téma zajímavé.

4.3 Metody tvorby dat

Na základě rešerše literatury již proběhlých výzkumů zaměřujících se na podobnou tematiku, byl zvolen k využití dotazník. Zároveň byla hledána inspirace i v jiných

výzkumech, které se zaměřovaly na gambling a závislost na internetu. Vytvořený dotazník byl sestaven z úvodní informativní hlavičky a je rozdělen do 3 sekcí. První sekcí byly otázky na vstupní sociodemografické údaje. V sekci pro vstupní údaje byli respondenti tázáni na pohlaví, věk, aktuální uplatnitelnost na trhu práce, vzdělání rodičů, aktuální příjmová skupina, frekvence hraní videoher v poslední roce a také zakoupení či získání lootboxu s příslušným vysvětlením ohledně termínu lootbox. Tyto poslední otázky zároveň byly i kritériem, které podmiňovalo pokračování v dotazníku. Demografické údaje byly vybrány pro zjištění charakteristik výzkumného souboru. V druhé sekci byly okrajové otázky na hry a lootboxy. Výběr her do dotazníku, mezi kterými hrami respondenti vybírali, byl určen podle Twitch platformy a jeho nejsledovanějších her, Steam Chart a starších vědeckých publikací obsahujících lootboxy. Ve třetí sekci se objevil nástroj Risky Lootbox Index s 12 otázkami s odpověďmi dle Likertovy škály, od rozhodně nesouhlasím po rozhodně souhlasím. Relativně nový dotazník Risky Lootbox Index, který byl přeložen z anglického jazyka dvěma nezávislými překlady, následnou syntézou vznikl ucelený dotazník v češtině a ten byl poté opět přeložen zpět do anglického jazyka pro ověření správnosti otázek. RLI je účinný screeningový nástroj, který dokáže měřit rizikové používání lootboxů mezi mládeží a lze jej použít pro výzkumné a intervenční účely (Primi et al., 2024). K tomu ještě přibyla otázka mimo RLI, která se doptávala na respondentovo smýšlení ohledně lootboxu a gamblingu, s odpověďmi také dle Likertovy škály. Dotazování probíhalo skrze internetovou platformu Google Forms, skrze tuto platformu byl také vytvořen online anonymní dotazník. Na konci dotazníku bylo uvedeno poděkování a možnost odeslat dotazník.

4.4 Metody sběru dat

Sběr dat byl zahájen 17. března 2024. Dotazník byl rozeslán a sdílen na platformách jako je Reddit, Twitch či Discord a jiných sociálních a komunikačních sítích, hlavně Facebooku a Instagramu. Respondenti byli oslovoováni s prosbou o účast ve výzkumu přímo mnou anebo sekundárním způsobem skrze vyvěšení dotazníku do určitých internetových skupin nebo volně dostupně mimo uzavřené skupiny. Zároveň jsem vybízel k rozesílání, sdílení a šíření k jejich rodinnému, pracovnímu či především zájmovému sociálnímu okruhu. Respondenti tak do výzkumu vstupovali pomocí příležitostného výběru, na základě dobrovolnosti či díky ochotě mnohých zúčastněných a také metodou sněhové koule. Sběr dat byl ukončen 4. dubna 2024, byl celkem přístupný 18 dní, opakovaně a vícekrát sdílen.

4.5 Metoda analýzy dat

Data byly analyzována pomocí statistických metod a softwaru Excel či Jamovi. Některé odpovědi v dotazníku byly překódovány na číselné znaky, například u dotazníku RLI, kde Likertova škála byla od rozhodně nesouhlasím až po rozhodně souhlasím. Tento rozptyl byl překódován do číselných hodnot od rozhodně nesouhlasím jako 1 až po rozhodně souhlasím jako 5. Z následných výsledků byl vypočítán skóre pro respondenty a jejich průměrné hodnoty. Ze statistických metod byly dále využity nástroje jako T-test,

ANOVA (analýza rozptylu) a korelace. Porovnávání a tvorba tabulek proběhla jak v Excelu, tak Jamovi.

4.6 Etické hledisko výzkumu

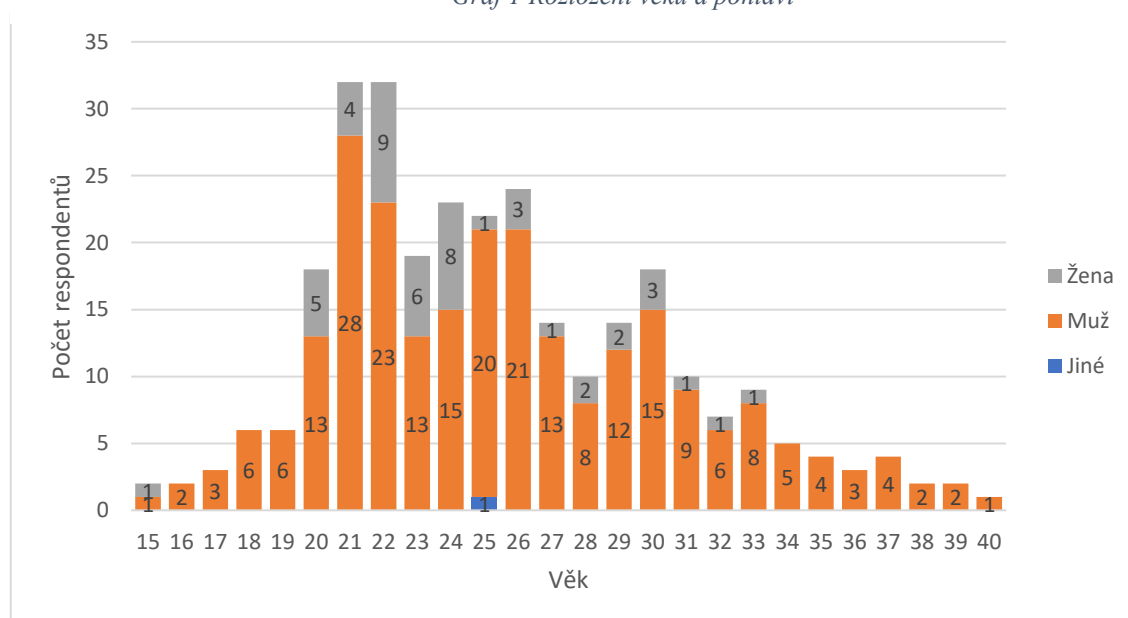
Před vstupem do výzkumu byli respondenti řádně informováni o dobrovolnosti a zaručení anonymity. Anonymita byla zaručena už jen tím, že výzkum probíhal ve formě internetového dotazování a přes fórum jako je Reddit, kde skutečná identita je utajena. O účelu a cíli mého výzkumného snažení byli respondenti informováni před vyplněním dotazníku. Přestože byl dotazník anonymní, obsahoval konkrétní otázky v sociodemografické sekci a mohl to být jeden z faktorů, proč nedokončit dotazník. Zpracované výsledky dotazníku budou využity k bakalářské práci a jinde nebudou uchovány ani uloženy.

5 ZPRACOVÁNÍ DAT A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

5.1 Popis výzkumného souboru

Celkem se výzkumu zúčastnilo 295 respondentů a 3 byli pro nevěrohodnou povahu vyplněných údajů z výzkumu vyřazeni. Do závěrečné analýzy tak postoupilo 292 respondentů, z nichž 243 jsou muži (83,22 %) a ženy 48 (16,44 %), z toho jeden respondent uvedl jiné 1 (0,34 %). Počet mužů v souboru je tak významně vyšší. Charakteristika věkové kategorie je v rozptylu od 15 let jako nejmladší, až po 40 let jako nejstarší. Průměrný věk všech respondentů je 25,4 let s mediánem 25 let a nejčastější věk respondentů byl 22 let. U respondentek z řad žen, byl věkový průměr 24,1 let s mediánem 23 let a nejvíce respondentkám bylo 22 let. Průměrný věk pouze mužů zůstal na 25,6 letech, ale nejčastější vyskytovanou hodnotou věku bylo 21 let. Podrobnější rozložení je na grafu 1.

Graf 1 Rozložení věku a pohlaví



Odpovědi na současný stav uplatnitelnosti na trhu práce uvedlo 292 respondentů, z toho 157 je v zaměstnaneckém poměru (53,77 %). Odpověď „Student*ka“ uvedlo 92 respondentů (31,51 %) jako OSVČ bylo 30 odpovědí (10,27 %) a nezaměstnaných bylo 11 (3,77 %). V neposlední řadě 2 respondenti uvedli odpověď jiné (0,68 %) a týkalo se to rodičovské dovolené.

Ohledně příjmů byl dotazník rozdělen do 6 příjmových skupin pro lepší přehlednost a citlivosti otázky. Nejmenší hodnotová skupina byla méně než 10 tisíc korun českých a to včetně, tuto skupinu zvolilo 80 respondentů (27,40 %) a také byla nejvíce zvolenou. Druhou nejčastější skupinu bylo rozmezí 36–50 tisíc korun českých a tahle možnost byla zvolena

celkem 59x (20,21 %). Třetí nejčastější skupinou bylo více než 51 tisíc korun českých, a to včetně této hodnoty, tuto možnost zvolilo 57 respondentů (19,52 %). Další možností bylo 26–35 tisíc s 55 respondenty (18,84 %). Pro poslední dvě možnosti hlasovalo o poznání méně lidí, a to pro skupinu 16–25 tisíc bylo 22 respondentů (7,53 %) a 19 lidí pro skupinu 11–15 tisíc korun českých (6,51 %).

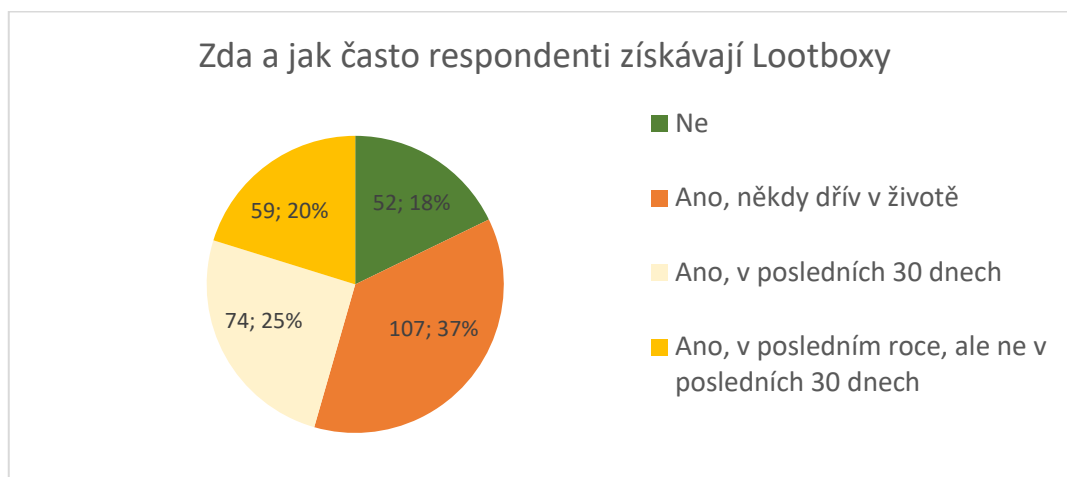
Dalším aspektem byly otázky na nejvyšší dosažené vzdělání obou rodičů. Nejčastější odpovědi pro nejvyšší dosažené vzdělání u matky bylo střední s maturitou a to s 139 odpověďmi (47,60 %). Druhou nejčastější odpovědí u matky bylo vzdělání vysoká škola s 78 (26,71 %). Třetí byla střední bez maturity pro 45 respondentů (15,41 %). Další odpovědi už jsou s větším odskokem, a to Vyšší odborná škola s 15 (5,14 %), Základní vzdělání s 11 (3,77 %) a 4 respondenti u matky uvedli, že neví (1,37 %). Pro nejvyšší dosažené vzdělání u otce byla nejčastější odpovědí střední s maturitou s 102 odpovědi (34,93 %), druhou nejčastější byla střední bez maturity s 81 (27,74 %) a třetí je vysoká škola s 76 odpověďmi (26,03 %). Další odpovědi jsou s větším odskokem nicméně jako další častou možnost zvolili respondenti u otce variantu nevím a to s 17 odpověďmi (5,82 %). Poté základní a Vyšší odborná škola mají shodně po 8 zvoleních (2,74 %).

5.2 Odpovědi na výzkumné otázky

1. Jak se chovají čeští hráči videoher ve vztahu k lootboxům?

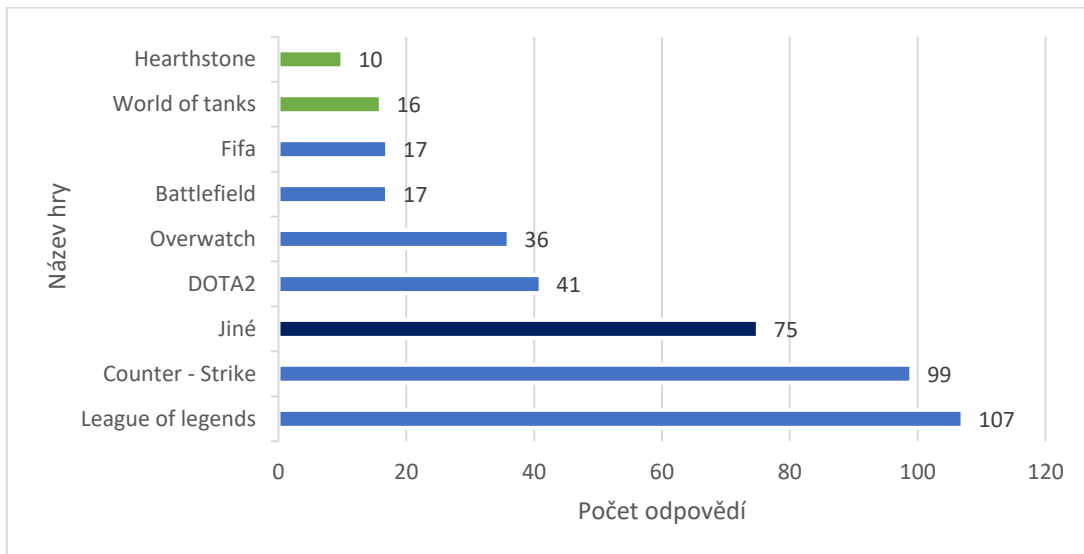
Vzhledem k tomu, kde se lootboxy vyskytují, proběhl dotaz i na frekvenci hraní videoher na všech platformách, jako je osobní počítač, konzole nebo mobilní telefon. Z 292 respondentů jich nejvíce odpovědělo ($n=133$), že hrají téměř každý den (45,55 %). Druhou nejčastější odpovědí bylo uvedení několikrát týdně a tu zvolilo 72 respondentů (24,66 %). Alespoň jednou týdně si zahraje 54 respondentů (18,49 %) a méně často 29 (9,93 %). Pouze 4 respondenti (1,37 %) uvedli, že videohry nehráli v posledním roce vůbec. Dalším důležitým faktorem je získání nebo koupě lootboxu někdy v životě, též lootbox znám pod pojmy jako chest, crate, bedna. Celkovou možnost ano zvolilo dohromady 240 respondentů (82,19 %) z toho 107 jich zvolilo (36,64 %) možnost ano, někdy dřív v životě. Další pozitivní možnost byla ano, v posledních 30 dnech, což zvolilo 74 lidí (25,34 %) a 59 respondentů (20,21 %) zvolilo v posledním roce, ale ne v posledních 30 dnech. Možnost ne zvolilo 52 (17,81 %) lidí a tím jim byl dotazník, také ukončen. Toto je vyobrazeno v grafu 2. Následující soubor byl tedy zredukován na 240 respondentů, kteří vyplnili dotazník, až do úplného konce.

Graf 2 Zda a jak často respondenti získávají lootboxy



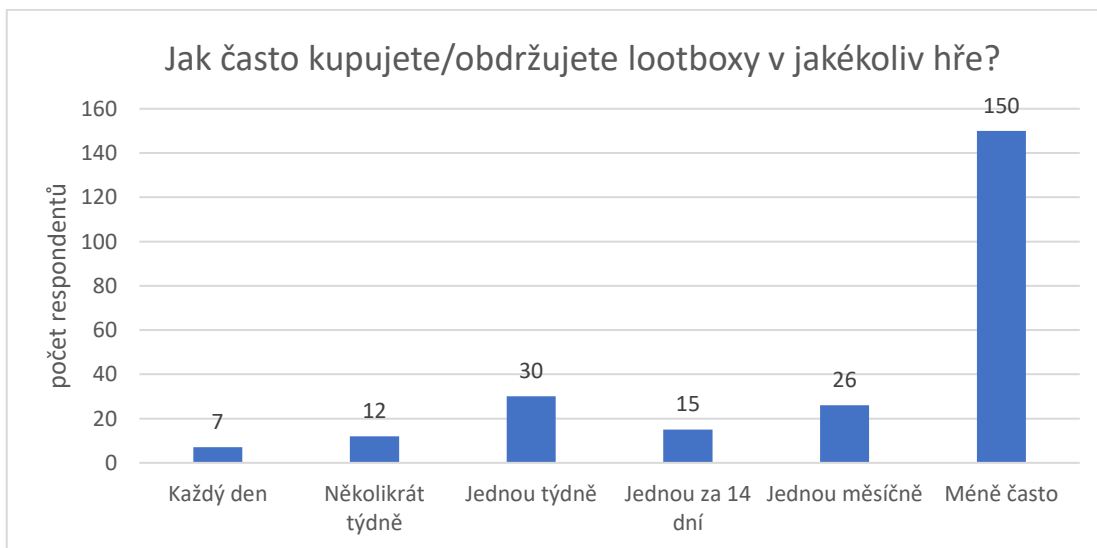
Lootboxy se vyskytují v určitých hrách a respondentům byl nabídnut výběr některých z her a zároveň byla k dispozici otevřená odpověď. K dispozici byl tedy mnohočetný výběr. Nejčastěji respondenti zakoupili nebo obdrželi lootbox ve hře League of legends a to celkově se 107 odpověďmi, druhým nejčastějším výběrem byla hra Counter – Strike s 99 zvoleními. Třetí nejčastější zvolenou možností byla kategorie *jiné*, kde respondent měl možnost napsat videohru dle vlastního uvážení s lootboxem. Spousta her v této kategorii *jiné* by v samotném součtu měla řádově nižší jednotky a nebyl by jich dostatek pro samostatné referování, a proto byl ponechán tento termín. Nicméně některé hry překročily větší četnost a jsou zobrazené v grafu 3 zelenou barvou. Vyplnění možnosti *jiné* zvolilo celkem 75 respondentů. Dalším výběrem hry byla DOTA2 se 41 odpověďmi, poté Overwatch s 36. Větší odskok pak mají hry jako Fifa a Battlefield, které mají shodně 17 četností. Hry jako World of tanks s četností 17 a Hearthstone 10, které se vícekrát opakovali v samostatné kategorii *jiné*.

Graf 3 Rozložení her a odpovědí



Jak často respondenti kupují či obdržují lootboxy v jakékoliv hře bylo pro 240 respondentů nejméně voleným údajem každý den se 7 odpověďmi (2,92 %). Poté byl údaj několikrát týdně 12 (5,00 %), jednou za 14 dní s 15 (6,25 %). Třetí nejčastější odpovědí bylo jednou měsíčně, kterou vybralo 26 respondentů (10,83 %). Druhou je nákup či obdržení lootboxu jednou týdně s 30 (12,5 %). Nejčastější byl údaj méně často než ostatní časové možnosti a to se 150 odpověďmi (62,5 %). Vizualizace na grafu 4.

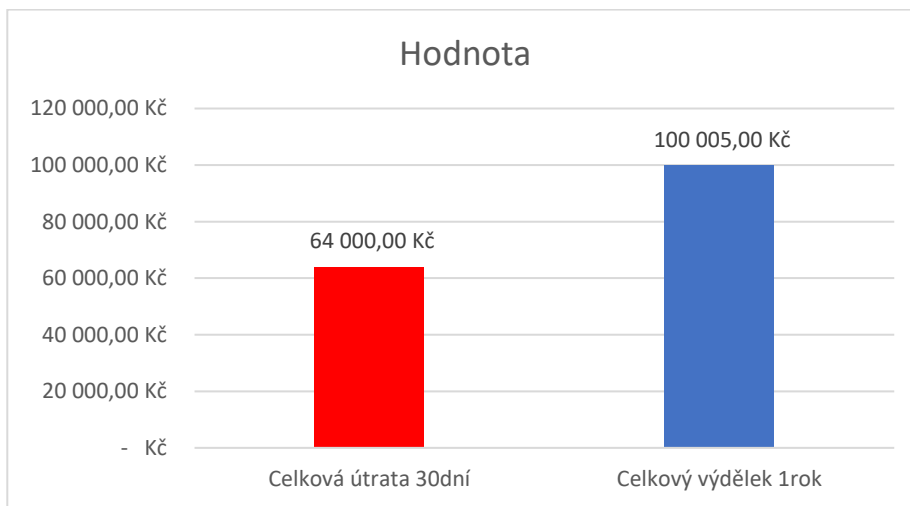
Graf 4 Obdržování/Zisk lootboxů v jakékoliv hře



Na otázku, jestli respondenti někdy hráli, aby obdrželi lootbox, odpovědělo zvolením kladného ano 142 respondentů (59,17 %). K tomu protikladně možnost ne zvolilo 98 respondentů (40,83 %). Lootboxy mívají i propojení s penězi a na otevřenou otázku jaká byla útrata za lootboxy a atributy k nim, jako jsou klíče pro otevření lootboxu, za posledních 30 dnů, odpovědělo částkou větší než 0 celkem 43 respondentů (17,92 %). Celková útrata

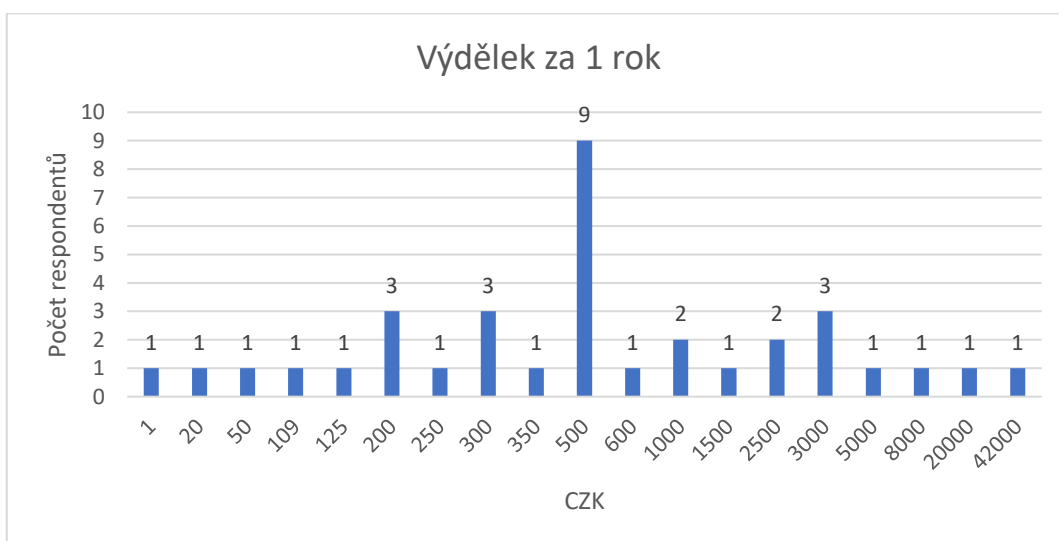
za 30 dní (v grafu červeno barvou), tak činila 64 000 korun českých z toho průměrná hodnota je 1 488,- a medián je 500,-. Nejvyšší hodnota byla uvedena 10 000,-, jako nejnižší hodnota větší než 0,- bylo 60 korun českých. Dalších 197 respondentů (82,08 %) v této otázce uvedlo 0,-. Na druhou stranu, jestli si respondent vydělal za poslední rok na lootboxech odpovědělo 35 respondentů (14,58 %) množstvím větší než 0. Celkový výdělek činí 100 005,- (v grafu modrou barvou). Průměrná hodnota z výdělku je 2778,-, jako medián je 500,-. Nejvyšší hodnota jednotlivce byla 42 000,- a nejnižší hodnota byla 1,-. Jako výdělek 0,- zvolilo 205 respondentů (85,41 %).

Graf 5 Poměr celkové útraty za 30 dní a výdělku za 1 rok



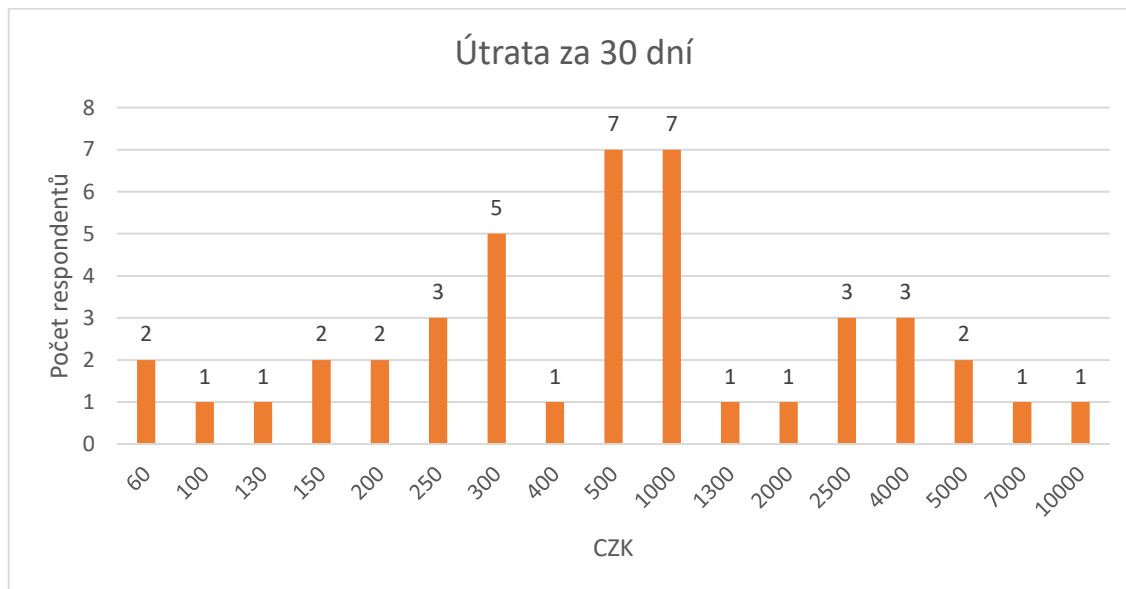
Nejčastější vyskytovanou hodnotou pro výdělek je 500,-, zároveň další vyskytovanější hodnoty byly 3000, 300 a 200 korun českých. Jak je vidět v grafu 6, kde odpovídalo 35 respondentů (14,58 %) částkou vyšší než 0,-.

Graf 6 Výdělek za 1 rok



Jak již bylo zmíněno, celkově respondentů, kteří uvedli útratu za 30 dní vyšší než 0 bylo 43 (17,92 %). Zde se částky více opakují a nejčastějšími hodnotami jsou 500,- a 1000,- shodně se 7 zvoleními.

Graf 7 Útrata za 30 dní

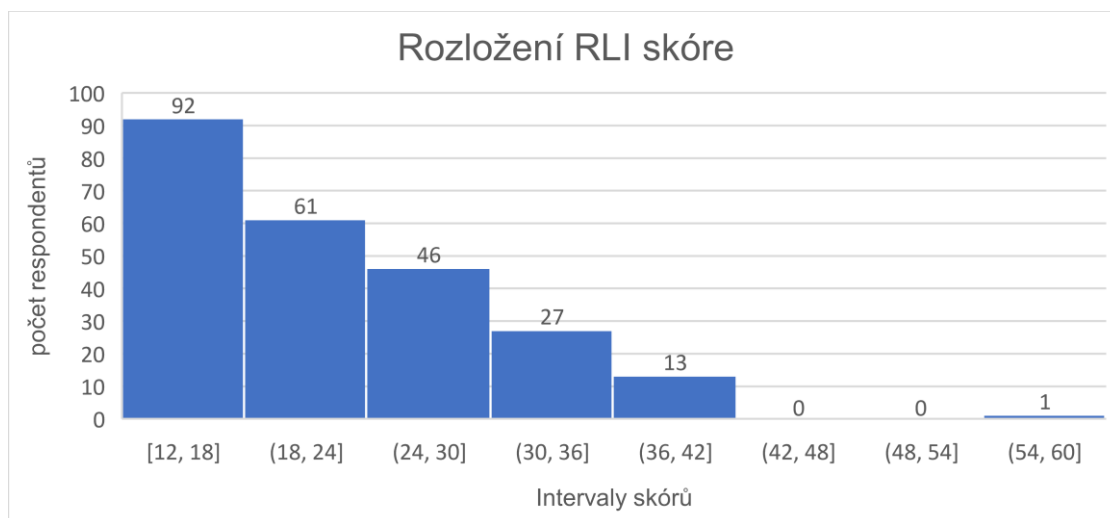


Čeští hráči ukazují, že mají zkušenosti s lootboxy, jak s jejich výskytem, tak i s jejich obdržováním i když to nemusí být zrovna tak časté.

2. V jakém rozsahu se u českých hráčů videoher objevuje rizikové chování dle dotazníku RLI?

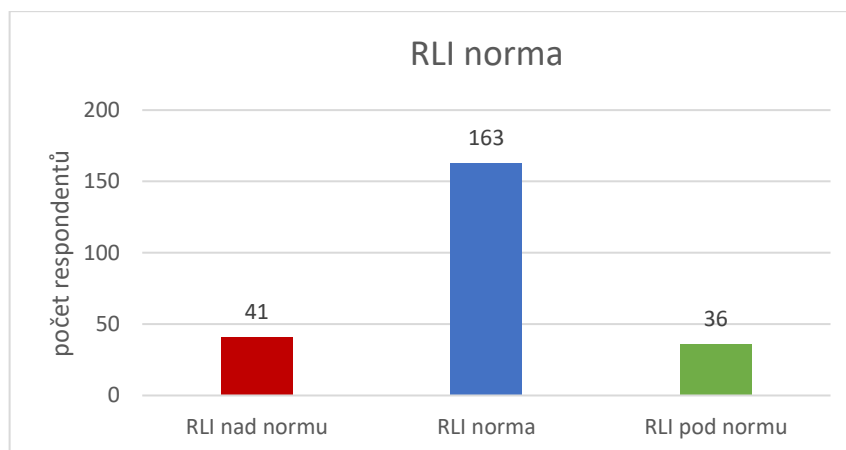
Dotazník Risky Lootbox Index má 12 položek, z toho každá byla zakódovaná do číselného hodnocení od 1 až 5 bodů. V této sekci dotazníku odpovídalo 240 respondentů. Nejméně skóru, kterého šlo dosáhnout bylo 12 bodů, takový skór mělo 14 respondentů (5,83 %). Největší skór byl naopak 60 bodů, a toho nedosáhl ani jeden z respondentů. Největší hodnotou tak bylo 56 bodů a toho dosáhl 1 respondent (0,42 %). Průměrná hodnota skóru je 22,35 bodů a medián je 23 bodů.

Graf 8 Rozložení RLI skóre



Na základě určení průměrné hodnoty bodů v dotazníku RLI (22,35) a určení celkové směrodatné odchylky, která má hodnotu 7,76 bodů, dokážeme společným výpočtem získat 2 nové hodnoty. Tyto nové hodnoty určují interval, v kterém se budeme pohybovat a je rozhodující pro zjištění normy. Jedna hodnota intervalu se vypočítá sečtením celkového průměru hodnot a směrodatné odchylky a výsledné číslo tak dává 30,11 bodů a druhá odečtením stejných hodnot a vychází jako 14,58 bodů. Na základě těchto dvou hodnot bylo určeno rozpětí, kdy je respondent v *normě*, kdy *pod* a *nad normou*. Pod normu RLI se umístilo 36 respondentů (15 %) z 240. V RLI normě se vyskytuje 163 respondentů (67,92 %) a nad normu skórovalo 41 respondentů (17,08 %).

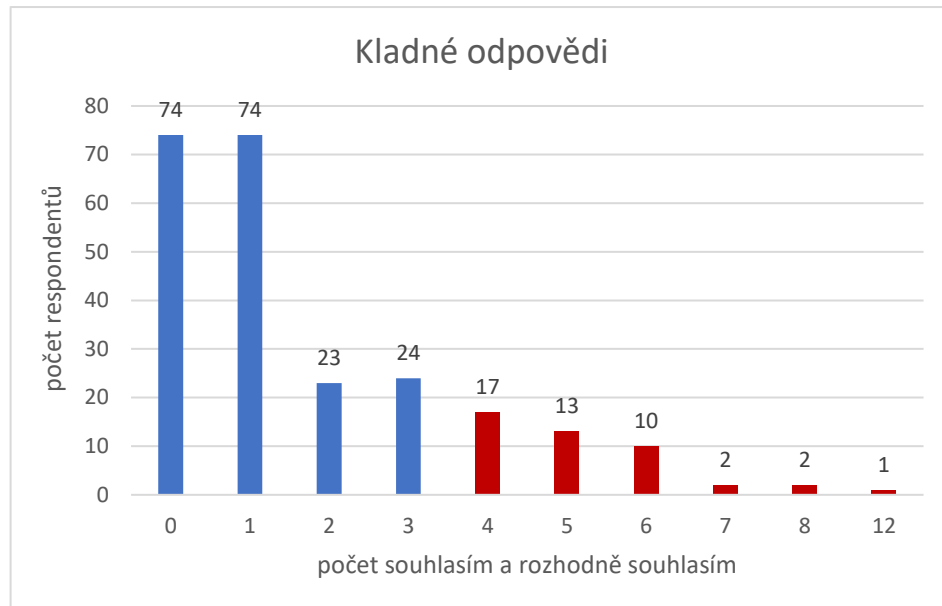
Graf 9 RLI norma



RLI dotazník se věnuje různým kritériím závislosti, budeme-li vycházet z předpokladu, že pro diagnostiku závislosti je potřeba naplnit nejméně 4 kritéria, dá se předpokládat, že kladná odpověď souhlasím a rozhodně souhlasím v dotazníku na některou z otázek nám dává

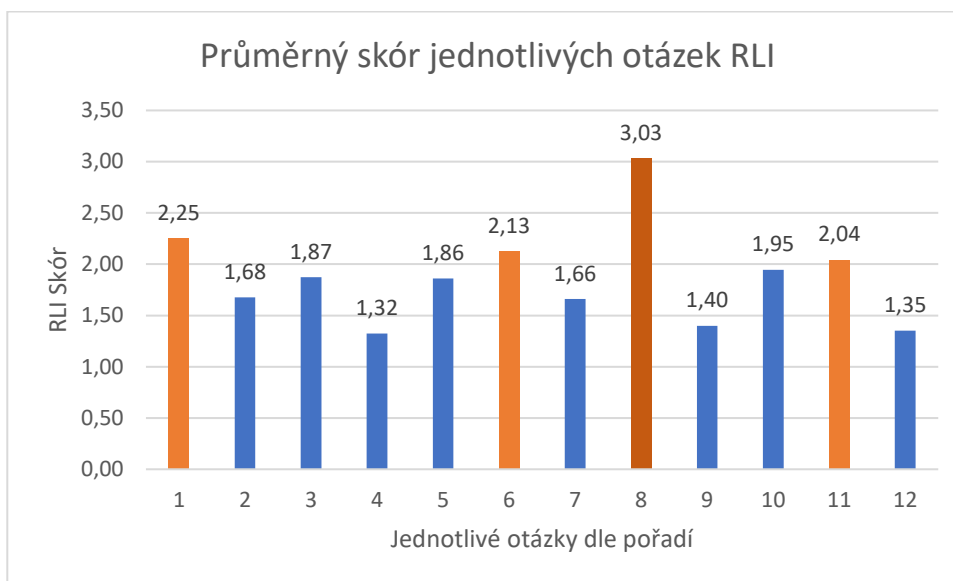
kladné potvrzení jednoho z kritérií. Na základě toho vznikl graf, který ukazuje kolik kladných odpovědí uvedlo 240 respondentů. Přesně 4 kladné odpovědi mělo 17 respondentů (7,08 %). Všechny odpovědi kladné měl 1 respondent (0,42 %) a zároveň ani 1 kladnou odpověď mělo 74 respondentů (30,83 %). Celkově nad 4 kladné odpovědi a to včetně, uvedlo 45 respondentů (18,75 %).

Graf 10 Kladné odpovědi



Otázky v RLI se věnují rozdílným faktorům ohledně rizikového používání lootboxů. Položky v dotazníku se věnují například času strávenému u lootboxů, či pocitu viny při používání. V grafu 11 je vidět průměrné skóre pro jednotlivé otázky. Otázka číslo 8 neboli *Když otevřu lootbox často mám nutkání otevřít další* má průměrný skóre 3,03 bodů z toho 122 respondentů (50,83 %) na ni z 240 odpovědělo kladně tedy *rozhodně souhlasím* a *souhlasím*. Druhou odpovědí s nejvyšším průměrným skórem za otázku byla číslo 1 tedy *Abych získal*a lootboxy, často hraji déle, než jsem chtěl*a* s průměrným skórem 2,25 bodů a 49 kladnými odpovědi (20,41 %). Třetí odpovědí s nejvyšším průměrným skórem byla 6 jako *Kvůli tomu, kolik času nebo peněz jsem na lootboxy vynaložil*a, jsem se cítil*a provinile* s průměrem 2,13 bodů. Jako čtvrtá je otázka s průměrným skórem 2,04 s číslem 11 jako *Vzrušení, které zažívám při otevírání lootboxů, mě přimělo si jich koupit více*. Jednotlivé pořadí otázek a jejich přesné znění, jak bylo uvedeno v dotazníku, je uvedeno v seznamu příloh.

Graf 11 Průměrný skór RLI dle jednotlivých otázek

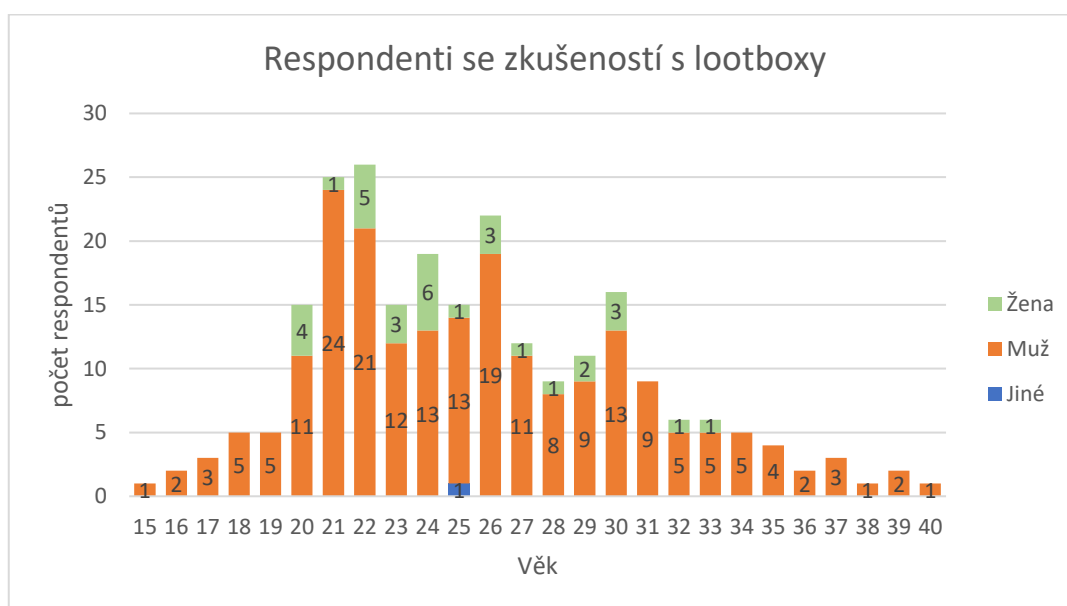


Z dotazníku se ukazuje, že rizikovní uživatelé mezi českou populací hráčů videoher se vyskytují. Toto zastoupení, není nijak obrovské, avšak jeho přítomnost je znatelná. Zároveň je patrné, že velká část populace skóruje v dotazníku v rámci bezpečných mantinelů.

3. Jaký je rozdíl v rizikovém užívání lootboxů u českých hráčů videoher dle sociodemografického rozdělení?

Z celkových 292 respondentů má nějakou zkušenost s lootboxy 240 respondentů. Z toho 35 je žen (14,58 %), 204 muži (85 %) a 1 respondent (0,42 %) uvedl jiné. Průměrný věk je 25,5 a medián 25let.

Graf 12 Rozložení respondentů se zkušeností s lootboxy věk/pohlaví



Na základě T-testu se průměrná útrata mezi muži a ženami statisticky neliší, neboť p-hodnota je 0.339 a je tedy větší než 0.05 ($p > 0.05$) mezi 239 respondenty. Respondent, který zvolil možnost *jiné* byl z této analýzy vyražen.

Tabulka 1 T-test průměrná útrata žen a mužů

Independent Samples T-Test

		Statistic	df	p
útrata	Student's t	0.220	239	0.826

Kde se, ale nachází korelace je u útraty za lootboxy během 30 dní a RLI skóru. Vyskytuje se zde pozitivní korelace, nicméně malá ($r = 0,14$), avšak staticky významná a to $p -$ hodnota $< 0,05$. Takže, zde můžeme najít malý vztah mezi 240 respondenty.

Na základě analýzy rozptylu byla předmětem zkoumání souvislost mezi vzděláním rodiče v tomto případě matky a RLI skóru. Vzdělání bylo zakódováno do 3 hodnot. Kdy první hodnotou je číslo 1, které v sobě obsahuje odpověď *Základní vzdělání, Střední bez maturity* a odpověď *nevím*. Druhou hodnotou je číslo 2, které kóduje *vyšší odbornou školu a střední s maturitou*. Poslední zakódovanou odpovědí je *vysoká škola*, která má hodnotu 3. Můžeme říct, že na první pohled se zvyšujícím se vzděláním matky průměrné skóre RLI klesá, avšak dle této analýzu rozptylu, není rozdíl statisticky významný ($p > 0.05$).

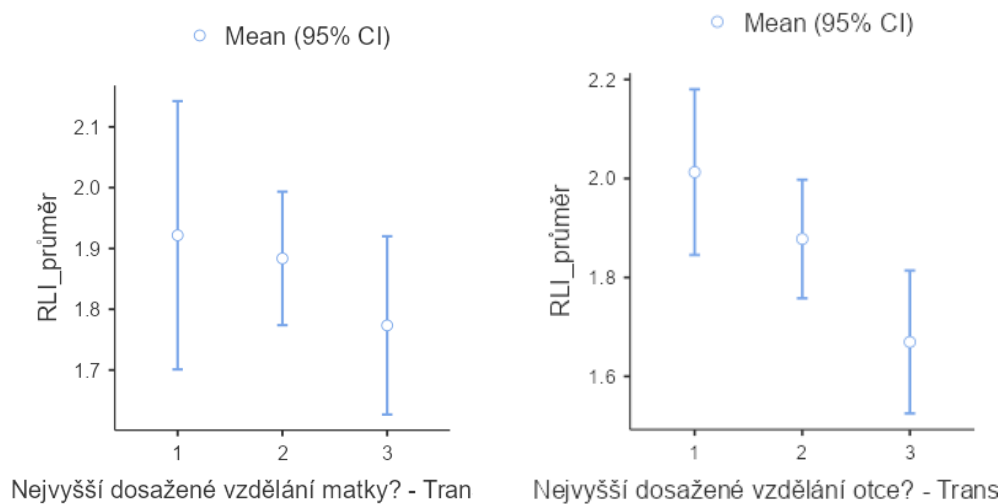
Tabulka 2 Analýza rozptylu nejvyšší dosažené vzdělání matky a průměrné skóre RLI

One-Way ANOVA

		F	df1	df2	p
RLI_průměr	Welch's	0.929	2	110	0.398
	Fisher's	0.878	2	237	0.417

Stejná analýza jako u dosaženého vzdělání u matky a RLI skóru byla aplikována i u nejvyššího vzdělání otce a RLI skóre. Zde je také patrné, že průměrné hodnoty RLI klesají s vyšším vzděláním otce. Tento závěr je nicméně podpořen analýzou rozptylu, kdy u matky tato hypotéza byla vyvrácena. U otce jsou obě p – hodnoty nižší než konvenční hladina významnosti 0,05, což naznačuje zamítnutí nulové hypotézy. To znamená, že průměrné hodnoty RLI jsou statisticky významně odlišné mezi skupinami s různými úrovněmi vzdělání otce.

Graf 13 RLI průměr a vzdělání matky a otce



Tabulka 3 Analýza rozptylu nejvyšší dosažené vzdělání otce a průměrné RLI skóre

One-Way ANOVA

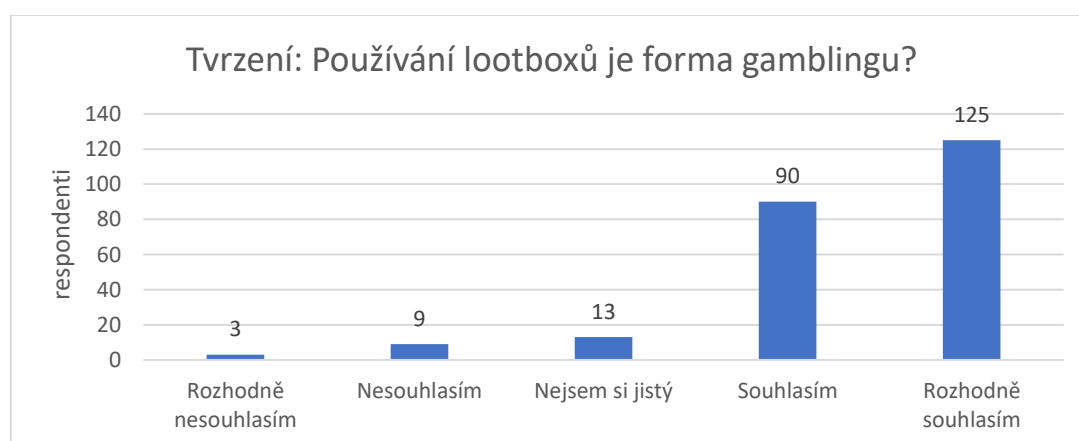
		F	df1	df2	p
RLI_průměr	Welch's	5.07	2	149	0.007
	Fisher's	4.74	2	239	0.010

Rozdíly a vztahy v užívání lootboxů a sociodemografické rozdělení nějakým způsobem nejspíše existuje. Většina vztahu zde prezentovaná není však natolik silná, či není vůbec žádná. Jedním ze zajímavějších zjištění, je určitý vztah vyššího vzdělání otce a klesající RLI skóre. Toto si rozhodně zaslouhuje více prozkoumat a tyto poznatky potvrdit, přijít na příčinou souvislost, či toto úplně vyvrátit.

4. Jak vnímají čeští hráči videoher rizikovost lootboxů?

Poslední otázka se zabývá vnímáním respondentů, jestli vnímají používání lootboxů jako gambling. Tato otázka byla položena jako tvrzení a rozhodovalo se na Likertově škále od rozhodně nesouhlasím až po rozhodně souhlasím. Z 240 respondentů jich nejvíce uvedlo, že s tímto tvrzením rozhodně souhlasí a to 125 odpovědí (52,08 %) druhou nejčastější odpovědí bylo souhlasím s 90 odpovědí (37,5 %), pozitivní odpověď dohromady tedy tvoří 215 odpovědí (89,58 %). Naopak dohromady se pouze 13 respondentů vyjádřilo negativně (5,42 %). Kdy rozhodně nesouhlasím uvedli 3 respondenti (1,25 %) a nesouhlasím 9 respondentů (3,75 %). Jako odpověď nejsem si jistý zvolilo 13 respondentů (5,41 %).

Graf 14 Používání lootboxů je forma gamblingu?



Na základě těchto dat jsme schopni říct, že sami hráči vnímají lootboxy jako formu gamblingu a to velmi silně neboť jsou jejich odpovědi z velké části kladné.

6 DISKUZE

Cílem této práce bylo zmapovat používání lootboxů a obecně poukázat na jejich výskyt. Obecně hráčská populace je velmi rozmanitá a netýká se jen úzké sorty lidí, což také dokazuje, že na otázku frekvence hraní videoher v posledním roce odpověděli pouze 4 respondenti (1,37 %), že videohry nehráli v posledním roce vůbec. Dotazník byl šířen primárně v hráčských skupinách a platformách, i proto může být procentu respondentů, kteří nehrají videohry, ve výzkumné souboru tak malé. Lootbox jako funkce ve hrách se vyskytuje často a respondenti s nimi rozhodně mají zkušenosti, jelikož 80 % uvedlo, že je nějakým způsobem získávají. Vládní Studie Velké Británie uvádí, že 98 % hráčů otevřelo někdy lootbox (*Government Response to the Call for Evidence on Loot Boxes in Video Games*, 2022). Takové to závěry uvádí i jiné studie. Kdy v první studii otevřelo lootbox 88,9 % zúčastněných a ve druhé 94,8 %. Jejich účastníci se s tímto prvkem setkali v široké škále her, které zahrnovaly mnoho žánrů a platforem (Brooks & Clark, 2019). Výsledek se zkušeností a lootboxy v této práci je sice vysoký, nicméně jako jeden z limitů spatřuji to, že pojem lootbox nemusel být pro všechny respondenty pochopitelný i když se s lootboxy mohou potkávat.

Ohledně dalšího vztahu, jako jsou peníze a lootboxy, je vidět, že variabilita je různá, neboť ne každý lootbox vyžaduje nějakou měnu k interakci, a ne každá odměna je prodejná. Ve výzkumném souboru se také objevil fenomén útraty za lootboxy. Někteří respondenti uváděli částky i v řádech tisíců. Zároveň však byla patrná i možnost výdělku. Kdybychom dali do poměru výdělek a útratu, dostáváme nepoměr a útrata by byla vyšší. Tohle může podporovat dojem, že se jedná o hazardní hraní. Vidina výdělku může být vnímaná jako forma investice a rychlého zbohatnutí, což lootboxy rozhodně umožňují. Jako například u Counter Strike skinů, kde ceny předmětů mohou přesahovat až 1000 dolarů (Patterson, 2024).

Na mapování ohledně rizikového používání lootboxů byl použit RLI dotazník. Vyhodnocení skóru přineslo rozdělení, kde můžeme vnímat u 17 % respondentů rizikové používání nad normu, což rozhodně stojí za naši pozornost. Zároveň otázka s největším průměrným skóre byla *Když otevřu lootbox často mám nutkání otevřít další*. Kdy tato otázka by mohla být obdobou jednou z komponent modelu závislosti, a to modifikace nálady dle psychosociálního rámce. Modifikace nálady je subjektivní prožitek, který mají lidé u různých činností a může dosáhnout různých účinků na náladu (Griffiths, 2005). Otázka v RLI, která měla druhý nejvyšší průměrný skóre byla *Abych získal*a lootboxy často hraju déle, než jsem chtěl*a*. Tato položka by v obecné teorii závislosti šla přirovnat ke konfliktu, kdy dochází k vnitřnímu boji s námi samotnými a touhami. Neustále vybírání krátkodobého potěšení a úlevy vede k tomu, že přehlídíme nepříznivé důsledky (Griffiths, 2005). Dalším znakem by mohla být tolerance, která nás nutí získávat stále více lootboxů, či relaps kdy jsme se pokoušeli přestat využít prvku jako je lootbox. Ukazuje to mimo jiné, že i v populaci Českých hráčů videoher se objevují respondenti, u nichž by mohla být potřebná jistá forma

intervence. Také to poukazuje na fakt, že rozložení skóru je úměrné a v extrémech nejsou vysoká čísla, kde by se dalo spekulovat o nevěrohodnosti dotazníku či špatné metodologii. Nástroj RLI by tak mohl sloužit jako screeningová metoda i v České republice. Například v Itálii probíhala studie ohledně fungování této metody a dle závěrů je RLI účinný screeningový nástroj (Primi et al., 2024).

Rozdílnost v používání lootboxů nebyla nikde moc patrná. Bohužel výzkumný vzorek neobsahoval přiměřené rozdělení v pohlaví a na nějaké širší závěry ohledně genderových rozdílů proto není uzpůsoben. Můžeme ale říct, že lootboxy se dotýkají velké části hráčské komunity. Lze uvést mírnou korelaci mezi útratou a RLI skórem, což by naznačovalo odchylování k hazardnímu hráčství. Avšak tento jev si zaslouží důkladnější průzkum. Otázkou je, jak moc můžeme lootboxy přirovnávat k hazardnímu hraní a jak moc si zaslouží úplnou samostatnost a oddělení od jakýchkoliv průměrů. Na to ostatně upozorňuje i jiný článek od Newall (2023). Ačkoli vytváření analogií může být dobrým způsobem, jak lze dosáhnout rychlého pokroku ve výzkumu, v dlouhodobějším horizontu to může naše porozumění omezit. V případě lootboxů a příliš striktního postupu na základě analogie k hazardnímu hraní je důležité zohlednit také jedinečný kontext tohoto aspektu videoher. Článek tvrdí, že hlavní motivací pro výdaje za lootboxy je potěšení a smysl, které hráči z her získávají (Newall, 2023).

Posledním aspektem, který byl důležitý a obsahoval náhled na problematiku ohledně lootboxů je samostatné vnímání jejich uživatelů. Respondenti skoro v 90 % souhlasí s tvrzením, že lootboxy jsou forma gamblingu. Ve dvou online dotaznících se 144 dospělými a 113 vysokoškoláky, většina účastníků považovala lootbox za formu gamblingu. V první studii v 68,1 % a ve druhé v 86,2 % (Brooks & Clark, 2019). Toto tvrzení je rozhodně přínosné, neboť velká část respondentů má nějakým způsobem ponětí, v čem se mohou pohybovat. Přes toto uvědomění, však lootboxy nemají žádnou viditelnou regulaci, či jasný signál, který by ukazoval toto riziko. Hráčská základna je opravdu široká napříč generacemi. Je otázkou, jestli by legislativa České republiky neměla reagovat a nějakým způsobem regulovat či jasně deklarovat, co lootboxy mohou přinášet, jako je tomu například v Nizozemí či Belgii, u některých typů těchto prvků.

Jak už bylo uvedeno výše, za největší limit spatřuji případné nedostatečné osvětlení pojmu lootbox pro daleko širší procento populace. Zároveň jsem adresoval dotazník primárně hráčům videoher a samotný pojem hráč nemusí být také dostatečně vyhovující. Pod pojmem hráč se může skrývat jen hráč na osobním počítači či kdokoliv, kdo hraje videohry. Samotní hráči se totiž nemusí takto identifikovat. Dalším limitem je samotná práce, jelikož její pojetí je velmi obecné. Věnování se jen určité hře s lootboxy by mohlo nabídnout velmi zevrubný střípek do skládačky informací. Tato práce se sice snaží na věci nahlížet a mapovat, jak je i v jejím cíli, ale to je i také jejím limitem, protože samotná práce se dotýká jen okrajové části tématu.

Další výzkumy ohledně fungování lootboxu v České populaci jsou rozhodně na místě. Jak u konkrétních her, které mají blíže k nějaké větší formě monetizace, tak i v obecných částech. Doporučuji RLI dotazník k dalšímu výzkumnému zkoumání a podrobení ho výzvě v podobě české populace, aby se tento nástroj mohl využít přímo v praxi. Budoucí výzkumy se rozhodně mohou věnovat analogii s gambligem, ale také jak již bylo uvedeno, možná úplně nahlížet na lootboxy více jako na samostatnou jednotku a přinést jiné teorie.

7 ZÁVĚR

Práce obecně pojednává o rizikovém používání lootboxů a jejich popisu. Velká část hráčů video her mají zkušenosti s lootboxy a potkává je ve hrách různého typu. RLI dotazník ukázal, že i v české populaci se objevují rizikovější uživatelé lootboxů. Zároveň vyšší část respondentů se pohybuje v mantinelech normy. Rozdílnost v používání lootboxů nebyla ve výzkumu nikde zvláště citelná. Herní populace má sama náhled na danou problematiku a uvědomuje si, že se pravděpodobně jedná o formu hazardního hraní.

Seznam literatury

- Ballou, N., Gbadamosi, C., & Zendle, D. (2020). *The hidden intricacy of loot box design: A granular description of random monetized reward features* [Preprint]. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/xeckb>
- Brooks, G. A., & Clark, L. (2019). Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions. *Addictive Behaviors, 96*, 26–34. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.009>
- Cerulli-harms, A., MÜNSCH, M., THORUN, C., Michaelsen, F., & Hausemer, P. (2020). *Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers.*
- Close, J., & Lloyd, J. (2021). *Lifting the Lid on Loot-Boxes*. Gamble Aware. https://www.begambleaware.org/sites/default/files/2021-03/Gaming_and_Gambling_Report_Final.pdf
- Gainsbury, S. M. (2019). Gaming-gambling convergence: Research, regulation, and reactions. *Gaming Law Review, 23*(2), 80–83. <https://doi.org/10.1089/blr2.2019.2323>
- Gaming Authority. (2018, květen 4). *Netherlands Gaming Authority—Study into loot boxes A treasure or a burden?* SlideShare. <https://www.slideshare.net/OlivierOosterbaan/netherlands-gaming-authority-study-into-loot-boxes-a-treasure-or-a-burden>
- Government response to the call for evidence on loot boxes in video games.* (2022). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/calls-for-evidence/loot-boxes-in-video-games-call-for-evidence/outcome/government-response-to-the-call-for-evidence-on-loot-boxes-in-video-games>

- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
<https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. D. (2019). Loot box buying among adolescent gamers: A cause for concern?. *Education and Health*, 37(3), 63-66.
- Hamari a Lehdovirta 2010 - Hamari, J. and Lehdovirta, V. 2010. “Game Design as Marketing: How Game Mechanics Create Demand for Virtual Goods.” *International Journal of Business Science & Applied Management* 5 (1): 14–29
- Heidhues, P., & Koszegi, B. (2004). The Impact of Consumer Loss Aversion on Pricing. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.658002>
- Chase, H. W., & Clark, L. (2010). Gambling Severity Predicts Midbrain Response to Near-Miss Outcomes. *Journal of Neuroscience*, 30(18), 6180–6187.
<https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.5758-09.2010>
- Chomýnová, P., Dvořáková, Z., Grohmannová, K., Orliková, B., Černíková, T., Franková, E., & Petroš, O. (2023). Zpráva o hazardním hraní v České republice 2023 [Report on Gambling in the Czech Republic 2023]. In P. Chomýnová (Ed.), Praha: Úřad vlády České republiky.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘Loot boxes’) and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 1967–1969.
<https://doi.org/10.1111/add.14286>
- Koeder, M. J., & Tanaka, E. (2017). Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation? *28th European Regional ITS Conference, Passau 2017*, Article 169473.
<https://ideas.repec.org/p/zbw/itse17/169473.html>

- LaPlante, D. A., Nelson, S. E., LaBrie, R. A., & Shaffer, H. J. (2011). Disordered gambling, type of gambling and gambling involvement in the British Gambling Prevalence Survey 2007. *European Journal of Public Health, 21*(4), 532–537. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckp177>
- Leino, T., Torsheim, T., Pallesen, S., Blaszczynski, A., Sagoe, D., & Molde, H. (2016). An empirical real-world study of losses disguised as wins in electronic gaming machines. *International Gambling Studies, 16*(3), 470–480. <https://doi.org/10.1080/14459795.2016.1232433>
- Madigan, J. (2016). *Getting gamers: The psychology of video games and their impact on the people who play them*. Rowman & Littlefield.
- McBride, J., & Derevensky, J. (2009). Internet Gambling Behavior in a Sample of Online Gamblers. *International Journal of Mental Health and Addiction, 7*(1), 149–167. <https://doi.org/10.1007/s11469-008-9169-x>
- Murch, W. S., & Clark, L. (2019). Effects of bet size and multi-line play on immersion and respiratory sinus arrhythmia during electronic gaming machine use. *Addictive Behaviors, 88*, 67–72. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.08.014>
- Nejvyšší kontrolní úřad. (2023). Stanovisko k návrhu státního závěrečného účtu České republiky za rok 2022 (k sněmovnímu tisku č. 440/0) [Stanovisko]. Praha. <https://www.nku.cz/assets/publikace-a-dokumenty/stanoviska-nku-ke-statnimu-rozpoctu/stanovisko-k-szu-2022.pdf>
- Newall, P. (2023). Beyond gambling: The dangers of analogistic reasoning in addiction science, and how loot box psychology should create its own unique theory. *Addiction Research & Theory, 0*(0), 1–6. <https://doi.org/10.1080/16066359.2023.2279082>

- Nielsen, R., & Grabarczyk, P. (2019). Are Loot Boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 4. <https://doi.org/10.26503/todigra.v4i3.104>
- Patterson, C. (2024, březen 1). *11 most expensive CS2 skins in 2024: Knives, AK-47, AWP & more in Counter-Strike 2*. Dexerto. <https://www.dexerto.com/counter-strike-2/most-expensive-cs2-csgo-skins-1340162/>
- Prawida, R. A., & Wahyuningsih, T. M. (2023). The Analysis of Gacha Game Addiction on The Players' Personal Monthly Expenses. *UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)*, 3(1), Article 1.
- Primi, C., Sanson, F., & Donati, M. A. (2024). Measuring risky loot box use: An item response theory analysis of the Risky Loot Box Index among adolescents. *Psychology of Addictive Behaviors*, No Pagination Specified-No Pagination Specified. <https://doi.org/10.1037/adb0001009>
- Przybysz, M. (2023). *Loot box regulation in the EU – loading status*. <https://www.dentons.com/en/insights/guides-reports-and-whitepapers/2023/june/28/loot-box-regulation-in-the-eu-loading-status>
- Příbyl, M. (2020). *Právní regulace a zdanění mechanismů s hazardními prvky v počítačových hrách* [Diplomová práce, Karlova Univerzita]. <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/121360>
- Richter, Š. (2019). Právní problematika lootboxů. *Revue pro právo a technologie*, 10, 69. <https://doi.org/10.5817/RPT2019-1-3>
- Sato, Y., Brückner, S., Kurabayashi, S., & Waragai, I. (2020). An empirical taxonomy of monetized random reward mechanisms in games. *Proceedings of DiGRA 2020*, 21

- Secades-Villa, R., Martínez-Loredo, V., Grande-Gosende, A., & Fernández-Hermida, J. R. (2016). The Relationship Between Impulsivity And Problem Gambling In Adolescence. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01931>
- Spicer, S. G., Nicklin, L. L., Uther, M., Lloyd, J., Lloyd, H., & Close, J. (2022). Loot boxes, problem gambling and problem video gaming: A systematic review and meta-synthesis. *New Media & Society*, 24(4), 1001–1022. <https://doi.org/10.1177/14614448211027175>
- Starcke, K., Antons, S., Trotzke, P., & Brand, M. (2018). Cue-reactivity in behavioral addictions: A meta-analysis and methodological considerations. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(2), 227–238. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.39>
- Wardle, H., Astbury, G., Thurstain-Goodwin, M., & Parker, S. (2016). *Exploring area-based vulnerability to gambling-related harm: Developing the gambling-related harm risk index*.
- Wardle, H., & Zendle, D. (2021). Loot Boxes, Gambling, and Problem Gambling Among Young People: Results from a Cross-Sectional Online Survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 267–274. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0299>
- Xiao, L., Henderson, L., Nielsen, R., Grabarczyk, P., & Newall, P. (2021). *Loot Boxes, Gambling-Like Mechanics in Video Games*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/cukwt>
- Xiao, L. Y. (2022). Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(1), 437–454. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3>

Zendle, D., Meyer, R., & Over, H. (2019). Adolescents and loot boxes: Links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society Open Science*, 6(6), 190049.
<https://doi.org/10.1098/rsos.190049>

Seznam tabulek a grafů

Graf 1 Rozložení věku a pohlaví.....	23
Graf 2 Zda a jak často respondenti získávají lootboxy	25
Graf 3 Rozložení her a odpovědí	26
Graf 4 Obdržování/Zisk lootboxů v jakékoliv hře	26
Graf 5 Poměr celkové útraty za 30 dní a výdělku za 1 rok.....	27
Graf 6 Výdělek za 1 rok.....	27
Graf 7 Útrata za 30 dní.....	28
Graf 8 Rozložení RLI skóre	29
Graf 9 RLI norma.....	29
Graf 10 Kladné odpovědi	30
Graf 11 Průměrný skór RLI dle jednotlivých otázek	31
Graf 12 Rozložení respondentů se zkušeností s lootboxy věk/pohlaví.....	32
Graf 13 RLI průměr a vzdělání matky a otce.....	33
Graf 14 Používání lootboxů je forma gamblingu?	34
Tabulka 1 T-test průměrná útrata žen a mužů.....	32
Tabulka 2 ANOVA nejvyšší dosažené vzdělání matky a průměrné skóre RLI.....	33
Tabulka 3 ANOVA nejvyšší dosažené vzdělání otce a průměrné RLI Skóre	34

Seznam příloh

1. Přeložený dotazník RLI.

Příloha 1: Přeložený dotazník RLI.

1. Abych získal*a lootboxy, často hraji déle, než jsem chtěl*a.
2. Věřím, že získávání předmětů z lootboxů je efektivním způsobem, jak vydělat peníze.
3. Abych získal*a lootboxy, trávím hraním dlouhou dobu.

4. Video hry hraji hlavně kvůli získávání předmětů z lootboxů.
5. Lootboxy si kupuji s nadějí, že získám nějaké cenné předměty k prodeji.
6. Kvůli tomu, kolik času nebo peněz jsem na lootboxy vynaložil*a, jsem se cítil*a provinile.
7. Odkládal*a jsem jiné aktivity, práci nebo povinnosti, abych mohl*a získat či si koupit více lootboxů.
8. Když otevřu lootbox, často mám nutkání otevřít další.
9. Někdy jsem za lootbox utratil*a více peněz, než jsem si mohl*a dovolit.
10. Poté, co jsem nezískal*a žádné cenné předměty, jsem si lootboxů koupil*a více.
11. Vzrušení, které zažívám při otevírání lootboxů, mě přimělo si jich koupit více.
12. Používání lootboxů mi způsobilo problémy.

Možné odpovědi u každé otázky na škále: Rozhodně nesouhlasím, Nesouhlasím, Nejsem si jistý, Souhlasím, Rozhodně souhlasím.