

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ

ANTROPOLOGIE

**ONLINE HRY A MIKROTRANSAKCE,
NOVÝ FENOMÉN V OBLASTI PATOLOGICKÉHO
HRÁČSTVÍ**

Bakalářská diplomová práce

Studijní obor: Sociální práce

Autor: David Bezdomnikov

Vedoucí práce: doc. Mgr. David Fiedor, Ph.D.

Olomouc 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma *Online hry a mikrotransakce, nový fenomén v oblasti patologického hráčství* vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat doc. Mgr. Davidu Fiedorovi, Ph.D. za jeho cenné rady, trpělivost, připomínky a odborné vedení, které mi poskytoval při psaní této bakalářské práce.

ANOTACE

Jméno a příjmení:	<i>David Bezdomníkov</i>
Katedra:	<i>Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie</i>
Studijní program:	<i>Sociologie</i>
Studijní obor obhajoby práce:	<i>Sociální práce</i>
Vedoucí práce:	<i>doc. Mgr. David Fiedor, PhD.</i>
Rok obhajoby:	<i>2024</i>

Název práce:	Online hry a mikrotransakce, nový fenomén v oblasti patologického hráčství
Anotace práce:	<p>Tato práce je zaměřena na téma online videoher a specificky pak na fenomén nakupování mikrotransakcí a lootboxů. Jedná se o velmi rozšířený a diskutovaný fenomén, který se týká mnoha různých věkových skupin.</p> <p>Cílem je představení základních pojmů spojených s tématy videoher, mikrotransakcí a hazardu a představení současných vědeckých poznatků, které se tématu týkají.</p> <p>Součástí práce je i kvantitativní výzkum, který se věnuje výskytu tohoto jevu u studentů základních a středních škol a jeho spojitosti s hazardním hráčstvím.</p>
Klíčová slova:	Gambling, videohry, mikrotransakce, lootboxy
Title of Thesis:	Online games and microtransactions, new phenomena in gambling industry
Annotation:	<p>This work focuses on the topic of online video games, specifically on the phenomenon of purchasing microtransactions and loot boxes. It is a widely spread and discussed phenomenon that affects many different age groups.</p> <p>The aim is to introduce the basic concepts related to the topics of video games, microtransactions, and gambling, and to present current scientific findings related to the topic.</p> <p>The work also includes quantitative research, which examines the occurrence of this phenomenon among</p>

	elementary and high school students and its association with gambling behavior.
Keywords:	Gambling, videogames, microtransactions, lootboxes
Názvy příloh vázaných v práci:	Dotazník k výzkumu
Počet literatury a zdrojů:	31
Rozsah práce:	36 s. (64 025 znaků s mezerami)

OBSAH

ANOTACE.....	4
OBSAH	6
ÚVOD.....	7
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	9
1.1 DEFINICE HRÝ.....	9
1.2 DEFINICE VIDEOHER	9
1.2.1 HISTORIE VIDEOHER	10
1.2.2 VIDEOHERNÍ ŽÁNRY	12
1.2.3 DISTRIBUČNÍ MODEL PRODEJE VIDEOHER.....	15
1.3 DEFINICE MIKROTRANSAKCÍ.....	15
1.3.1 TYPY MIKROTRANSAKCÍ	17
1.3.2 LOOTBOXY	18
1.3.3 PŘÍKLADY HERNÍCH OBCHODŮ	20
1.4 GAMBLING.....	22
1.4.1 DRUHY HAZARDU	24
1.4.2 LEGISLATIVA HAZARDU A REGULACE LOOTBOXŮ.....	25
2 REŠERŠE VÝZKUMŮ NA TÉMA MIKROTRANSAKCÍ	27
3 VÝZKUM	29
3.1 CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	29
3.2 DRUH VÝZKUMU.....	30
3.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR.....	32
4 ANALÝZA VÝSLEDKŮ.....	34
4.1 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU	34
4.2 VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK.....	53
ZÁVĚR.....	57
LITERATURA A ZDROJE	59
SEZNAM OBRÁZKŮ	63
SEZNAM GRAFŮ	64
SEZNAM PŘÍLOH.....	65
PŘÍLOHY	66

ÚVOD

Hraní videoher je fenoménem, který se vyvíjí již několik desítek let a patří mezi nejvýdělečnější formy zábavního průmyslu na této planetě. V posledních letech se však dynamicky mění formy distribuce těchto her. Na popularitě stále více získává tzv. digitální distribuce her a také jsou do videoher implementovány možnosti dodatečných nákupů dalších přídavek. Ty mohou mít formu například dalšího herního obsahu, bonusů nebo jiných nadstandardních služeb. Tyto přídavky jsou distribuovány za reálné peníze a jsou dnes souhrnně nazývány jako tzv. mikrotransakce (Zendle a kolektiv, 2020).

Tato bakalářská práce si klade za cíl představení a lepší pochopení této problematiky pro čtenáře. Vydefinování pojmů spojených s hraním videoher s fokusem na mikrotransakce a lootboxy. Představím i nejpoblárnější žánry současného videoherního pole. Dále se v práci budu věnovat srovnání s moderními formami hazardu a také legislativnímu ukotvení těchto dvou jevů v českém prostředí, ale i v jiných částech světa.

Teoretickou část práce podpořím kvantitativním výzkumem zaměřeným na cílovou skupinu hráčů videoher druhého stupně základních a středních škol, jejich inklinaci k využívání lootboxů a s tím spojenými jevy, které známe u hráčů běžně rozšířených hazardních her.

Cílem práce je tedy zjišťovat, jak tato cílová věková skupina přistupuje k hraní videoher a využívání různých forem mikrotransakcí se specifickým zaměřením na nákup lootboxů. Zároveň se zaměřím na to, jaké mají tyto preference případný vliv na výskyt a vznik jevů často spojovaných s výskytem problémového hráčství.

Praktickým výstupem této práce může být lepší uchopení tématu v rámci preventivních a edukativních programů primární prevence ve školách, ale i v adekvátních sociálních službách typu Nízkoprahových zařízení pro děti a mládež, kde jsou cílovou skupinou právě děti a mládež. Právě v těchto službách se uplatňuje mix sociálních, preventivních a edukativních činností zaměřených na širokou paletu sociálně nežádoucích jevů. Mnou zvolené téma patří jednoznačně mezi ně. Další využití spatřuji v poradenských službách zaměřených na děti a mládež, ale i práci s celou rodinou. Přesah vidím i do profese psychologů a adiktologů, kteří s daným tématem mohou intenzivněji pracovat a lépe rozumět tomuto fenoménu.

K tématu mám i osobní vztah, a to z hlediska mé profesní stránky, protože se věnuji problematice závislostního chování a prevenci patologických jevů u cílové skupiny dětí a mládeže.

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

1.1 DEFINICE HRY

Nejdříve je vhodné si připomenout, jak vlastně můžeme definovat hru jako samotnou. Videohry z klasických her vycházejí a přejímají tyto základní principy. V Psychologickém slovníku můžeme najít definici, která hru popisuje jakožto jednu ze základních lidských činností, které jsou zároveň spojeny i s učením a prací. U dětí popisuje jako hlavní smysl a účel zábavu a prožitky. U dospělých je už hra svázána více pravidly (Hartl, Hartlová, 2015).

Huizinga (2020) definuje pro hru sedm zásadních bodů:

1. Svoboda – hra je realizována ze svobodné vůle
2. Hra není vlastní život ale hraní role
3. Hra je opakovatelná
4. Hra má svoje jasně definovaná pravidla a řád
5. Hra je časově a prostorově ohraničená
6. Hra spojuje hráče
7. Hra obsahuje prvek náhody

1.2 DEFINICE VIDEOHER

Videohry, které mohou být nazývané také jako počítačové nebo digitální hry, se staly jednou z nejvýznamnějších forem moderních her. Videohry dnes hrají děti už od batolecího věku, teenageři, dospělí pracující lidé, ale i senioři. Staly se součástí kultury a trávení volného času dnešní doby.

Ve studii Hraní digitálních her českými adolescenty (Suchá a kolektiv, 2018) najdeme novou a realistickou definici těchto her. „Digitálními hrami jsou tedy všechny elektronické hry, které je možné hrát prostřednictvím různých

zobrazovacích zařízení, mezi něž patří počítač, mobilní telefon, tablet nebo herní konzole“.

Dostál (2011) popisuje videohry jako „*software, který není určený k naplňování vnějších cílů, ale slouží k relaxaci, zábavě a také i rozvoji dovedností samotného hráče*“.
(Dostál, 2011)

Bergonse (2017) u své definice popisuje videohry jako typ interakce lidského hráče s elektronickým zařízením, které mu zprostředkovává vizuální a emoční vjemy, a to za pomoci vymyšleného obsahu, který hráči umocňuje jeho vlastní pocity a propojuje jeho emoční prožívání s tímto fiktivním světem nebo herními postavami.

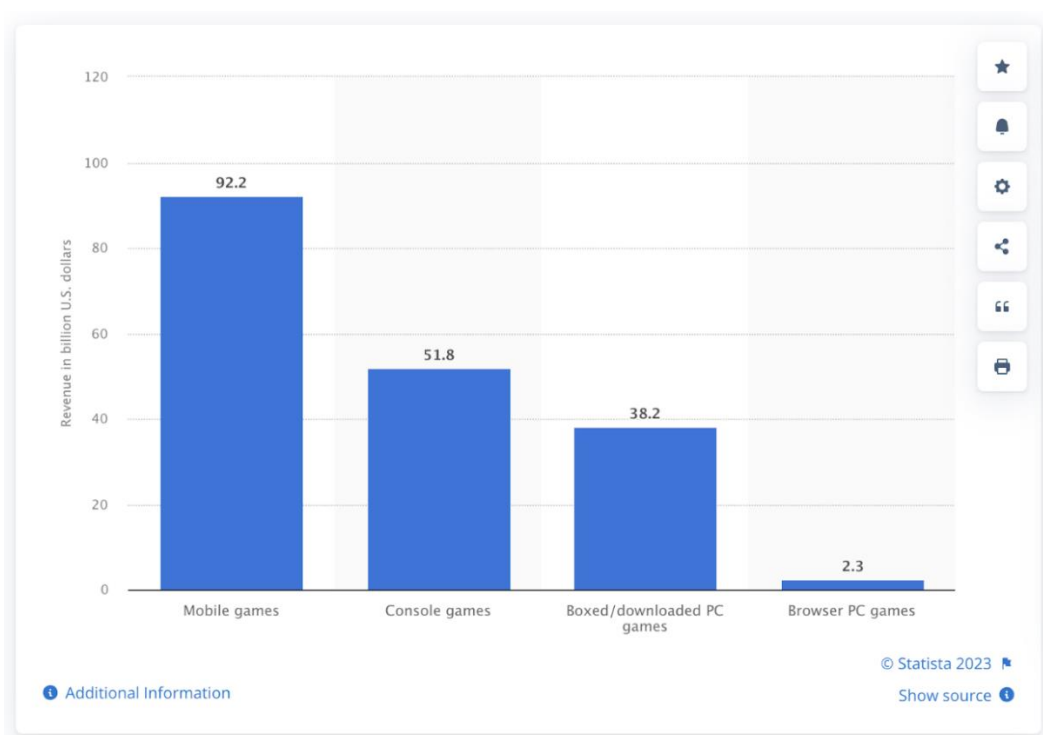
Close a Lloydová (2021) se specificky věnují žánru online videoher, které definují jako herní světy, které spojují komunity hráčů. Tyto komunity se věnují hledání společných zážitků a snaží se o spoluvytváření nových funkčních světů a principů chování. Popisují dále rozmach těchto her v kontextu rozvoje internetového připojení v rámci celého světa a snaze o srovnání svých herních schopností s hráči z celého světa.

Z uvedených definic vyplývá, že hra jako taková je spojena s učením a prací, u dětí se orientuje převážně na zábavu a prožitky, u dospělých je navíc podmíněna několika výše vymezenými pravidly. Videohry jsou takové hry, jež jsou zobrazovány prostřednictvím digitálních zařízení, se kterými hráč přímo interaguje. Významným prvkem videoher je hráčská komunita, která přímo propojuje jednotlivé hráče napříč celým světem.

1.2.1 HISTORIE VIDEOHER

Videohry jsou moderním fenoménem, který zasahuje širokou škálu lidské populace. Historicky se první hry datují do 50. let minulého století, prvním zásadním milníkem se stává ale až vydání hry Pong v roce 1972. Na dnešní

poměry primitivní hra se stala hitem a otevřela cestu k úspěchu dalším hrám. Populární jsou tzv. arkádové hry ve formě herních automatů, které byly umísťovány do barů a zábavních center. Po přesycení trhu, velkým množstvím her v 80. letech však dochází počátkem 90.let k výraznému boomu, kdy se hry stávají masovým fenoménem a tzv. rodinnou zábavou. To se děje především díky vyšší dostupnosti domácích herních konzolí od značek Nintendo, Atari a Sega a posléze i Sony a Microsoftu (history.com, 2022). V současné době se jedná o jednu z nejrozšířenějších forem zábavy a především sektorem s obrovskými tržbami. V roce 2022 dosahovaly celosvětové tržby z herního průmyslu částky 183 miliard dolarů, což je více než celkové tržby filmového průmyslu. Dominantní zobrazovací platformou v roce 2022 byly mobilní telefony, následovaly herní konzole. Tradiční popis, že majoritní skupinou jsou hráči PC her, se tedy ukazuje již jako přežitek. (helplama.com, 2023)



Graf č.1 - podíl celkových tržeb z videoherního průmyslu podle jednotlivých platform v roce 2022.

Poslední roky dochází k významnému boomu online hraní her. Online možnosti her jsou v dnešní době už takřka nedílnou součástí a hranice mezi dělením videoher na online a offline se postupně vytratila. Pokud tedy mluvíme o videohrách ve dvacátých letech tohoto století, jedná se ve většině případů o online videohry.

1.2.2 VIDEOHERNÍ ŽÁNRY

Videoherní průmysl nabízí svým konzumentům široké spektrum různých žánrů. Tato variabilita (podobně jako u filmového nebo hudebního průmyslu) má za cíl oslovení mnoha různých typologií hráče. V této kapitole si tedy představíme dělení videoher dle jednotlivých žánrů a stylů, a to i s ukázkou některých nejznámějších herních značek. Většina těchto žánrů se v dnešní době vyznačuje možností hrát tyto hry především v rámci online zážitku.

- a) Akční hry – nabízí většinou velmi intenzivní a rychlý zážitek v podobě různých stříleček (často sledovaných z pohledu první osoby a definovaných jako tzv. first person shooters nebo FPS) nebo bojových her. Patří mezi vůbec nejoblíbenější žánry mezi hrami a neznámějšími příklady mohou být herní franšízy Grand Theft Auto, Call of Duty nebo Fortnite). Pokud bychom připodobnili tento žánr ke klasickým hrám, jednalo by se o virtuální zpracování oblíbené dětské hry *na vojáky*.
- b) Adventury (dobrodružné hry) – zprostředkovávají hráčům silný příběhový zážitek spojený s exploraací herního světa a objevováním vlastních možností, jak hru úspěšně dohrát. I zde najdeme silné značky herního byznysu, jakými jsou například hry Tomb Raider, Uncharted nebo Legends of Zelda. Opět tyto hry často nahrazují klasické formy zábavy z dětství – sledování nebo čtení pohádek a komixů.
- c) Role Playing Games (RPG) – často označované také jako hry na hrdiny. Tyto hry nabízí silné pouto mezi herní postavou a samotným hráčem

a jsou založeny na vývoji této herní postavy a jejím postupným vylepšováním a modifikacemi. Významnými značkami mohou být například hry Final Fantasy, série Elder Scrolls nebo Fallout. Hry systémově vycházejí z knižních verzí her na hrdiny, kde je nejznámější pravděpodobně Dungeons and Dragons, v českém prostředí pak oblíbené Dračí Doupe.

- d) Sportovní hry – tyto hry slouží jako virtuální simulace všech běžných reálných sportovních aktivit. Videoherní svět zde de facto kopíruje ten reálný, co se týče popularity jednotlivých sportů, takže vůbec nejpobulárnějšími značkami jsou simulace fotbalu (dříve FIFA nyní nově EA FC), hokeje (NHL) nebo basketbalu (NBA 2K). Spojení s reálnými aktivitami je zde zřejmé a jedná se o pasivní formu vykonávání reálných sportů.
- e) Strategické hry – jsou zaměřeny především na hráčovy analytické a rozhodovací dovednosti. Jedná se o jeden z nejstarších žánrů mezi hrami a subžánrově jde o válečné hry nebo třeba hry založené na tom, jak hráč umí pracovat s herními zdroji. U těchto her nelze nezmínit hry jako Star Craft, Age of Empires nebo Sim City. Hry často vycházely z reálných deskových her a v dnešní době se tyto světy stále častěji propojují. Například i implementací různých aplikací do klasických stolních her.
- f) Puzzle nebo logické hry – právě tyto hry jsou nejčastějším žánrem na platformě mobilního hraní. Vyznačují se většinou jednoduchou grafikou a rychlým stylem hraní, aby si jimi hráči mohli například krátit čas během cestování. Průkopníkem v rámci žánru je bez debat hra Tetris, v dnešní době jsou nejpobulárnější tzv. match 3 hry, kdy spojujeme stejné symboly do trojic. Mezi příklady v rámci této kategorie patří hry Bejeweled nebo Candy Crush. V reálném světě pak

tyto hry nahrazují pexeso, luštění křížovek nebo Sudoku (nicméně všechny tyto uvedené hry najdeme i v jejich virtuální podobě).

V posledních letech jsou v rámci daného žánru stále více populárnější i virtuální karetní hry typu Hearthstone nebo Magic the Gathering: Arena.

- g) MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) – vycházejí z RPG her, které popisují výše. Specifikem žánru je skutečnost, že tyto hry se odehrávají ve světě, který je sdílený pro obrovský počet dalších hráčů, a dochází zde k interakcím mezi hráči, a to jak v kooperativním, tak i kompetitivním režimu. Typickým průvodním jevem těchto her je silný komunitní duch a obrovská časová náročnost her, kdy v nich hráči stráví bez potíží i tisíce hodin ročně. Mezi ty nejzásadnější značky patří především World of Warcraft, Guild Wars nebo Elder Scrolls online.

Existují samozřejmě i další žánry, ale výše zmíněné jsou ty, které videoherní svět jasně definují. Stejně jako u filmů, i zde pozorujeme velký rozsah u některých her, které oscilují mezi mnoha různými žánry.

Mezi další dělení her pak můžeme zařadit i to, zdali je hráči hrají sami a jedná se o tzv. singleplayer hry, anebo společně s dalšími hráči, které nazýváme jako multiplayerové. Nejpopulárnější hry současnosti se vyznačují právě příklonem k multiplayerovému hraní. Jedná se o MMORPG nebo také MMO hry uvedené výše a zároveň relativně nové pojetí her, tzv. MOBA hry (Massive Online Battle Areny), které sdružují skupiny hráčů v bojových arénách a úkolem je propracovat se do pozice posledního hráče ve hře (Chomynová a kolektiv, 2023).

1.2.3 DISTRIBUČNÍ MODEL PRODEJE VIDEOHER

Videohry byly historicky distribuovány především formou některého z aktuálních digitálních nosičů. Jedná se například o diskety, cartridge, CD-ROMY a v posledních letech převážně Blu-ray disky. S rozvojem internetu se čím dál více popularizuje tzv. digitální distribuce her. Jedná se o zakoupení licence k hraní hry skrze virtuální obchod typu Steam, AppStore nebo Playstation Store a její následné stažení do zařízení.

Ve studii o Hraní digitálních her českými adolescenty (Suchá a kolektiv, 2018) můžeme najít rozdělení distribučních modelů prodeje na:

1. Premium (často také používaný termín Pay to play). Tento model zahrnuje klasický model zakoupení hry nezávisle na tom, jestli se jedná o nákup nosiče, anebo digitální licence. Tímto nákupem hráč dostává přístup ke kompletní verzi hry, kterou není nutné dále platit nebo vylepšovat.
2. Freemium (častěji používaným termínem je Free to play). Tento model naopak nabízí bezplatnou možnost zakoupení dané hry (takřka výhradně se jedná o digitální distribuci kvůli absenci distribučních nákladů). Tyto hry jsou dále financovány formou pravidelných měsíčních poplatků neboli předplatného, jehož placení umožňuje prožití plnohodnotného zážitku ze hry. Dalším modelem je pak financování formou malých plateb, tzv. mikrotransakcí.

1.3 DEFINICE MIKROTRANSAKCÍ

Jak už bylo zmíněno v úvodu této práce, mikrotransakce se v posledních letech staly jedním z základních prvků v prostředí videoher a specificky pak v takových videohrách, které hráči hrají především online. Zendle a Cairns (2018) tuto skutečnost spojují právě s rozvojem Free to play modelů distribuce her, které se ukazují jako ekonomicky úspěšnější z hlediska celkových tržeb.

Popisují i chuť hráčů zkoušet nové hry díky tomu, že jsou zdarma. Hráči pak mají možnost si na hru zvyknout a zvyšuje se šance, že v průběhu hraní nějakou mikrotransakci zrealizují.

Close a Lloydová (2021) popisují mikrotransakce jako „*možnost zakoupení dodatečného herního obsahu v rámci hry, který může být zakoupen za herní měnu, ale i reálné peníze*“. Ekonomický model mikrotransakcí doplňují o zjištění, že existují typologie hráčů, kteří mají vyšší sklony k tomuto druhu nákupů a ti pak svými nákupy de facto zaplatí celkový vývoj hry. Zmiňují i terminologii z hráčských subkultur, které tento druh hráčů označují jako tzv. velryby. Díky nákupům těchto hráčů pak profituje širší komunita hráčů, aniž by musela vynakládat nějaké zásadní finanční prostředky.

Z hlediska ekonomické hodnoty se jedná primárně o platby malého rozsahu (většinou kolem 1 dolaru nebo eura, tedy v našich podmínkách asi 25 Kč), ale jejich horní limit není nijak omezen, takže se v různých hrách můžeme setkat i s platbami v řádech vyšších tisíců korun.

Placením těchto mikrotransakcí hráč získává dodatečný herní obsah (často se používá zkratka DLC – Downloadable content nebo Add-on), který určitým způsobem vylepšuje herní prožitek ze hry. Toto vylepšení může mít mnoho forem – od zpřístupnění dalších herních lokací, vylepšení vzhledu herní postavy, ale také získání signifikantní herní výhody před protihráči (často se pak mezi hráči tento model označuje s pejorativním podtextem jako Pay to Win).

Wardaszko (2019) popisuje fenomén nakupování za pomoci mikrotransakcí jako „*obchodní tržiště, které se nachází uvnitř hry samotné a motivuje hráče k delšímu hraní hry, aby si na zde vystavované artikly vydělal příslušnou herní měnu*“. Získávání této herní měny je často spojeno s časově náročným procesem hraní

hry samotné nebo dosahováním specifických úspěchů. Zároveň je možno tuto herní měnu směnit za reálné finance právě formou mikrotransakce.

1.3.1 TYPY MIKROTRANSAKCÍ

Mikrotransakce můžeme rozdělit do dvou velkých skupin podle toho jaký obsah kupujícímu nabízejí (Kopecký, 2023).

První skupinu můžeme charakterizovat jako designové mikrotransakce. Ty nabízejí především designové a kosmetické efekty pro hraní hry. Jedná se především o velmi populární skiny, které můžeme popsat jako nové obleky a vzhledy pro herní postavy nebo například nové designové animace do virtuálních karetních her. Typickým příkladem her, které principiálně fungují na tomto systému úpravy herních postav, mohou být například Fortnite a League of Legends nebo Hearthstone v případě karetních her.

Často žádaným artiklem jsou u hráčů i tzv. emoty, které můžeme charakterizovat jako herní hlášky určené pro komunikaci s ostatními hráči, zvukové efekty anebo v případě hry Fortnite i tance a gesta, které reprezentují různé projevy hráčových emocí (např. radost, strach, vztek nebo umocnění pocitu z výhry).

Druhou skupinou mikrotransakcí jsou herní předměty, které mají svou herní funkcionalitu a nabízejí hráči i konkrétní herní výhodu. Typickým příkladem je například fotbalová série Fifa a v ní obsažený herní režim Ultimate team. V něm hráči tvoří svůj tým za pomoci kartiček, které vyobrazují skutečné fotbalové hráče, a ty posléze umísťují do svého týmu. Hráči, stejně jako v reálném světě, mají různou kvalitu a hodnotu, které mají výrazný vliv na skutečnou herní výhodu. Přestože je hra prezentována jako dovednostní hra, platí, že i méně schopný hráč má s kvalitnějším týmem výrazně vyšší šanci na výhru.

V zahraniční literatuře nacházíme další typologii mikrotransakcí, což jsou tzv. battle passy. Neelyová (2021) je popisuje jako jasně stanovený program nebo kalendář, který hráči nabídne po určitou dobu přístup k nadstandardnímu obsahu hry, jenž není možné získat běžným hraním hry anebo jej lze dosáhnout jen za pomoci výrazné časové investice do hraní.

Wardaszko (2019) tyto battle passy připodobňuje VIP vstupence na sportovní utkání nebo kulturní akci, kdy k běžnému vstupu získáváte nadstandardní servis, lepší výhled a například památeční upomínkové předměty, což je ale kompenzováno vyšším vstupným. Zároveň jsou tyto battle passy často omezené časově a motivují hráče, aby se do hry vraceli častěji, k čemuž jsou nezdědka využívány různé notifikace nebo upozornění.

1.3.2 LOOTBOXY

Lootboxy (označovány také jako loot boxy, loot crates, booster packy nebo v ČR užívaný název „bedničky“) jsou herním mechanismem, který v posledních letech bývá často herními vývojáři implementován do jejich výtvorů a herních ekonomik. Jedná se o specifický segment mikrotransakcí, které popisují výše.

Lootboxy můžeme definovat jako nadstandardní herní obsah, který je zakoupený za reálné peníze, ale obsahuje náhodný obsah, který má rozdílnou herní i reálnou hodnotu (Zendle a kolektiv, 2020). Tato definice často i laické veřejnosti může evokovat podobnost s loteriemi, které sice patří mezi formy hazardu, ale jejich rizikový potenciál je často bagatelizován. Naopak bývá podporovaný rodinným prostředím jako forma zábavy a nikoli jako rizikovým jevem. Podobnou optikou je tak tedy vnímána i problematika lootboxů.

„Lootboxy jsou virtuální truhličky nebo krabice, které po svém otevření umožní získat nějakého herního předmětu náhodného charakteru z předem stanovených možností. Tento model je ve videohrách známý po celé dekádě, ale nyní jsou tyto předměty získávány především výměnou za reálné peníze a nikoli herní měnu.“ (Neelyová, 2021).

Zpráva o digitálních závislostech v ČR zmiňuje lootboxy v souvislosti s jejich návykovým potenciálem a nutností upravovat podmínky prodeje a případné regulace her, které tento typ mechanismu obsahují. Zároveň zde můžeme najít fakt, že lootboxy byly dle výzkumu z roku 2019 obsaženy v 71 % nejhranějších her na platformě Steam (jedná se o nejrozšířenější platformu na distribuci digitálních her). Pro srovnání je zde uveden i fakt, že v roce 2010 byl tento mechanismus uveden pouze v 4 % her (Chomynová a kolektiv, s. 35).

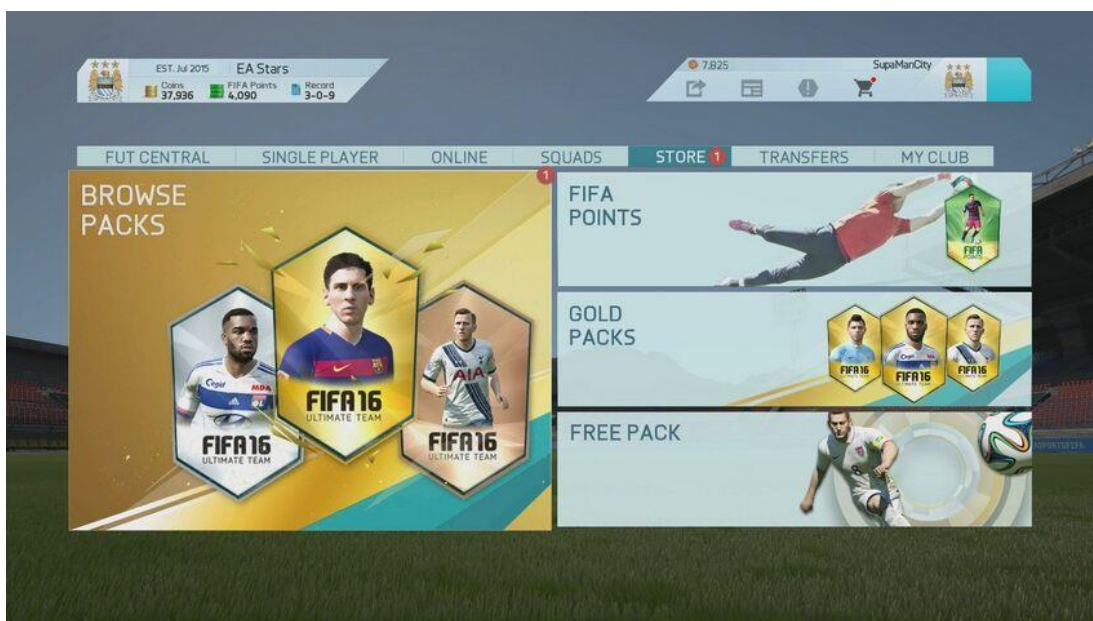
Brady a Prentice (2021) nabízejí další zajímavý pohled na lootboxy. Přirovnávají moderní hry typu MMORPG nebo MOBA k tzv. sociálním kasinům. Ve svém výzkumu se zaměřili na hráče, kteří kupují lootboxy ve sportovní simulaci FIFA. Sledovali především změny srdečního tepu u hráčů v době, kdy lootboxy kupovali, a biologické reakce jejich těla na případnou výhru nebo prohru. Zjišťují, že tyto biologické procesy jsou srovnatelné s hráči v klasickém kasinu, kteří se věnují například ruletě, blackjacku nebo klasickým výherním automatům. Tyto změny jsou navíc silnější v momentech, kdy hráč zakupuje dražší lootbox nebo vsadil vyšší částku, a tím se i zvedá pravděpodobnost na exkluzivnější odměnu.

Lootboxy zároveň fungují jako zkrácení takto investovaného času do hry, protože herní předměty nebo bonusy nabízejí výměnou za investované peníze takřka okamžitě, ale vždy s určitou dávkou pravděpodobnosti, takže jsou

distribuovány náhodně. Zde se tak nabízí srovnání s klasickými formami loterie, které fungují na podobném principu.

1.3.3 PŘÍKLADY HERNÍCH OBCHODŮ

Pro lepší pochopení, jak herní obchody v moderních videohrách fungují, představím herní obchod jedné z nejpoblárnějších her současnosti, kterou je série FIFA (v současnosti pod názvem EA FC).



Obrázek 1: Ukázka z herního obchodu hry FIFA 16

Hráči si zde mohou zakoupit herní balíčky obsahující virtuální kartičky fotbalistů. Celý tento režim je převážně založený na online hraní formou lig a turnajů, tudíž je značně kompetitivní, a kvalitnější hráči, respektive kartičky jsou k úspěchu nezbytné. Hráči tyto balíčky získávají pravidelně zdarma za plnění herních úkolů, ale mohou je kupovat i v rámci již zmíněného obchodu. Ten funguje na principu tzv. fifa points, které lze koupit pouze za reálné peníze. Danou virtuální měnu lze poté použít na nákup samotných balíčků, které jsou nabízeny v rozdílné nominální hodnotě a kvalitě. U dražších balíčků je vyšší šance na nalezení těch nejlepších herních

předmětů, což vyplývá z popisu jednotlivých balíčků v rámci obchodu, včetně uvádění procentuální pravděpodobnosti. Otevírání herních balíčků je často doplněno o herní animaci, která se mění na základě vzácnosti právě otevřeného předmětu. V případě těch nejvzácnějších můžeme vidět blikající a zvukové efekty, které mohou evokovat klasický výherní automat.



Obrázek 2: Ukázka z herního obchodu hry Magic the Gathering: Arena

Druhým příkladem je karetní hra Magic the Gathering: Arena. V této online době populární karetní hry taktéž najdeme herní obchod nabízející herní měnu. Tentokrát tzv. gemy (drahokamy) a zlaté mince. Drahokamy jsou možné získat převážně zakoupením za reálné peníze, zatímco mince slouží jako pravidelné odměny zdarma pouze za odehrané zápasy. U odměn zdarma je ale nastaven limit, kolik jich lze denně nebo týdně získat. Za tyto herní měny můžeme zakupovat nejen herní balíčky, ale i virtuální obaly na karty, alternativní designy karet nebo tzv. pety neboli mazlíčky, kteří ale na samotné hraní hry nemají žádný vliv. V obchodě nalezneme denně se měnící slevové nabídky, které jsou limitované pro daný den a často už následně nejdou získat. Motivují tedy hráče pro nákup, a to často prostřednictvím zmíněných drahokamů.

Tyto body, drahokamy a další druhy komodit označujeme souhrnně jako herní měnu. Tomić (2018) herní měny rozděluje na běžné, které lze získat i běžným hraním hry, a prémiové, které nelze získat jinak než výraznými herními úspěchy nebo směnou za reálné peníze. Nabízí i zdůvodnění, proč se tyto herní měny využívají. Popisuje myšlenkové pochody hráčů, kteří nemají zábrany v utrácení těchto měn oproti utrácení běžných reálných měn. V rámci podpory tohoto jevu dochází i k časté strategii vývojářů her, kteří směnu reálných a herních měn nabízí v rámci komplikovaného kurzu, aby hráčům znemožnili rychlý přepočítání během nákupu.

Herní měnu lze kupovat podobně jako jiné komodity. Wardaszko (2019) uvádí jako varianty bankovní převod, platby prostřednictvím telefonního paušálu a v posledních letech velmi rozšířené online platební karty, které mají nabitou určitou finanční hotovost. Typickým příkladem mohou být tzv. paysafe karty, které lze zakoupit volným prodejem bez registrace a umožňují tak provádět bezhotovostní platby bez nutnosti vlastnit reálný bankovní účet.

1.4 GAMBLING

Gambling nebo také hazardní hraní patří mezi nejrozšířenější a společensky nejvíce diskutované nelátkové závislosti. Často je vnímán v rámci zdravotních obtíží jako nemoc. Toto potvrzuje i definice Světové zdravotnické organizace (WHO), která gambling kategorizuje jako: *„poruchu spočívající v častých opakovaných epizodách hráčství, které převládají na úkor sociálních, materiálních, rodinných a pracovních hodnot a závazků. Lidé trpící touto poruchou mohou riskovat ztrátu zaměstnání a to, že se velmi zadluží, budou lhát nebo porušovat zákon, aby získali peníze určené na hraní nebo se vyhnuli placení závazků. Hráči popisují intenzivní puzení ke hře, které lze těžko ovládnout, spolu se zaujetím myšlenkami a představami hraní a okolností, které tuto činnost doprovázejí. Toto zaujetí a puzení*

se často zvyšuje v období, kdy zažívají stresující události.“ (Höschl a kol., 2002, s. 567).

Uvedenou definici často zmiňují a podporují i další autoři věnující se tématu hráčství. Kalina například poukazuje na zvyšování finančních prostředků určených k hraní a obtížnou nebo neexistující kontrolu, která je v rozporu se vzrůstajícím vzrušením ze hry. Právě toto vzrušení se pak stává motivačním prvkem pro samotné hraní a dá se interpretovat i tak, že pro hráče je důležitá především hra samotná než jen pocit z uskutečněné výhry. Popisuje dále i vznik a rozvoj abstinenčních příznaků, které se často objevují v období, kdy se hráč snaží s touto aktivitou přestat nebo ji omezovat. Zažívají tak silné pocity frustrace a vnitřního neklidu, které naopak vedou spíše k nutkavému jednání se ke hře vrátit a uspokojit silné bažení, které hraní pro tyto jedince nabízí. (Kalina, 2003, str. 267)

Historický pohled na fenomén gamblingu nabízí například Williams, který jej popisuje z hlediska vývoje různých civilizací a národů. Zmínky o různých soudobých formách hazardu můžeme pozorovat například už v období starověku na území Egypta, kde se lidé věnovali sázení na hru založenou na házení kostí nebo v kmenech jihoamerických Indiánů, které losováním volili například i oběť určenou pro obětování bohům. Nezřídka jsme se setkávali v historii i s tzv. státními loteriemi, kdy za zmínku stojí například loterie v Číně. V období konstrukce Velké čínské zdi tato loterie fungovala jako základní finanční zdroj pro dokončení stavby. Sázení na sportovní zápasy naopak jasně připomínají sázky na zápasy gladiátorů, které v dnešní době nahrazují bojovníci MMA nebo boxu. S vývojem se stále více a více hazard měnil v zábavní událost a životní styl, zatímco v minulosti byl mnohem více signifikantní jeho náboženský nebo společenský charakter. (Williams, 2002)

Zimbardo a Coulombe světy gamblingu a gamingu spojují tím, že klasické formy gamblingu rozšiřují o nové tendence ve videoherním průmyslu, kde

konkrétně upozorňují na rizika spojená s mikrotransakcemi a lootboxy. Tyto novodobé doplňky videoher připodobňují k loterijnímu odvětví. Udávají také, že muži a chlapci jsou dominantní rizikovou cílovou skupinou zmíněných jevů. Téma uzavírají tvrzením, že *„videohry škodí také tehdy, když se člověk, který je hraje, natolik odcizí realitě a skutečným lidem, že k nim není schopen nic cítit“*. (Zimbardo, Coulombe, 2017, str. 112)

1.4.1 DRUHY HAZARDU

Hazardní hry mají mnoho různých podob a druhů. Dle Institutu pro regulaci hazardních her (iprh.cz, 2023) je můžeme dělit následovně.

Loterie – zde můžeme zařadit klasické loterie, které jsou ve společnosti výrazně rozšířené a patří zde například nákup stíracích losů nebo klasické loterie typu Sportka. Do této kategorie můžeme zařadit například i tomboly.

Kurzové sázky – zde se setkáváme především s kurzovým sázením na sportovní zápasy a jiné události. Dále do této kategorie patří živé hry v kasinu (například ruleta, karetní hry nebo kostky).

Technické hry – zde jsou nejvýznamnějším zástupcem videoloterijní terminály (VLT) a elektronické varianty živých her z kasin a heren.

S tolik diskutovaným rozvojem online možností v moderní společnosti, se čím dál více prosazují online varianty výše zmíněných druhů hazardních her. To se děje i v souvislosti se snahami regulovat hazardní hry, například s omezováním provozoven, kde se může hazard poskytovat. Online formy hazardu však představují potenciálně vyšší riziko. *„Z pohledu rizikovosti představují oproti klasickým hrám a loteriím v land-based prostředí vyšší riziko vzniku a rozvoje problémového hraní online hry, včetně online loterií – jsou dostupné nepřetržitě, umožňují hraní více her současně, nabízejí možnost okamžité hry*

a možnost hry, sázky nebo slosování probíhají s vysokou frekvencí.“ (Chomynová a kolektiv, 2023, s. 9)

V současnosti činí tržby z online forem hazardu v České republice téměř polovinu celkového objemu vložených financí. V roce 2022 to bylo 49,7 % z celkového podílu. Toto procentuální vyčíslení dosahuje částky 759,3 miliard korun, což v meziročním srovnáním s rokem 2021 ukazuje nárůst o více než 230 miliard korun. (Chomynová a kolektiv, 2023)

1.4.2 LEGISLATIVA HAZARDU A REGULACE LOOTBOXŮ

Hazardní hry v České republice podléhají zákonným normám, které stanovují, že *„hazardní hrou se rozumí hra, sázka nebo los, do nichž sázející vloží sázku, jejíž návratnost se nezaručuje, a v nichž o výhře nebo prohře rozhoduje zcela nebo zčásti náhoda nebo neznámá okolnost.“* (Zákon č. 186/2016 Sb.). Zákon v posledních letech prodělal výraznou změnu, kdy se zavádí registr hráčů hazardních her, který je povinný pro každou osobu v České republice jakožto podmínka pro účast na některé z hazardních her. Okruh těchto osob je vymezený minimálním věkem 18 let a je relevantní pro online i offline varianty hazardu. Zároveň vznikl registr vyloučených osob, vymezující určitou část populace, které je hraní zamezeno. Zde patří například příjemci sociálních dávek, lidé s nařízenou ochrannou léčbou, neplatiči výživného, ale i osoby, které se do rejstříku zapsaly dobrovolně v rámci sebeomezujícího opatření (zodpovednehraní.cz, 2023).

Proces hraní videoher a potažmo celý systém nákupů mikrotransakcí není v České republice nijak ošetřen zákony. Hry, které obsahují mikrotransakce musí být označeny ratingem Pan European Game Information (PEGI), který je uveden přímo na kopii hry nebo v povinných informacích o hře, pokud se jedná o digitální nákup. Překvapivým faktem je to, že toto označení nemá

spojitost s věkovým omezením pro dostupnost dané hry a můžeme se tedy setkat s hrami, které jsou uvedeny jako vhodné pro děti od 3 let a mikrotransakce jsou v nich obsaženy. Zda hry obsahují mikrotransakce, reflektuje PEGI od roku 2018 a přítomnost lootboxů posléze od roku 2020. (pegi.info,2024)

V zahraničí můžeme najít příklady, kdy se legislativa měnila na základě vývoje tohoto fenoménu. Zde můžeme uvést například Belgii, která lootboxy zakázala v roce 2018 jako reakci na přítomnost lootboxů ve hře Star Wars Battlefront. Vývojáři her, které obsahují lootboxy, musí zároveň být držitelé licence k poskytování hazardu. Podobně reagovalo například Nizozemí a Rakousko. V dalších zemích Evropské Unie je téma často diskutováno, ale jsou vydávány spíše prohlášení a varování než konkrétní zákonné normy. (simmons – simmons.com, 2023)

2 REŠERŠE VÝZKUMŮ NA TÉMA

MIKROTRANSAKCÍ

Jak už bylo nastíněno v předchozích kapitolách, lootboxy jsou stále relativně mladým fenoménem. Výzkumů, které by se věnovaly tomuto tématu, je zatím velmi málo a v českém prostředí se tématem studie zabývají spíše okrajově.

Prvním významným výzkumem, který se tématu lootboxů věnoval, realizovali Zendle a Cairns (2018). Zaměřili se na skupinu hráčů videoher ve věku 18 a více. Cílem výzkumu bylo definovat, zdali mají hráči videoher a potažmo ti, kteří lootboxy nakupují, větší inklinaci ke klasickým formám hazardu. Na lootboxy se v tu dobu nenahlíželo jako na fenomén spojený s hazardem, ale spíše jako „něco, co je více srovnatelné se sbíráním sportovních baseballových kartiček, kde není element překvapení, protože vždy dostanete nějakou hodnotu v balíčku“.

Celkově se do výzkumu zapojilo 7422 respondentů z řad hráčů videoher, z nichž 6441 (78 %) si někdy lootbox zakoupilo. Z výzkumu vyplynulo, že existuje silné spojení mezi hráči, kteří lootboxy kupují, a problémovým hráčstvím. U problémových hráčů se tento jev vyskytoval až pětkrát více než u hráčů v nízkém riziku hraní. Zajímavým faktem je také zjištění, že je tento jev přítomen u problémových hráčů častěji než například nadměrné užívání alkoholu, experimentování s nealkoholovými drogami nebo jinými psychickými obtížemi.

Propojenost světů gamblingu a videoher potvrzují i další výzkumy, které se zaměřují na cílovou skupinu teenagerů. V Austrálii se věnovali skupině hráčů videoher ve věku 15 – 17 let. Zjistili, že až 60 % hráčů videoher z této věkové skupiny má zkušenost s klasickou formou gamblingu, především v podobě sázek a karetních her. U 3 až 4 % hráčů se objevují příznaky známé

u patologických hráčů. Například investování větší částky, než bylo plánováno, zanedbávání studijních povinností a zaujetí hrou i ve chvílích, kdy se hře aktuálně nevěnují. (Delfabbro a kolektiv, 2019)

Yokomitsu a kolektiv (2021) ve své studii vycházejí z analýzy více než 20 rozsáhlejších výzkumů. Společným jevem nazývají to, že mikrotransakce a lootboxy kupují převážně osoby mužského pohlaví. Zároveň se u osob, které tyto nákupy ve videohrách realizují, vyskytují zkušenosti s klasickými formami gamblingu. Výskyt této zkušenosti je až o 20 % vyšší než u skupiny nehráčů. Popisují dále negativní vlivy na kvalitu života. Jedná se například o kvalitu spánkového režimu, vyšší výskyt psychických obtíží a narušení sociálních vazeb. Na nižší kvalitu i délku spánku u hráčů videoher poukazuje ve své analýze například i Kristensen (2021), který ale dodává, že tento rozdíl není nijak zásadní. Délka spánku u hráčů videoher byla v průměru pouze o 20 minut kratší než u nehráčů.

Negativní vlivy spojené s hraním videoher a nakupováním mikrotransakcí a lootboxů nacházíme i v dalších výzkumech. Forsstrom a kolektiv (2022) popisují vysoký návykový potenciál lootboxů a výrazný vliv na množství a kvalitu tráveného volného času. Zmiňují i to, že mikrotransakce a lootboxy byly často hlavní motivací pro hraní hry samotné a výrazně zvyšovaly celkovou dobu hraní. Zároveň se věnují motivačním faktorům pro nákup a uvádějí především snahu hráčů získávat vzácné předměty nebo zlepšování herního statutu.

3 VÝZKUM

3.1 CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Hlavním cílem výzkumné části této práce je zjistit, zdali existuje spojitost mezi hraním videoher, které obsahují mikrotransakce, a patologickým hráčstvím. Dílčím cílem je pak snaha zjistit, jestli jsou tímto fenoménem více ohroženi muži nebo ženy, a také zjišťovat případné jiné negativní vlivy na další oblasti života. Stanovil jsem si tedy tři výzkumné otázky.

Výzkumná otázka 1: Jsou hráči online her využívající mikrotransakce ohroženi patologickým hráčstvím více než ti, kteří je nevyužívají?

V rámci této výzkumné otázky se budu snažit porovnat výsledky u respondentů, kteří hrají s mikrotransakcemi, a těmi, kteří je nehrají nebo nevyužívají. Zaměřím se na zkušenosti s jinými formami hazardu. Na základě rešerše literatury a jiných výzkumů předpokládám, že cílová skupina hráčů bude vykazovat vyšší výskyt zkušeností s nějakou formou hazardu.

Výzkumná otázka 2: Jsou fenoménem nákupu mikrotransakcí více ohroženi muži nebo ženy?

V rámci této výzkumné otázky se budu zabývat genderovým pojetím tématu. Zaměřím se na srovnání respondentů mužského a ženského pohlaví. Budu zjišťovat, zástupci kterého pohlaví více inklinují k hraní a potažmo nákupu mikrotransakcí. Předpokládám, že muži budou vykazovat vyšší míru ohrožení tímto jevem.

Výzkumná otázka 3: Má hraní her s mikrotransakcemi negativní vliv na další oblasti života?

V rámci této výzkumné otázky se zaměřím na oblasti života a prožívání, které mohou být negativně ovlivněny hraním videoher s mikrotransakcemi. Zaměřím se na délku spánku a míru trávení volného času formou jiných

volnočasových aktivit. Dále se budu soustředit na to, jak často se vyskytuje například zanedbávání studijních a jiných povinností. Předpokládám, že průměrná doba spánku bude u hráčů nižší než u nehráčů. Dále budu ověřovat hypotézu, že hráči videoher budou mít nižší počet hodin jiných volnočasových aktivit týdně.

3.2 DRUH VÝZKUMU

Pro tvorbu empirické části této práce jsem zvolil kvantitativní design výzkumu. Data byla od respondentů získávána formou dotazníkového šetření. Tento dotazník byl distribuován jednak klasickou písemnou formou, ale i s možností vyplnit jej elektronicky za použití online varianty. Dotazník jsem zpracoval v rámci Google Forms.

Jako výzkumnou metodu jsem si zvolil metodu strukturovaného dotazníku, který jsem si vytvořil na základě poznatků z odborné literatury a prostudovaných výzkumů. Zároveň byl koncipován tak, aby umožnil analýzu odpovědí u mnou vybraných výzkumných otázek.

Rozdělil jsem dotazník do několika sekcí. První je zaměřena na osobní údaje o respondentovi. Zvolil jsem pouze dva základní údaje, a to věk a pohlaví. Pohlaví je důležité pro zodpovězení mé výzkumné otázky číslo 2 a umožňuje sledovat, jak ke hraní inklinují muži v porovnání s ženami. Věk je důležitý pro relevantnost mého výzkumu, aby bylo možné případně vyřadit ty respondenty, kteří nespádají do mnou zvolené cílové věkové skupiny.

Druhá sekce mapuje respondentovy hráčské preference. Dotazy jsou směřované na to, jaké herní médium ke hraní využívají. Zde jsem nabídl nejvíce zastoupené možnosti, tedy PC, mobilní zařízení nebo herní konzole. Dále se doptávám na to, kolik času týdně tráví hraním her, kde porovnávám, jak se tento čas mění během víkendu a jestli preferují spíše hraní single nebo

multiplayer her. Poslední otázka je otevřená a ptám se jí na herní titul, u kterého tráví nejvíce času.

Třetí sekce se už pak specificky zaměřuje na otázky týkající se samotných mikrotransakcí a lootboxů. Zde zjišťuji především několik základních měřitelných informací. Doptávám se na četnost těchto nákupů se snahou zjistit, jestli se jedná o spíše občasnou nebo naopak pravidelnou záležitost. Dále pak na celkový finanční objem, který do zakupování lootboxů hráči nebo hráčky vkládají. Částky jsem nastavil vzhledem k předpokládaným reálným finančním možnostem hráčů v tomto věku a také na základě zkušeností s touto cílovou skupinou v rámci mé praxe. Otázku ekonomického aspektu rozšiřuji ještě o otázku, jakým způsobem lootboxy financují. Dále se zaměřuji na otázku zacílenou na motivaci hráčů pro nákup lootboxů ve hře. Sekci zakončuji postojovou otázkou k tématu, kdy zjišťuji, jestli lootboxy vnímají jako rizikový jev.

V poslední sekci se zabývám spojením lootboxů a inklinaci hráčů k rizikovému chování, které často můžeme pozorovat u běžně známých příznaků gamblingu. Ptám se na pět oblastí, které mohou být indikací k rizikovým formám hraní. Investování vyšší částky, než si hráči mohou dovolit. Snahu o utajování těchto nákupů spojenou často s pocitem viny a také se zaměřuji na případnou negativní zpětnou vazbu k tomuto chování ze strany rodičů a okolí. Dále se respondentů ptám, jestli o těchto nákupech přemýšlejí i v rámci běžného režimu dne, což je jev, který se často objevuje u gamblingu. Poslední otázkou je míra zanedbávání školních nebo jiných povinností v souvislosti s hraním tohoto druhu her. Jedná se o otázky, které často slouží jako anamnestické údaje u patologických hráčů. Pro účely mého výzkumu jsem se rozhodl nepoužívat tyto údaje k diagnostickému zhodnocování, zdali respondenti spadají do rizikových skupin hraní. K tomuto rozhodnutí mě vedla především zkušenost z praxe v sociálních

službách, kde není relevantní, zdali uživatel služby spadá do nějaké z těchto skupin, ale jak sám svoji situaci zhodnocuje. Druhým důvodem byla zpětná vazba ze strany oslovených škol, které takový druh výzkumu nebyly ochotné akceptovat. Dále se zaměřuji i na míru využívání volného času jinými aktivitami, kdy budu srovnávat, jak se tento údaj liší na základě pohlaví a také toho, zdali respondenti hry hrají. Podobně se zaměřuji na spánkový režim, opět ve srovnání, jak se tato oblast liší u hráčů a nehráčů videoher.

Poslední otázkou mého dotazníku je průzkum zaměřený na běžně známé formy klasického hazardu se snahou zjistit, jestli s nimi respondenti již mají nějakou zkušenost. Zde je v souvislosti s tématem práce rozděluji na varianty offline a online.

3.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR

Základním výzkumným souborem byli žáci a studenti základních a středních škol v rámci lokality Olomouce a Prostějova. Specificky se zaměřuji na žáky od druhého stupně základních škol a studenty nižších ročníků víceletých gymnázií až po studenty středních škol a odborných učilišť. Tuto věkovou skupinu jsem zvolil především proto, aby respondenti mohli adekvátně odpovídat na dané otázky a dobře rozuměli jeho zadání. Výběr těchto škol vyplynul z dlouhodobější spolupráce v rámci programů primární prevence, které zde v rámci činností mého zaměstnavatele realizujeme a podařilo se nám zde vybudovat funkční spolupráci. Vyplnění dotazníku bylo dobrovolné a zcela anonymní. Pro vyplnění dotazníku jsem oslovil 9 základních škol a 4 střední školy.

Dotazníky byly dále distribuovány v rámci sociální služby Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež, kde byl ve spolupráci s personálem nabídnut k vyplnění těm uživatelům služby, kteří spadají do mnou vybrané věkové

skupiny respondentů a projeví o jeho vyplnění zájem. Tyto služby jsou taktéž ve městech Olomouc a Prostějov. Byl taktéž nabídnut k vyplnění i členům různých diskusních fór a skupin, kde se hráči v online prostředí často vyskytují.

Dotazník se mi podařilo získat a vyhodnotit celkově od 285 respondentů. Původním záměrem bylo získat více respondentů, ale nepodařilo se mi obdržet potřebný počet respondentů ze škol. Důvodem byla nižší odezva ze strany pedagogického personálu, ale i samotných studentů. Velmi slabá odezva byla i v rámci sdílení dotazníku na sociálních sítích, kde jsem zaznamenal i přes opakovanou propagaci pouze minimální zájem o vyplnění dotazníku. I tak považuji výzkumný soubor za akceptovatelný pro vyhodnocení a získání relevantních dat.

4 ANALÝZA VÝSLEDKŮ

Vyplněný dotazník se mi podařilo zajistit celkově u 289 respondentů. Čtyři z těchto respondentů jsem vyřadil, protože uváděli věk, který evidentně nespadal do mnou vybrané cílové věkové skupiny výzkumu. Odpovědi se mi podařilo úspěšně získat z pěti základních škol a dvou středních škol. Další respondenty jsem oslovil v rámci sociálních služeb Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež v Olomouci a Prostějově a skrze prostředí internetových skupin nebo fór, které se věnují hraní videoher. Výzkumný vzorek tedy činil 285 respondentů.

4.1 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU

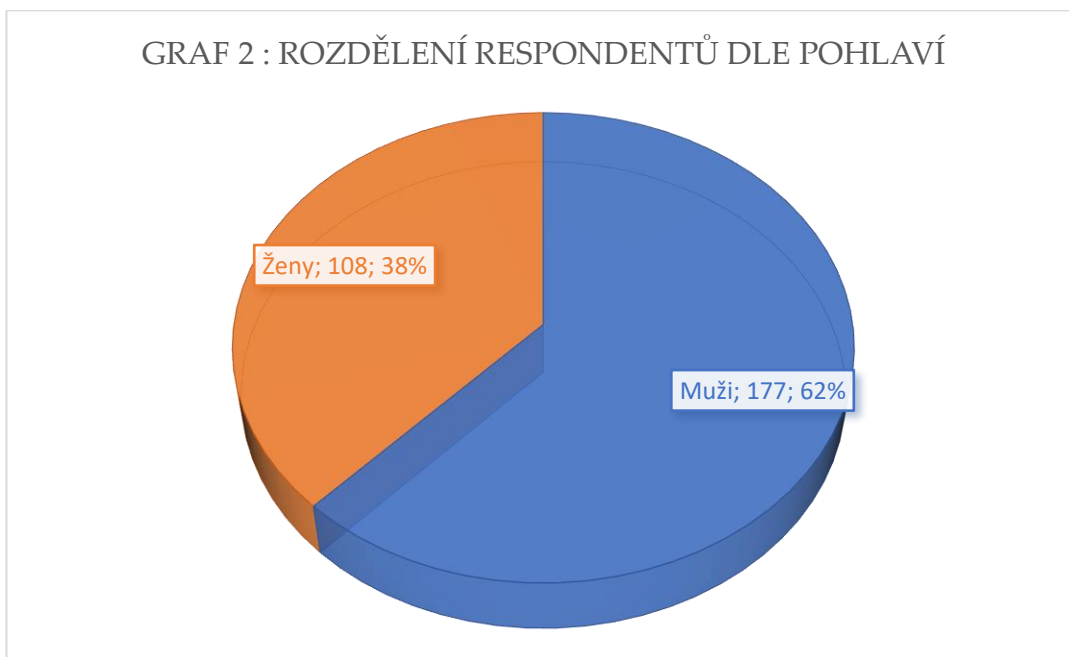
Otázka č. 1

Jaký je Váš věk?

Průměrný věk respondentů činil 14,5 roku. Nejčastěji zastoupenou věkovou skupinou byl právě věk 14 let (31,5 %). Další dvě nejčastější věkové skupiny byly 13 let (21 %) a 16 let (14,4 %). Nejmladší respondent měl 11 let a nejstarší 18 let.

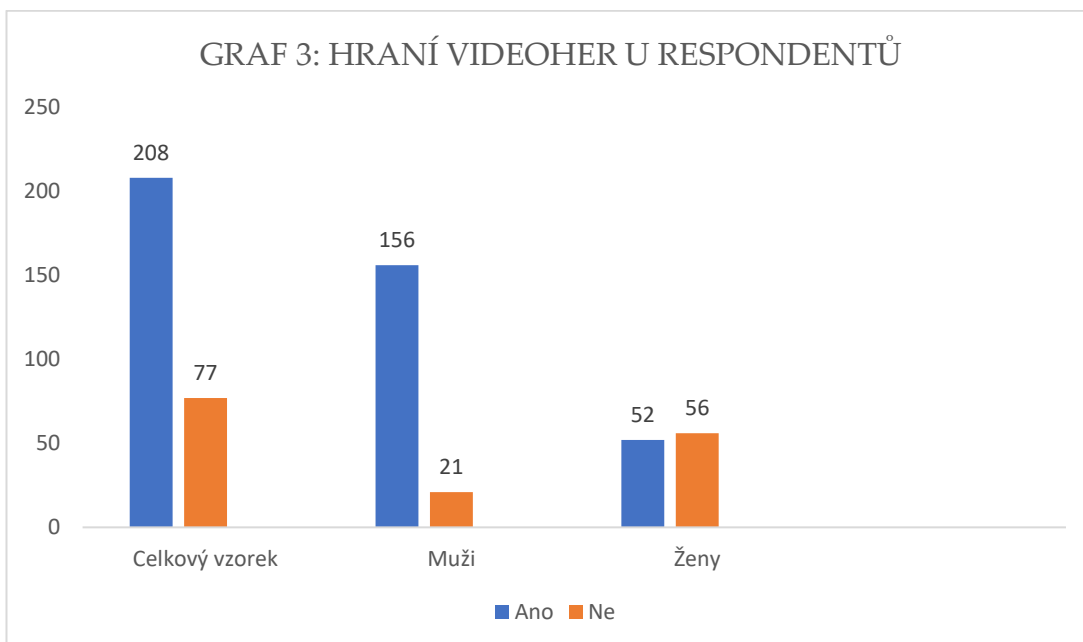
Otázka č. 2

Jaké je Vaše pohlaví?



Otázka č. 3

Hrajete videohry?

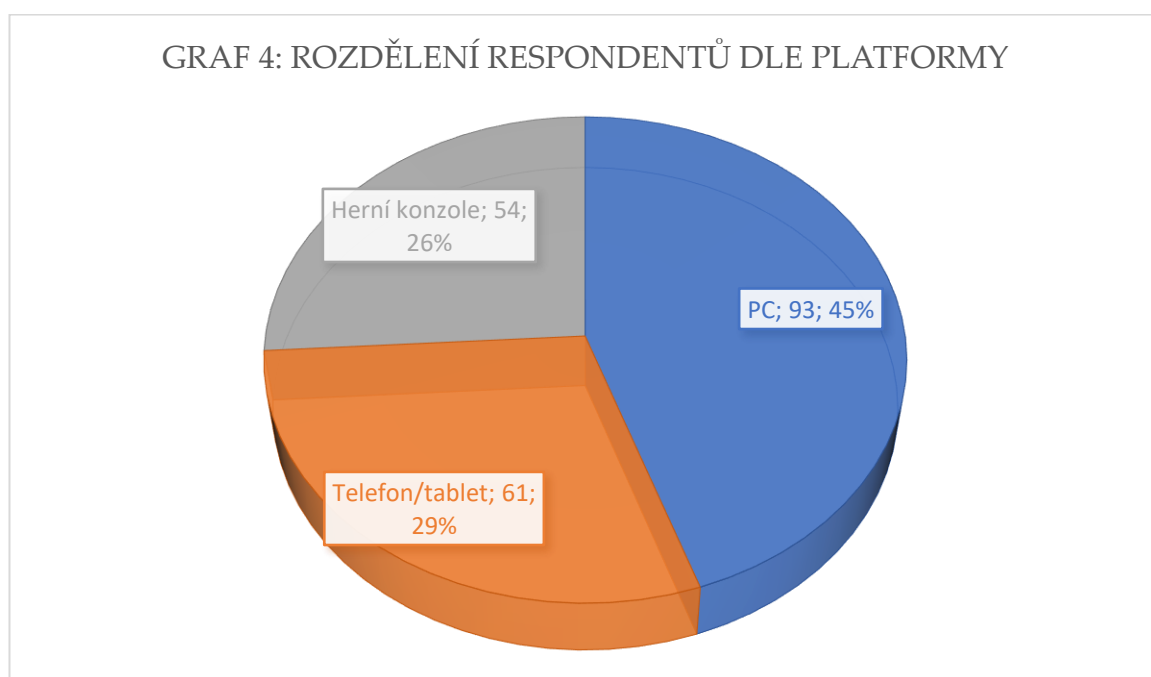


Hraní videoher udává 72,9 % všech respondentů. U mužů je tento podíl 88,1 %, zatímco u žen pouze 48,1 %. Z odpovědí tedy jasně plyne, že podíl hráčů mužského pohlaví je výrazně vyšší než u žen. To potvrzují všechny výzkumy, které jsem při tvorbě této práce prostudoval.

Následující část vyhodnocení se týká pouze těch respondentů, kteří uvedli, že hrají hry. Těm, kteří tuto možnost označili jako ne, se věnuji následně od otázky č. 23.

Otázka č. 4

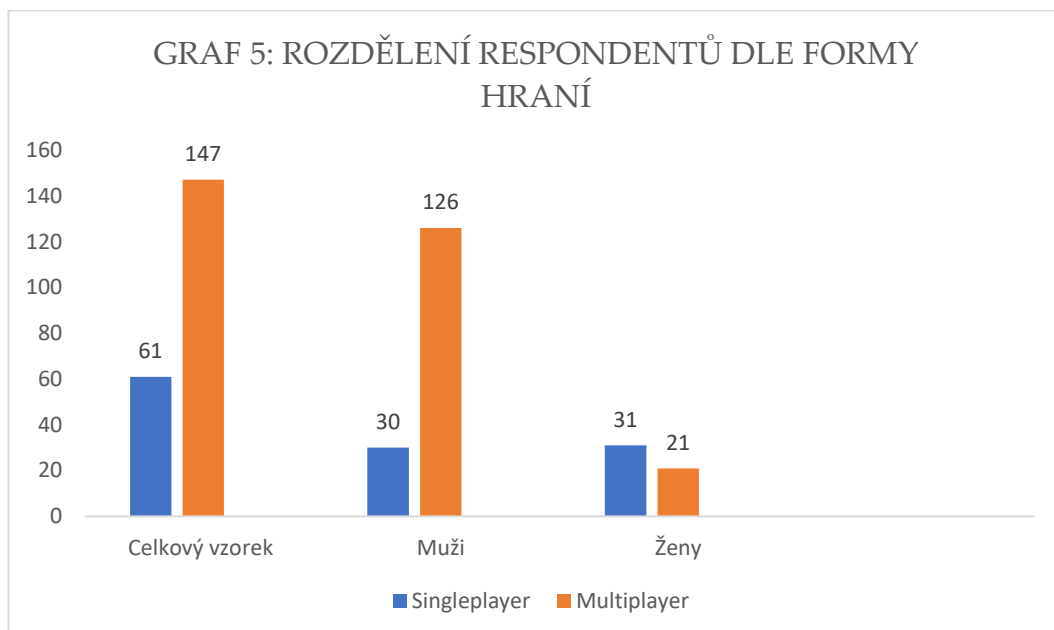
Na jaké platformě se nejčastěji věnujete hraní her?



Ačkoli z celosvětových statistik vyplývá, že telefony a tablety jsou nejdominantnější herní platformou z hlediska tržeb, v mém dotazníku se ukazuje jako nejčastěji využívanou platformou PC. Nicméně u žen byla nejčastěji uvedenou platformou varianta telefonu nebo tabletu, naopak se u nich velmi málo objevovaly herní konzole.

Otázka č. 5

Preferujete spíše singleplayer nebo multiplayer hraní?



Z výsledků můžeme pozorovat významné rozdíly v preferenci hraní sám nebo se spoluhráči u jednotlivých pohlaví. Muži jednoznačně více inklinují k multiplayerovému hraní, které se vyznačuje větším důrazem na kooperaci nebo naopak soupeřivost mezi hráči.

Otázka č. 6

Jakou videohru hrajete nejčastěji?

Na tuto otevřenou otázku reagovalo 195 respondentů. 13 nevedlo žádnou odpověď nebo možnost nevím. Celkově bylo zmíněno v odpovědích 36 různých videoherních titulů. Často byly uváděny hry ve zkratkách nebo gramaticky chybně. Snažil jsem se tyto odpovědi slučovat, protože se zjevně jednalo o stejné tituly. Uvádím pouze pět nejčastějších odpovědí.

Fortnite – 26 odpovědí

Fifa – 24 odpovědí

Counterstrike – 18 odpovědí

Call of Duty – 15 odpovědí

Minecraft – 10 odpovědí

Tyto hry, které měly nejvyšší podíl zastoupení, mají společné to, že u nich převažuje především multiplayerová forma hraní. Zároveň jsem analyzoval tyto tituly, zdali dle PEGI (pegi.info, 2024) obsahují možnost nákupu mikrotransakcí a všechny tyto nejčastěji uváděné tituly je obsahují. Při dalším zkoumání zjišťuji, že je tato možnost obsažena v 34 z 36 her, které respondenti uvedli. To činí podíl 94 % ze všech uvedených her. Hry s mikrotransakcemi tedy u respondentů tvoří dominantní podíl v rámci nejoblíbenějších her.

Otázka č. 7

Kolik hodin v průměru strávíte denně mimo víkendy hraním videoher na libovolné platformě?

Celková průměrná doba hraní videoher denně mimo víkendy vychází na 4,5 hodiny. V porovnání této doby u mužů a žen však vychází výrazný rozdíl. Muži hrají hry v průměru 5,2 hodiny denně, zatímco ženy pouze 2,4 hodiny. Jedná se o více jak dvojnásobnou dobu hraní v průměru ve prospěch mužů.

Zajímavé je srovnání se zahraničními údaji, kdy například Clement (2023) uvádí průměrný čas věnovaný videohrám v USA u věkové skupiny 15 - 19 let. Tento průměr činil v roce 2022 přibližně 1,75 hodiny, což je výrazně méně, než uvádí respondenti mého výzkumu.

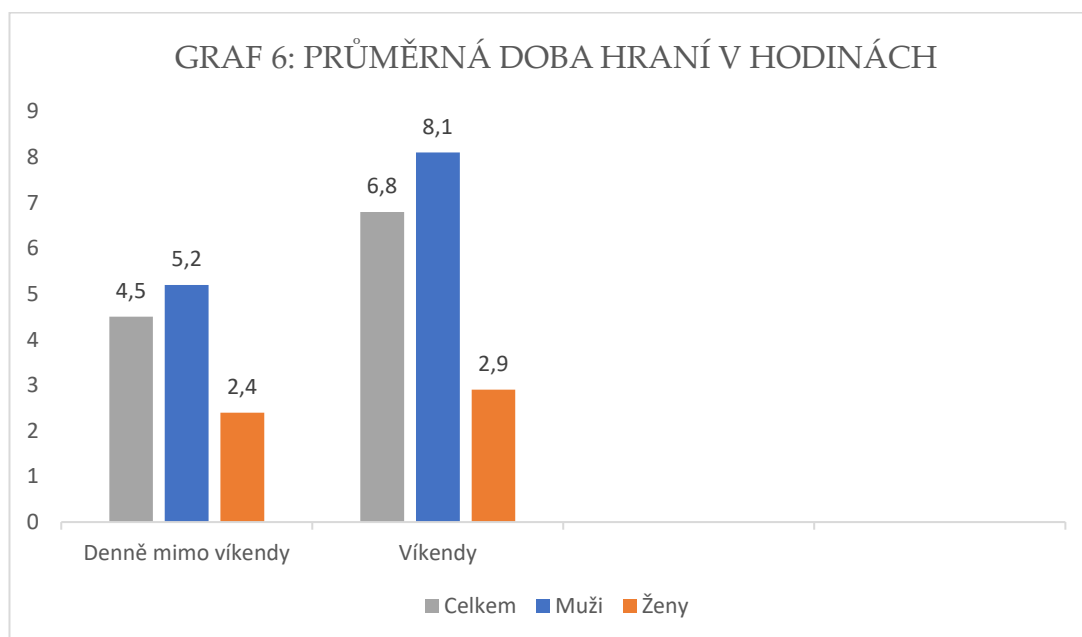
Doba hraní se projevovала u odpovědí na další otázky. Přímou spojitost můžeme najít u odpovědí u otázky č. 19, která byla zaměřená na průměrnou

dobu spánku. Hráči, kteří dosahovali nejvyšších hodnot hraní her denně, zároveň vykazovali výrazně kratší dobu spánku, než byl celkový průměr.

Otázka č. 8

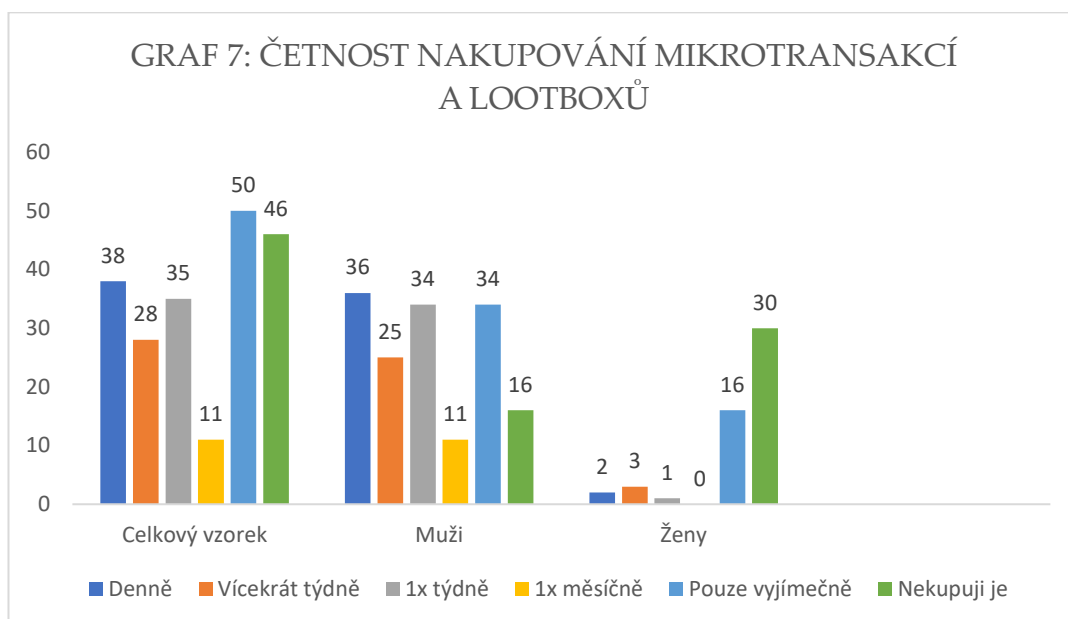
Kolik hodin v průměru strávíte denně během víkendu hraním videoher na libovolné platformě?

Celkový průměr hraní videoher během víkendu je 6,8 hodiny denně. U mužů je průměrná doba hraní o víkendu 8,1 hodiny a u žen 2,9 hodiny. U mužů dochází k nárůstu tohoto času oproti běžnému dni o 2,9 hodiny, zatímco u žen pouze o 0,5 hodiny.



Otázka č. 9

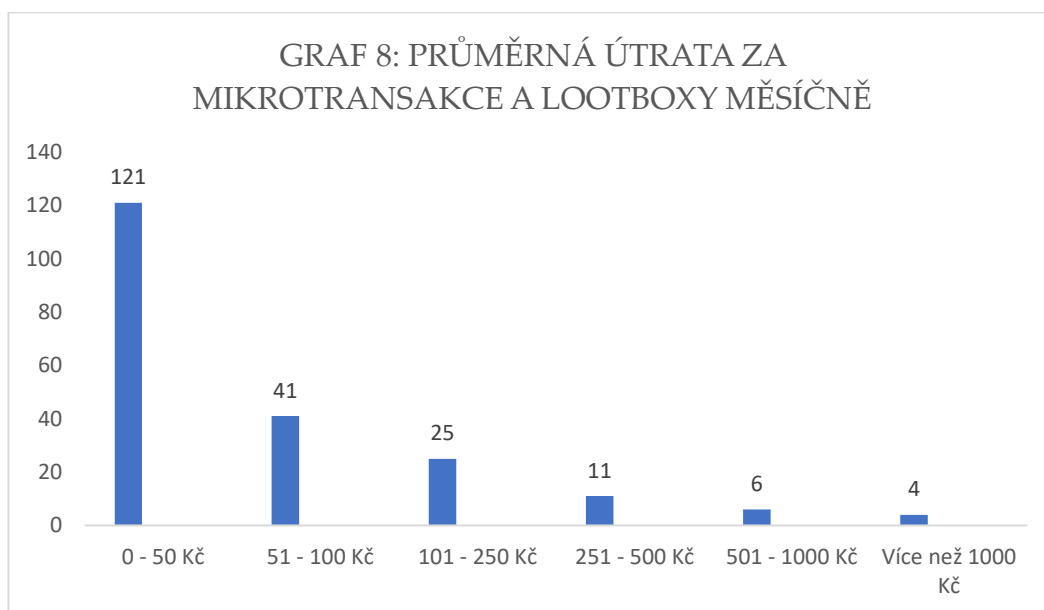
Jak často nakupujete ve hrách lootboxy nebo jiné mikrotransakce?



V odpovědích můžeme pozorovat, že muži mají výrazně vyšší četnost těchto nákupů. Pouze 10,5 % mužů uvádí variantu, že mikrotransakce a lootboxy vůbec nekupují, zatímco u žen je to 57,7 %. Ze všech respondentů uvádí alespoň jednorázovou zkušenost se zakoupením mikrotransakce nebo lootboxu 77,9 %. Zde se můj výzkum zcela shoduje s výsledky studie, kterou realizovali Yokomitsu a kolektiv (2021), kteří uvádějí, že tuto zkušenost má celosvětově 78 % hráčů videoher. Podobné výsledky podporují i Close a Lloydová (2001), kteří tuto zkušenost uvádí u 76 % hráčů videoher.

Otázka č. 10

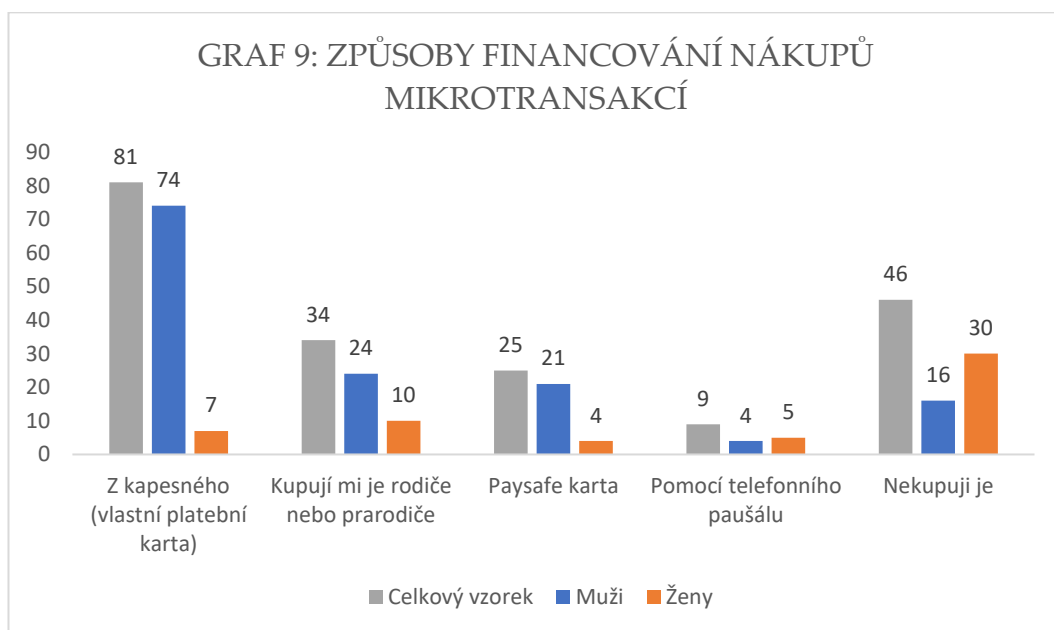
Kolik za transakce a lootboxy v průměru utratíte měsíčně?



Všechny respondentky ženského pohlaví odpověděly pouze možnosti 0 – 50 Kč nebo 51 – 100 Kč. U dalších možností byli respondenti vždy pouze mužského pohlaví. U možností 501 – 1000 Kč nebo více než 1000 Kč, byli všichni respondenti v kategorii 17 – 18 let. Všichni respondenti, kteří uvedli možnosti útraty alespoň 100 Kč měsíčně, zároveň vykazovali zkušenost s alespoň jednou formou hazardní hry u otázek č. 22 a 23. Zendle a kolektiv (2020), ve svém výzkumu poukazují na to, že hráči, kteří za mikrotransakce utratili alespoň 10 dolarů měsíčně (asi 250 Kč), spadali do kategorie středního rizika hráčství. U útraty alespoň 20 dolarů měsíčně (asi 500 Kč) už hráči patřili do kategorie problémového hráčství. Pokud bych aplikoval tyto výsledky do výsledků mého výzkumu, zjišťuji, že 5,3 % respondentů je ve středním riziku hráčství a 4,8 % spadá do kategorie problémového hráčství. Vzhledem k srovnání finančních možností americké a české populace se navíc dá předpokládat, že u nás by mohly tyto utracené částky být nižší.

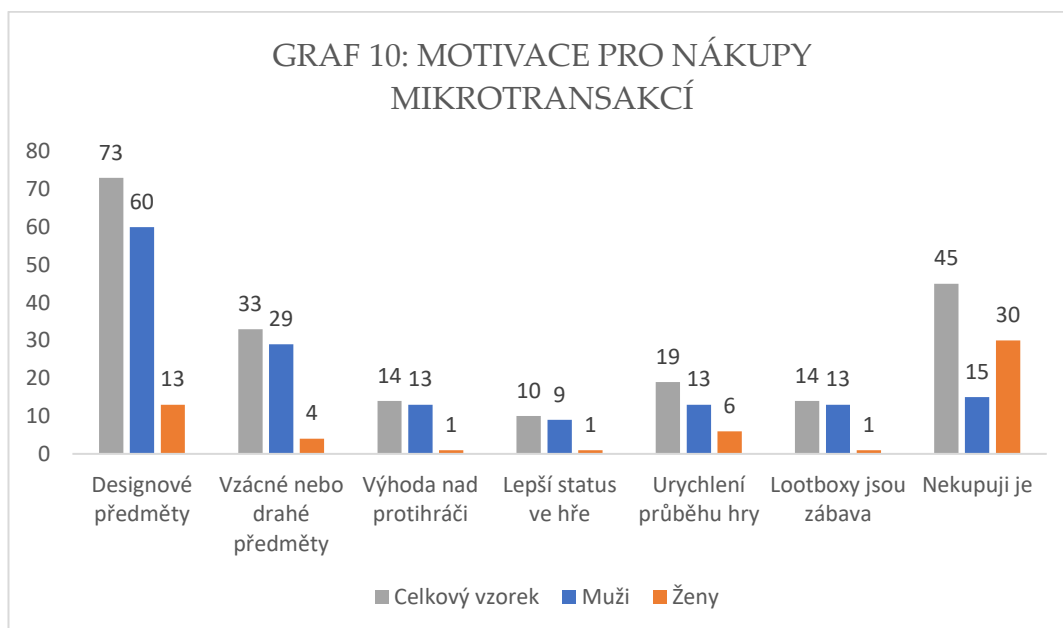
Otázka č. 11

Jak převážně nákupy financujete?



Otázka č. 12

Jaká je Vaše hlavní motivace pro tento nákup?



Porovnal jsem výsledky této otázky s odpověďmi na otázky č. 21 a 22. Cílem bylo zjistit, které motivační faktory pro nákup mikrotransakcí mohou mít spojitost s jinými rizikovými jevy. Nejčastější zkušenost s hazardem mají ti respondenti, kteří uvedli jako motivaci získání vzácných nebo drahých předmětů. Z 33 těchto respondentů má zkušenost s hazardem 31, což je podíl 93,9 %. Druhým nejrizikovějším druhem motivace se projevuje ta, kdy hráči vnímají tyto nákupy jako druh zábavy. Zde má zkušenost s hazardem 13 ze 14 respondentů, což je podíl 92,8 %. U respondentů, kteří uvedli jakoukoli formu motivace, byl výskyt zkušenosti s hraním v 89,5 %. Naopak u respondentů, kteří uvedli, že mikrotransakce a lootboxy nekupují, byl tento výskyt pouze u 23 z 45 respondentů, což je 51,1 %. Výsledky potvrzují, že existuje významný rozdíl mezi zkušeností s hazardem u těch respondentů, kteří mají zkušenost s nákupem mikrotransakcí a těch, kteří uvádějí, že je nekupují.

Otázka č. 13

Považujete mikrotransakce a lootboxy za rizikové?

Na tuto otázku odpovědělo všech 208 respondentů. Uvádím všechny možnosti i s počtem odpovědí a procentuálním podílem.

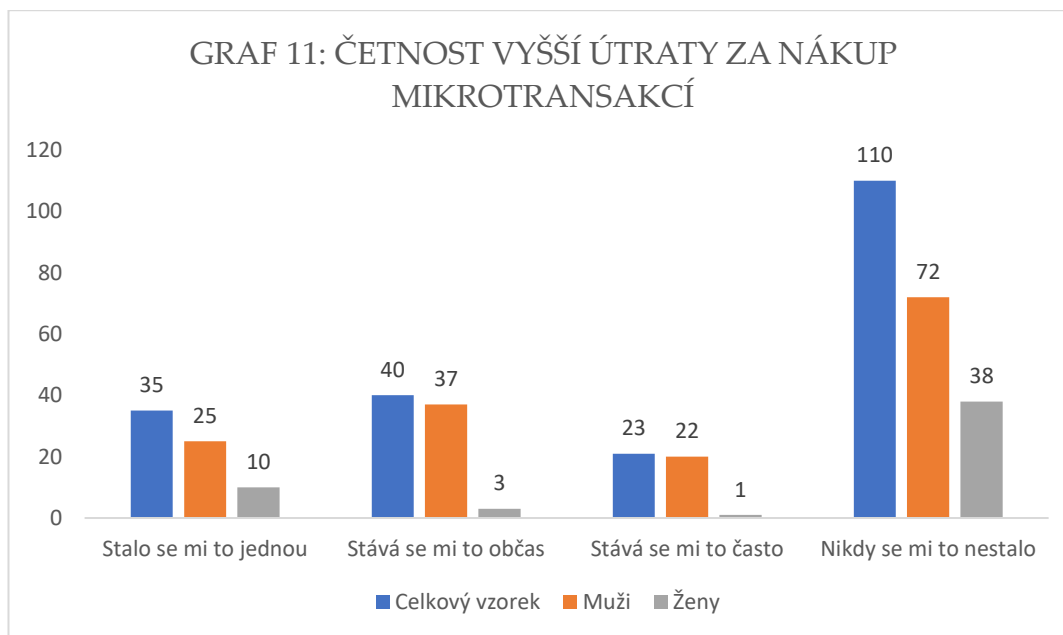
Ano – 49 (23,6 %)

Ne – 109 (52,4 %)

Nedokážu posoudit – 50 (24 %)

Otázka č. 14

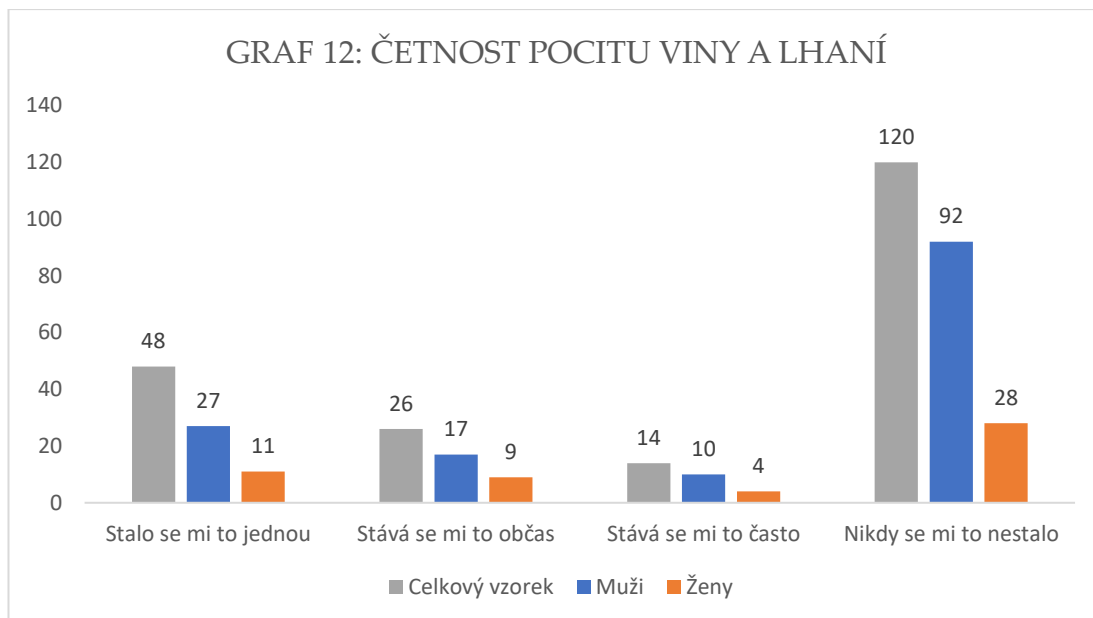
Stalo se Vám někdy, že jste za tyto nákupy utratili víc peněz, než jste měli v plánu?



Opět vidíme disproporce u mužů a žen. 73,1 % žen nikdy nezažilo situaci, kdy za nákupy mikrotransakcí nebo lootboxů utratily více peněz, než plánovaly. U mužů je tento podíl pouze 46,1 %. Většina mužů tedy tuto situaci zažila. Z respondentů, kteří uvedli, že se jim tato situace nikdy nestala, má zkušenost s hazardem pouze 66,4 %. Ti, kteří se jim tato situace stala jednou, uvádí tuto zkušenost v 94,3 % a ti, kteří uvedli možnost občas nebo často tuto zkušenost mají ve 100 %. Schopnost nedostatečné kontroly vložených financí se tedy ukazuje jako úzce spojená se zkušenostmi s hazardem.

Otázka č. 15

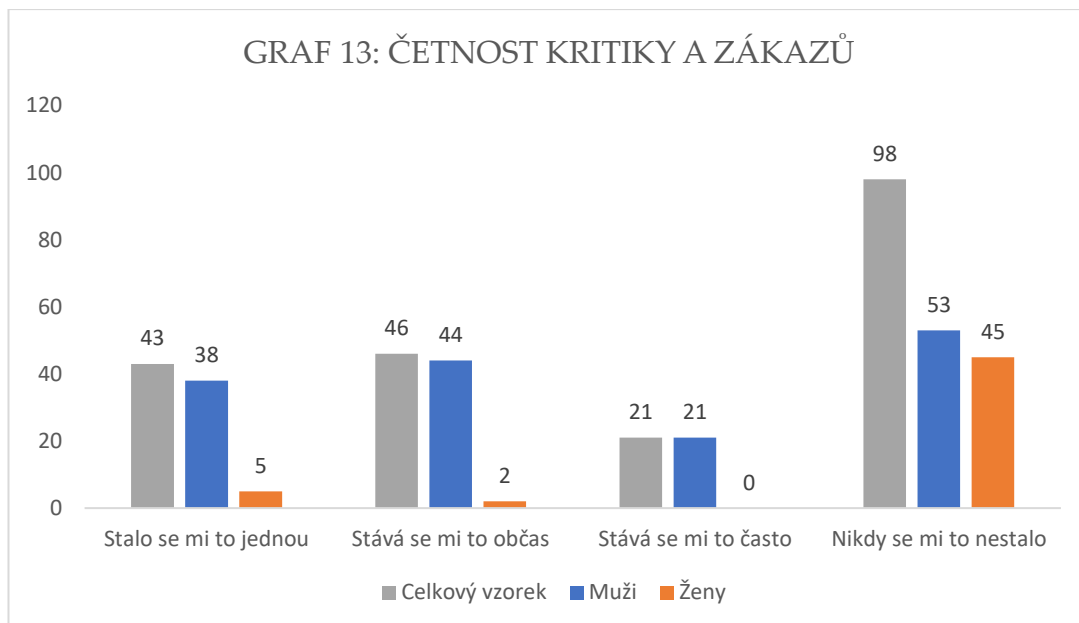
Zažívali jste někdy po zakoupení mikrotransakce nebo lootboxu pocit viny nebo jste museli lhát v souvislosti s jeho nákupem?



Tuto situaci méně zažívali muži (59 %), než ženy (53,8 %). Nejčastěji se tento jev objevoval u respondentů, kteří mikrotransakce platí formou telefonního paušálu nebo Paysafe karty.

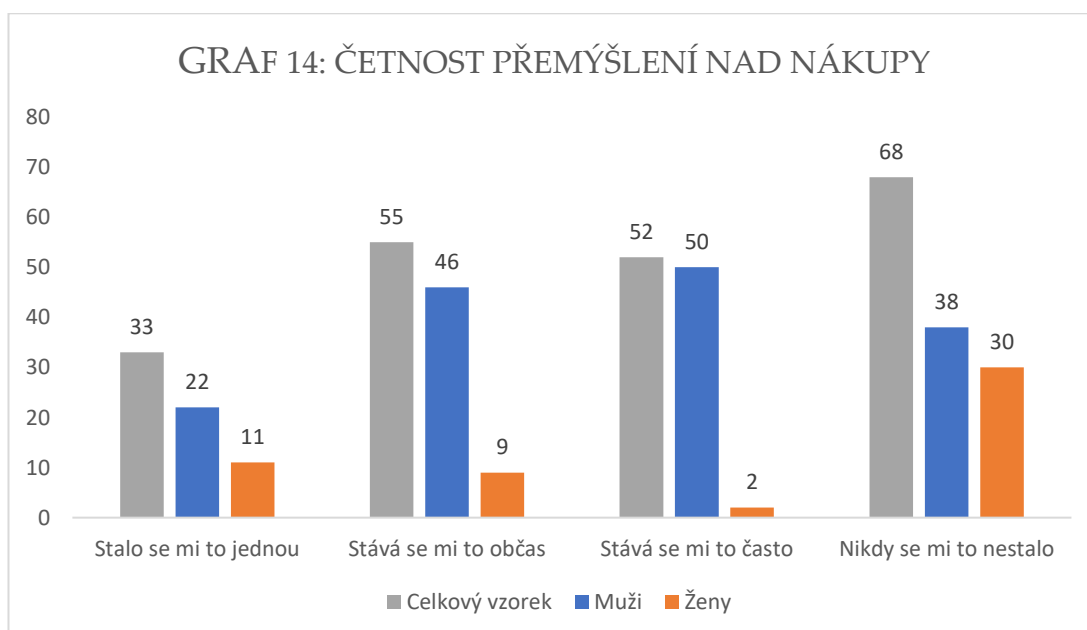
Otázka č. 16

Zažili jste někdy situaci, kdy Vás rodiče nebo někdo z Vašich kamarádů za tyto nákupy kritizovali nebo Vám je zakazovali?



Otázka č. 17

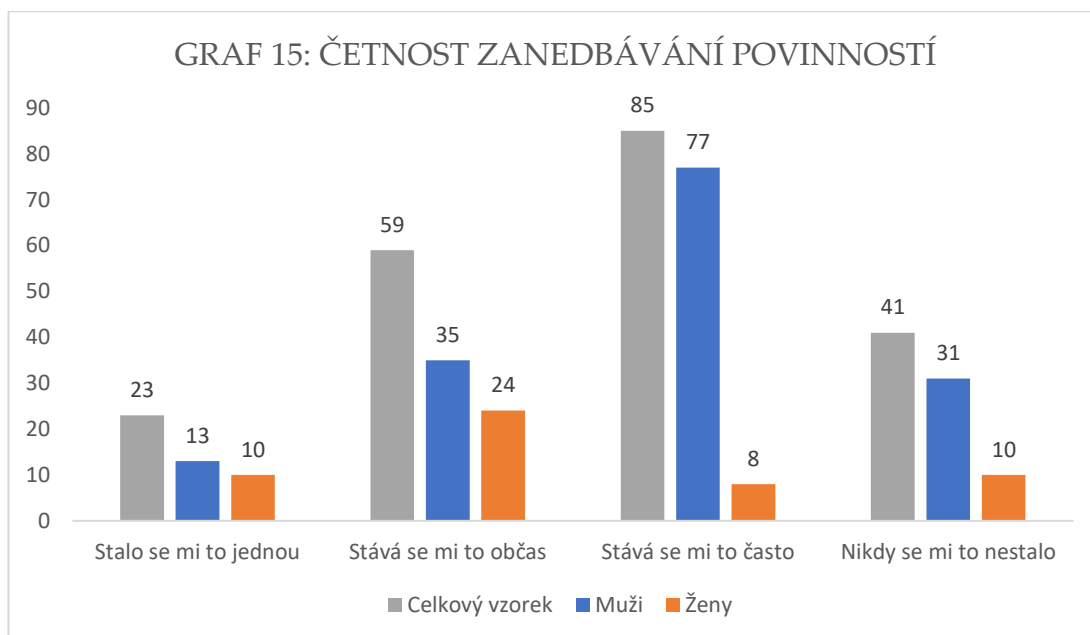
Přemýšlíte o těchto nákupech i v době, kdy se zrovna hraní nevěnujete nebo si představujete, jak tento nákup dopadne?



Tato otázka doplňuje otázky č. 7 a 8, které jsou zaměřeny na objem tráveného času hraním her. Přemýšlení o nákupech se děje výrazně častěji mužům. Zároveň se projevuje spojitost mezi časem, který hráči věnují samotnému hraní a času, který věnují přemýšlením o hře nebo nákupech mikrotransakcí. U mužů, kteří uvedli možnost často, byla průměrná denní doba hraní o 0,4 hodiny delší než u těch, kteří uvedli možnost, že se jim tato situace nestala. Investovaný čas se tedy kumuluje a hráči, kteří déle hrají, stráví i delší dobu myšlenkami nad hrou a nákupy mikrotransakcí. U žen se nicméně tento jev nepotvrdil a průměrná doba hraní byla u všech četností přemýšlení nad hrou a nákupy mikrotransakcí velmi podobná.

Otázka č. 18

Zanedbali jste někdy nějaké domácí nebo školní povinnosti v souvislosti s hraním videoher, které obsahují mikrotransakce?



Zkušenost s tímto jevem je u mužů i žen velmi podobná, nicméně u mužů je uváděna ve větší pravidelnosti, zatímco u žen spíše jako občasná situace. Jak u mužů, tak i u žen, se projevuje souvislost tohoto jevu a celkového času

stráveného hraním. Respondenti, kteří situaci zanedbávání povinností uváděli jako častou, měli zároveň i výrazně vyšší průměrnou dobu strávenou hraním her. Zároveň se jednalo o ty respondenty, kteří uváděli průměrně vyšší investované částky do nákupu mikrotransakcí.

Otázka č. 19

Kolik hodin denně v průměru spíte?

Na tuto otázku odpovědělo 207 respondentů. Dva respondenty jsem vyřadil, protože uváděli nerelevantní hodnotu (více než 24 hodin). Celkový vzorek byl tedy 205 respondentů.

Průměrná doba spánku respondentů činila 6,7 hodiny denně. U mužů byl tento průměr 6,6 hodiny denně, zatímco u žen 7 hodin denně. Čtyři z respondentů uváděli průměrnou dobu spánku 4 hodiny. Jednalo se zároveň o respondenty, kteří výrazně převyšovali průměrnou dobu věnovanou hraní.

Otázka č. 20

Kolik hodin týdně v průměru věnujete jiným volnočasovým aktivitám mimo hraní videoher (kroužky, sport, kreativní aktivity, atd.)?

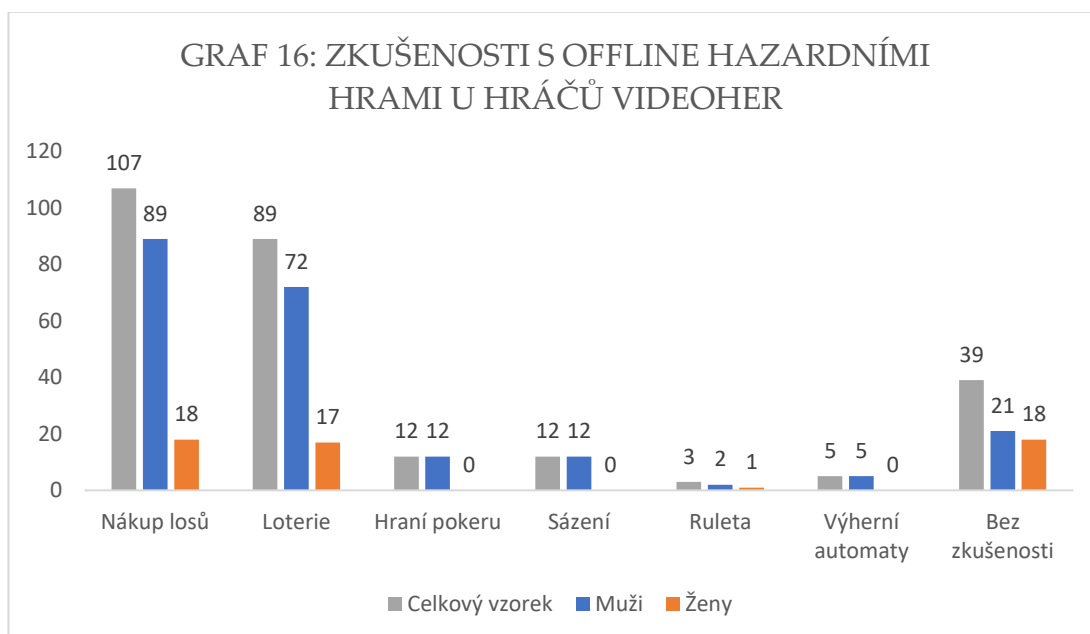
Na tuto otázku odpovědělo celkově 204 respondentů. Tři z nich odpověděli odpovědí nevím. Celkový výzkumný vzorek tedy činil 201 respondentů.

Celkový průměr činil 4,6 hodiny týdně. U mužů byl tento průměrný čas 4,7 hodiny, zatímco u žen 4,2 hodiny. Přestože muži v předchozích otázkách uváděli delší dobu hraní i dobu strávenou přemýšlením nad hrou, na volnočasové aktivity to nemělo negativní vliv.

Otázka č. 21

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její offline variantě?

U této otázky bylo možné označit více odpovědí, případně napsat i jinou variantu hazardní hry dle preference respondenta. Celkově na otázku reagovalo 179 respondentů, z toho deset z nich reagovalo odpovědí ne nebo nevím, případně nerelevantní odpovědí. 169 respondentů uvedlo alespoň jednu z možností. 45 z nich uvedlo více než jednu možnost. Celkový počet všech odpovědí byl 228. Celkově tedy uvádí zkušenost s některou z těchto her 81,2 % respondentů. U mužů byla tato zkušenost uváděna u 135 respondentů (86,5 %), zatímco u žen to bylo 34 respondentek (65,3 %).



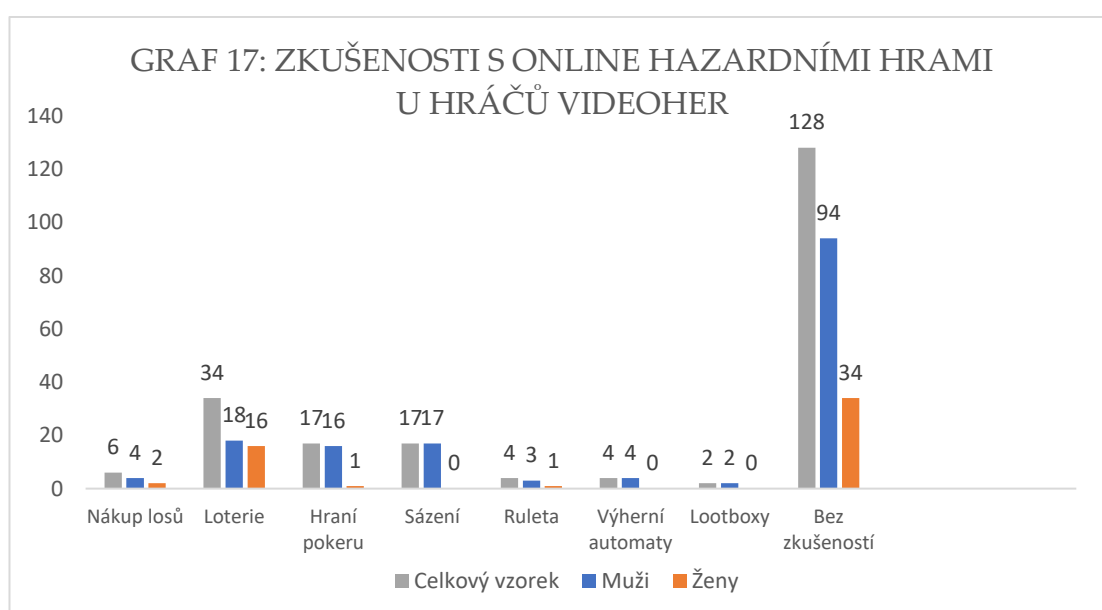
Zkušenosti s výherními automaty vykazují pouze muži. Tuto zkušenost uvedli i 2 respondenti, kteří neměli 18 let. Dle legislativních norem by tuto zkušenost mít legálně neměli. Všech 5 respondentů, kteří tuto variantu uvedli splňují zároveň kritéria častých nákupů mikrotransakcí, častého investování vyšší částky, než plánovali a vykazovali vyšší investované částky do těchto nákupů. Lootboxy ani jeden z těchto respondentů nepovažoval za rizikové.

U sázení na sportovní zápasy bylo 7 respondentů ve věkové skupině mladších 18 let. Opět platí, že dle legislativy je sázení na sportovní zápasy umožněno až plnoletým osobám. Zkušenost s mikrotransakcemi uvádí všech 12 respondentů a 9 z těchto respondentů uvádí jako nejčastěji hranou hru některou ze sportovních her (FIFA, NBA 2K). Nabízí se tak hypotéza, že sportovní žánr je úzce propojený s touto formou hazardu.

Otázka č. 22

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její online variantě?

U této otázky bylo možné označit více odpovědí, případně napsat i jinou variantu hazardní hry dle preference respondenta. Celkově na otázku reagovalo 88 respondentů. Osm z nich reagovalo odpovědí ne, nevím nebo nerelevantní odpovědí. 80 respondentů uvedlo alespoň jednu z odpovědí, z toho 12 z nich uvedlo více než jednu možnost. Celkový počet všech odpovědí byl 84. Celkově tedy uvádí zkušenost s některou z těchto online her 38,5 % respondentů. U mužů byla tato zkušenost uváděna u 62 respondentů (39,7 %), zatímco u žen to bylo 18 respondentek (34,6 %).



Přestože je v Česku celkový podíl mezi offline a online formami hazardu takřka vyrovnaný, u respondentů mého výzkumu můžeme sledovat výrazně vyšší poměr těch, kteří mají zkušenost spíše k offline formám.

Následující otázky vyplňovali pouze respondenti, kteří uváděli, že nehrají videohry

Otázka č. 23

Kolik hodin denně v průměru spíte?

Na tuto otázku odpovědělo všech 77 respondentů. Průměrná doba spánku u respondentů činila 7,9 hodiny denně. Průměrná doba spánku u mužů byla 7,6 hodiny a u žen 8 hodin.

Otázka č. 24

Kolik hodin týdně v průměru věnujete volnočasovým aktivitám mimo hraní videoher (kroužky, sport, kreativní aktivity, atd.)?

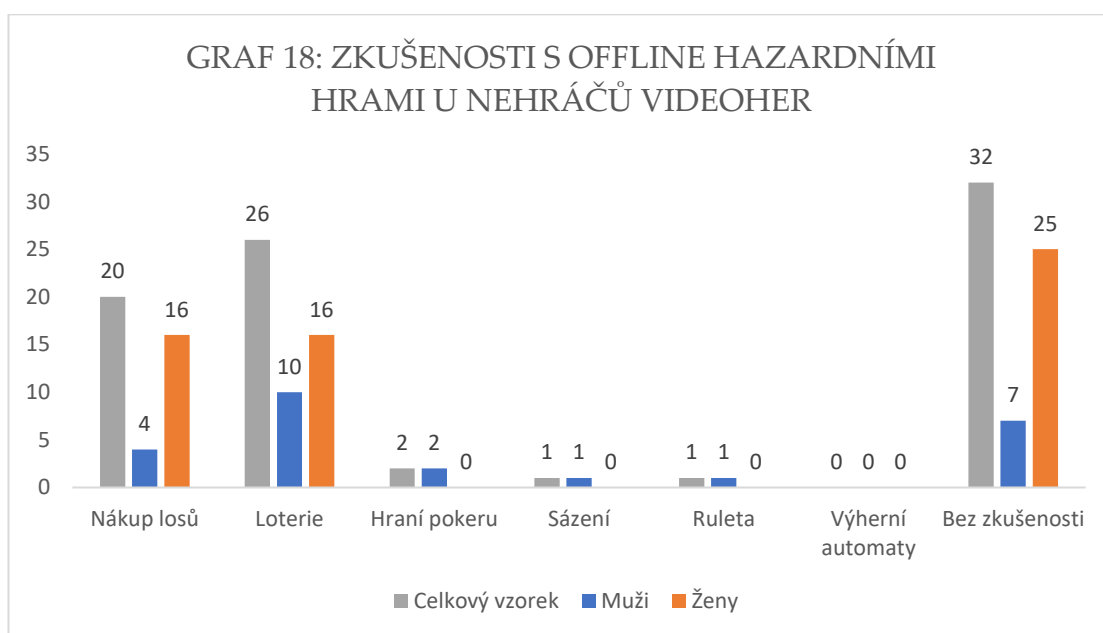
Na tuto otázku odpovědělo celkově všech 77 respondentů. Celkový průměr činil 8 hodin týdně. U mužů byl průměrný čas věnovaný volnočasovým aktivitám 9,3 hodiny týdně, zatímco u žen byl tento průměrný čas 7,5 hodiny.

Otázka č. 25

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její offline variantě?

U této otázky bylo možné označit více odpovědí, případně napsat i jinou variantu hazardní hry dle preference respondenta. Celkově na otázku reagovalo 51 respondentů, z toho šest z nich reagovalo odpovědí ne nebo

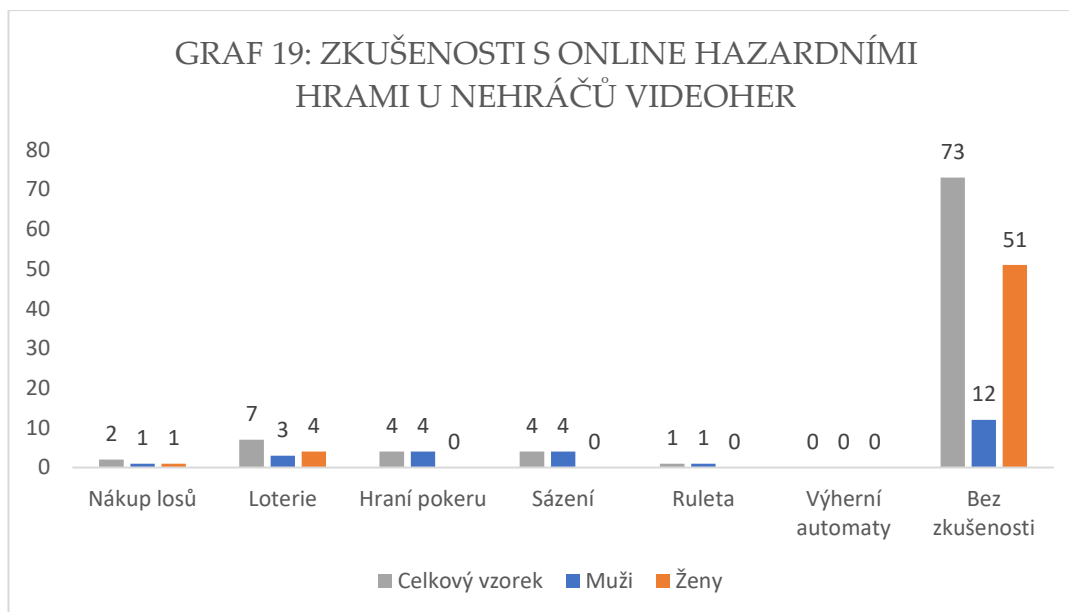
nevím, případně nerelevantní odpovědi. 45 respondentů uvedlo alespoň jednu z možností. 5 z nich uvedlo více než jednu možnost. Celkový počet všech odpovědí byl 50. Celkově tedy uvádí zkušenost s některou z těchto her 58,4 % respondentů. U mužů byla tato zkušenost uváděna u 14 respondentů (67 %), zatímco u žen to bylo 31 respondentek (55,3 %).



Otázka č. 26

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její online variantě?

U této otázky bylo možné označit více odpovědí, případně napsat i jinou variantu hazardní hry dle preference respondenta. Celkově na otázku reagovalo 16 respondentů. Dva z nich reagovali odpovědí ne, nevím nebo nerelevantní odpovědi. 14 respondentů uvedlo alespoň jednu z odpovědí, z toho 2 z nich uvedli více než jednu možnost. Celkový počet všech odpovědí byl 18. Celkově tedy uvádí zkušenost s některou z těchto online her 18,2 % respondentů. U mužů byla tato zkušenost uváděna u 9 respondentů (42,8 %), zatímco u žen to bylo 5 respondentek (8,9 %).



4.2 VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

Výzkumná otázka 1

Jsou hráči online videoher využívajících mikrotransakce ohroženi patologickým hráčstvím více než ti, kteří je nevyužívají?

Na zodpovězení této výzkumné otázky jsem se zaměřil především u otázek č. 21, 22, 25 a 26. Ty byly zaměřené na konkrétní zkušenosti s běžnými formami hazardu. Výzkumný vzorek hráčů těchto her vykazoval výrazně vyšší výskyt těchto zkušeností. 81,2 % hráčů má zkušenost s nějakou formou hazardní hry v její offline podobě, zatímco u skupiny nehráčů je tato hodnota pouze 58,4 %. Podobně markantní rozdíl můžeme vysledovat i ve zkušenostech s online formami hazardu. Zde hráči videoher měli tuto zkušenost v 38,5 %, zatímco nehráči pouze 18,2 %. V obou formách tedy hráči videoher vykazují výrazně vyšší zkušenost.

Zaměřil jsem se blíže i na výskyt zkušeností s hazardními hrami u vzorku hráčů videoher, kteří kupují mikrotransakce. Ti mají zkušenosti s hazardem

v 89,5 % případů. Porovnal jsem tento výsledek u vzorku těch, kteří videohry hrají, ale mikrotransakce nekupují. Zkušenost s hazardní hrou uvedlo pouze 51,1 % z nich, což je méně než u nehráčů videoher.

Z těchto odpovědí můžeme vyvodit, že hráči videoher, kteří mikrotransakce zakupují mají výrazně vyšší zkušenosti s hazardními hrami než hráči, kteří mikrotransakce nekupují nebo videohry vůbec nehrají. Nejčastější zkušenosti s hazardem vykazovali respondenti, kteří tyto mikrotransakce zakupují denně.

Zároveň se u hráčů videoher s mikrotransakcemi objevují zkušenosti i s rizikovějšími formami hazardu. Například u výherních automatů takto odpovídali pouze respondenti, kteří mikrotransakce nakupují denně nebo několikrát týdně.

Dále jsem se zaměřil na vyhodnocení otázek č. 14, 15 a 16. Tyto otázky byly zaměřeny na četnost potenciálních rizikových jevů spojených s nákupem mikrotransakcí.

47,1 % respondentů alespoň jednou zažilo situaci, kdy za tyto nákupy utratili více peněz, než plánovali. 42,3 % respondentů muselo někdy v souvislosti s tímto nákupem lhát nebo cítili pocity viny. 52,9 % respondentů v souvislosti s nákupy zažili situaci, kdy je za tento nákup někdo kritizoval. S podobnými situacemi se často potýkají patologičtí hráči. Proces nakupování mikrotransakcí tedy vykazuje podobné jevy.

Výzkumná otázka 2

Jsou fenoménem nákupu mikrotransakcí více ohrožení muži nebo ženy?

V otázce č. 3 zjišťuji, že u mužských respondentů se výrazně častěji objevuje zkušenost s hraním videoher. 88,1 % celkového počtu hry hraje, zatímco žen

pouze 48,1 %. Výrazný rozdíl se projevuje i u otázek č. 7 a 8. Ty byly zaměřeny na celkovou dobu strávenou hraním her. U mužů je tato doba více než dvakrát vyšší než u žen.

U otázky č. 9 lze vyzorovat nejzásadnější rozdíly v přístupu k mikrotransakcím, co se četnosti nákupů týče. Zatímco 57,7 % žen uvádí, že mikrotransakce nekupují, u mužů je tato hodnota pouze 10,5 %. To koresponduje i s dalšími údaji. Denně mikrotransakce nakupuje 23,7 % mužů, zatímco ženy pouze v 3,8 %. Podobné srovnání je pozorovatelné i u četnosti vícekrát týdně nebo 1x týdně.

Muži utrácují i vyšší částky. V otázce č. 10 zaměřenou na průměrnou útratu měsíčně odpovědělo 22,1 % respondentů, že utrací více 100 a více korun měsíčně. V tomto vzorku nebyla ani jedna zástupkyně ženského pohlaví.

Výzkumná otázka č. 3

Má hraní her s mikrotransakcemi negativní vliv na další oblasti života?

Zde jsem se zaměřoval na několik oblastí života, které mohou být ovlivněny hraním videoher s mikrotransakcemi.

Jedna z těchto oblastí je délka spánku. Průměrná doba spánku u respondentů, kteří hrají videohry byla v průměru 6,7 hodiny denně. U mužů to bylo 6,6 hodiny a u žen 7 hodin. U vzorku respondentů, kteří videohry nehrají, byl tento průměr 7,9 hodiny denně. Muži uváděli průměrnou dobu spánku 7,6 hodiny denně a ženy 8 hodin denně. Z těchto dat vyplývá, že hráči videoher spí v průměru o hodinu méně.

Výrazný rozdíl můžeme sledovat i v pojetí trávení volného času a využívání jiných volnočasových aktivit. Hráči videoher uváděli průměrnou týdenní dobu věnovanou těmto aktivitám 4,6 hodiny. Respondenti, kteří hry nehrají,

uváděli průměrný čas 8 hodin týdně. Zajímavým zjištěním je i to, že muži udávají v obou případech vyšší hodinový objem těchto aktivit oproti ženám. Hraní videoher tedy má vliv na objem času, který je věnován jiným volnočasovým aktivitám.

U otázky č. 18 můžeme sledovat, jaký má hraní videoher vliv na případné zanedbávání školních nebo jiných povinností. 40,9 % respondentů udává, že se jim tyto situace stávají často. 28,4 % uvádí tuto situaci jako občasnou. Zhruba 70 % hráčů videoher se tedy potýká se situacemi, které mohou mít negativní důsledky na jejich studijní prospěch nebo jiné povinnosti.

ZÁVĚR

V rámci této bakalářské práce jsem se zabýval tématem hraní videoher, a především fenoménu mikrotransakcí a lootboxů. Téma jsem si na počátku mého rozhodování zvolil především proto, že k němu bylo k dispozici velmi málo výzkumů a relevantních informací. Zvláště pak v českém jazyce byly tyto informace jen velmi těžko dohledatelné. Většina mé rešerše k této práci tedy spočívala ve studiu zahraniční literatury a výzkumů. V rámci tohoto procesu se mi podařilo zjišťovat rizikovost tohoto fenoménu, sledovat úzké vazby na problematiku běžných forem hazardu a zaměřit se na výsledky několika zásadních studií ze zahraničí. Snažil jsem se téma představit odborně, ale i čtenáři z laické veřejnosti, který se o svět videoherního průmyslu doposud nezajímal. Mnou vytvořený text mu může pomoci k lepšímu pochopení tématu například i z hlediska historického vývoje videoher. Pro lepší pochopitelnost jsem vytvořil i srovnání s klasickými formami her.

Výzkum jsem zaměřil na studenty základních a středních škol se snahou odpovědět na moje výzkumné otázky a získat lepší obraz, jak se tento fenomén projevuje i u nás. Z výzkumu vyplývá, že existuje úzká vazba mezi hraním videoher s mikrotransakcemi a inklinací k jiným formám hazardu. Zároveň je zcela zřejmé, že jsou těmto rizikům častěji vystaveni muži. Hraní tohoto typu her má zároveň vliv na délku spánku, trávení volného času a případnému zanedbávání povinností. Jedná se tedy o rizikový fenomén, který je ale málo zmapovaný a v rámci prevence není často specificky uchopen. Z hlediska praxe se s podobným přístupem setkávám i s prevencí jiných forem hazardu. Jedná se totiž o jevy, které nejsou tolik viditelné, jako například užívání návykových látek, šikana apod. Tudíž nejsou rodiči, pedagogy nebo odborníky často vnímány jako rizikové. Domnívám se, že by v rámci tématu mělo být více edukace. A to nejen edukace zaměřené na cílovou skupinu

hráčů, ale i na rodiče nebo odborníky z pomáhajících profesí. Díky tomu by bylo jistě možné tento jev redukovat a případně včasně nabízet i různé formy intervence. Zde vidím velký potenciál použitelnosti ve školním prostředí, ale i v sociálních službách, které se věnují dětem a mládeži nebo práci s rodinou.

Vzhledem k tempu, jakým se fenomén hraní videoher vyvíjí, bude zajímavé sledovat, kam se celkově ve vnímání široké veřejnosti posune. V rámci další práce s tématem se nabízí například i kvalitativní pojetí výzkumu, který by byl zaměřený přímo na hráče a jejich motivace k hraní.

LITERATURA A ZDROJE

Bergonse, R. (2017) *Fifty Years on, What Exactly is a Videogame? An Essentialistic Definitional Approach*. *Comput Game*. Citováno 16. 1. 2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s40869-017-0045-4>

Brady, A., Prentice, G. (2021). *Are Loot Boxes Addictive? Analyzing Participant's Physiological Arousal While Opening a Loot Box*. *Games and Culture*. Citováno 16.1.2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1555412019895359>

Clement, J. (2023). *Average daily time spent playing games and using computer for leisure per capita in the United States from 2019 to 2022, by age group*. Citováno 28.3.2024. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/502149/average-daily-time-playing-games-and-using-computer-us-by-age/>

Close, J., Lloyd, J. (2021). *Lifting the Lid on Loot-Boxes: Chance-Based Purchases in Video Games and the Convergence of Gaming and Gambling*. In: BeGambleAware. Citováno 19.12.2023. Dostupné z: [Gaming and Gambling Report Final.pdf \(begambleaware.org\)](https://www.begambleaware.org/gaming-and-gambling-report-final-pdf)

Česko. § 3 odst. 1 zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách. In: *Zákony pro lidi.cz*. © AION CS 2010-2021 Citováno 3.3. 2024. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2016-186#p3-1>

Delfabbro, P., King, D., Lambos, C. (2019). *Is Video-Game Playing a Risk Factor for Pathological Gambling in Australian Adolescents?*. *J Gambl Stud* **25**, 391–405. Citováno 22.3.2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9138-8>

Forsström, D., Chahin, G., Savander, S., Mentzoni, R., Gainsbury, S. (2022). *Measuring loot box consumption and negative consequences: Psychometric investigation of a Swedish version of the Risky Loot Box Index*. *Addictive Behaviors*

Reports, Volume 16. Citováno 28.3.2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2022.100453>.

Game Industry Usage and Revenue Statistics 2022. (2023). Citováno 22.12.2023. Dostupné z: <https://helplama.com/game-industry-usage-revenue-statistics/#revenue>

Hartl, P., Hartlová, H. (2015) *Psychologický slovník*. Třetí, aktualizované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0873-0.

Hoschl, C.; Libiger, J. Švestka, J. (2002) *Psychiatrie*. Praha: TIGIS.

Huizinga, J. (2000) *Homo ludens: o původu kultury ve hře*. Přeložil Jaroslav Vácha. Studie (Dauphin). Praha: Dauphin. ISBN 80-7272-020-1.

Chomynová, P., Dvořáková, Z., Černíková, T., Rous, Z., Grohmannová, K., Cibulka, J., Franko, E. (2022). *Zpráva o digitálních závislostech v České republice 2022 [Report on Digital Addictions in the Czech Republic 2022]*. Praha: Úřad vlády České republiky.

Chomynová, 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]*. Praha: Úřad vlády České republiky.

Institut pro regulaci hazardního hraní (2023). Citované 10.3.2024. Dostupné z: <https://www.iprh.cz/odborne-sekce/>

Kalina, K. (2003). *Drogy a drogové závislosti: mezioborový přístup*. Úřad vlády ČR.

Kopecký, K. (2023). *E-Bezpečí*. Citované 10.2.2024. Dostupné z: <https://e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/online-zavislosti/3443-rizika-spojena-s-tzv-loot-boxy>

Kristensen, J.H., Pallesen, S., King, D.L., Hysing, M., Erevik E. (2021). *Problematic Gaming and Sleep: A Systematic Review and Meta-Analysis*. Front Psychiatry. Citováno 23.1.2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.675237>

Neely, E. (2021). *Come for the Game, Stay for the Cash Grab: The Ethics of Loot Boxes, Microtransactions, and Freemium Games*. Games and Culture. Citováno 14.1.2024. Dostupné z: doi:10.1177/1555412019887658

Nešpor, K. (2011). *Návykové chování a závislost: současné poznatky a perspektivy léčby* (Vyd. 4., aktualiz). Portál.

Pan European Game Information. (2024). Citováno 10.3.2024. Dostupné z: <https://pegi.info>

Simmons and Simmons. (2023). Citováno 26.3.2024. Dostupné z: <https://www.simmons-simmons.com/en/publications/clgm1i0ko0020upv4ipezwfz4/status-of-loot-box-regulations-in-europe-q1-2023>

Suchá, J., Dolejš, M., Pipová, H., Maierová, E., a Cakirpaloglu, P. (2018) *Hraní digitálních her českými adolescenty*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5424-5

Tomić, Z. (2018). *Economic model of microtransactions in video games*. Journal of Economic Science Research. Citováno 11.3.2024. Dostupné z: doi:10.30564/jesr.v1i1.439

Video game history. (2022). Citováno 22.12.2023. Dostupné z: <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>

Wardaszko, M. (2019). *Simulation & Gaming Through Times and Across Disciplines*. Warszawa: Akademia Leona Kozminkiego. ISBN 9780803971035.

Williams, R. (2002). *Stacked Deck: A Program to Prevent Problem Gambling*. Hazelden Publishing

Yokomitsu, K., Irie, T., Shinkawa, H., Tanaka, M. (2021) *Characteristics of Gamers who Purchase Loot Box: a Systematic Literature Review*. *Curr Addict Rep* **8**, 481–493. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s40429-021-00386-4>

Zendle, D., Cairns, P. (2018). *Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey*. *PLoS ONE* 13(11): e0206767. Citováno 19.2.2024. Dostupné z: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>

Zendle, D., Meyer, R., Ballou, N. a Perales, J. (2020). *The changing face of desktop video game monetisation: An exploration of exposure to loot boxes, pay to win, and cosmetic microtransactions in the most-played Steam games of 2010 to 2019*. *PLOS ONE*. Citováno 11.3.2024. Dostupné z: doi:10.1371/journal.pone.0232780

Zimbardo, P. G., Coulombe, N. D. (2017). *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Grada Publishing.

Zodpovědné hraní. (2023). Citováno 12.3.2024. Dostupné z: <https://www.zodpovednehrani.cz/vyzkumy-studie/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Ukázka z herního obchodu hry FIFA 16

Obrázek 2: Ukázka z herního obchodu hry Magic the Gathering: Arena

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Podíl celkových tržeb z videoherního průmyslu podle jednotlivých platforem v roce 2022

Graf 2: Rozdělení respondentů dle pohlaví

Graf 3: Hraní videoher u respondentů

Graf 4: Rozdělení respondentů dle platformy

Graf 5: Rozdělení respondentů dle formy hraní

Graf 6: Průměrná doba hraní v hodinách

Graf 7: Četnost nakupování mikrotransakcí a lootboxů

Graf 8: Průměrná útrata za mikrotransakce a lootboxy měsíčně

Graf 9: Způsoby financování nákupů mikrotransakcí

Graf 10: Motivace pro nákupy mikrotransakcí

Graf 11: Četnost vyšší útraty za nákup mikrotransakcí

Graf 12: Četnost pocitů viny a lhaní

Graf 13: Četnost kritiky a zákazů

Graf 14: Četnost přemýšlení nad nákupy

Graf 15: Četnost zanedbávání povinností

Graf 16: Zkušenosti s offline hazardními hrami u hráčů videoher

Graf 17: Zkušenosti s online hazardními hrami u hráčů videoher

Graf 18: Zkušenosti s offline hazardními hrami u nehráčů videoher

Graf 19: Zkušenosti s online hazardními hrami u nehráčů videoher

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník k výzkumu

PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník k výzkumu

Dotazník Mikrotransakce a lootboxy

Dobrý den,

jsem studentem 3. ročníku oboru Sociální práce na Filozofické fakultě Univerzity Palackého. Ve své bakalářské práci se věnuji tématu hraní videoher a využívání mikrotransakcí a lootboxů.

Tento dotazník slouží jako podklad pro výzkumnou část mé bakalářské práce. Smyslem je zjistit, jak jsou moderní videohry a potažmo mikrotransakce a lootboxy rizikové. Toto zjištění pak může pomoci k lepšímu nastavení poradenských a preventivních služeb a lepšímu pochopení tématu v rámci České republiky.

Děkuji za čas, který strávíte vyplněním tohoto dotazníku, nemělo by to zabrat více než 5 minut.

Výsledky jsou zpracovány anonymně a slouží pouze k výzkumnému účelu.
David Bezdorníkov

_____ * Označuje povinnou otázku

Obecné otázky

Nejdříve pár jednoduchých otázek.

Jaký je Váš věk? (napište prosím celé číslo) *

Jaké je Vaše pohlaví?

Označte jen jednu elipsu.

Muž Žena

Hrajete videohry?

Označte jen jednu elipsu.

Ano - pokračujte prosím ve vyplňování dotazníku v sekci 3, 4 a 5. Sekci 6 nevyplňujte

Ne - pokračujte prosím ve vyplňování dotazníku v sekci 6. Sekce 3, 4 a 5 prosím nevyplňujte. *Přeskočte na otázku 23*

Já a videohry

Tato část je zaměřena na Vaše preference hraní videoher a vytvoření obecného profilu Vaší hráčské zkušenosti.

Na které platformě se nejčastěji věnujete hraní videoher?

Označte jen jednu elipsu.

- PC
- Mobilní telefon nebo tablet
- Herní konzole (Playstation, Xbox, Switch, atd.)

Preferujete spíše singleplayer nebo multiplayer hraní?

Označte jen jednu elipsu.

- Singleplayer Multiplayer

Jakou videohru hrajete nejčastěji (prosím uveďte konkrétní titul)

Kolik hodin v průměru strávíte denně mimo víkendy hraním videoher na libovolné platformě?

Kolik hodin v průměru strávíte denně během víkendu hraním videoher na libovolné platformě?

Mikrotransakce a lootboxy

Tato část se specificky zaměřuje na téma mikrotransakcí a lootboxů a Vaše zkušenosti s nimi.

Jak často nakupujete ve hrách lootboxy nebo jiné mikrotransakce?

Označte jen jednu elipsu.

- Denně
 Vícekrát týdně 1x týdně
 1x měsíčně Pouze výjimečně Nekupuji je

Kolik za mikrotransakce a lootboxy v průměru utratíte měsíčně?

Označte jen jednu elipsu.

- 0 - 50 Kč
 51 - 100 Kč
 101 - 250 Kč
 251 - 500 Kč
 501 - 1000 Kč
 Více než 1000 Kč

Jak převážně tyto nákupy financujete?

Označte jen jednu elipsu.

- Z kapesného (vlastní platební karta) Kupují mi je rodiče nebo prarodiče
 Paysafe karta
 Pomocí telefonního paušálu Nekupuji je

Jaká je Vaše hlavní motivace pro tento nákup?

Označte jen jednu elipsu.

Chci získat nové designové předměty (skiny, zbraně, apod) Chci získat vzácné nebo drahé předměty

Chci získat výhodu nad protihráči Chci získat lepší status ve hře Chci si urychlit průběh hry

Otevírání lootboxů je pro mě zábava Nekupuji je

Považujete mikrotransakce a lootboxy za rizikové?

Označte jen jednu elipsu.

Ano Ne

Nedokážu posoudit

Mají mikrotransakce a lootboxy vliv na Váš volný čas?

V této části se zaměřujeme na to, zdali má hraní her a potažmo nákupy mikrotransakcí a lootboxů vliv na Váš volný čas nebo reakce Vašeho okolí.

Stalo se Vám někdy, že jste za tyto nákupy utratili víc peněz, než jste měli v plánu?

Označte jen jednu elipsu.

Stalo se mi to jednou Stává se mi to občas Stává se mi to často Nikdy se mi to nestalo

Zažívali jste někdy po zakoupení mikrotransakce nebo lootboxu pocit viny nebo jste museli lhát v souvislosti s jeho nákupem?

Označte jen jednu elipsu.

- Stalo se mi to jednou Stává se mi to občas Stává se mi to často
 Nikdy se mi to nestalo

Zažili jste někdy situaci, kdy Vás rodiče nebo někdo z Vašich kamarádů za tyto nákupy kritizovali nebo Vám jej zakazovali?

Označte jen jednu elipsu.

- Stalo se mi to jednou Stává se mi to občas Stává se mi to často
 Nikdy se mi to nestalo

Přemýšlíte o těchto nákupech i v době, kdy se zrovna hraní nevěnujete nebo si představujete jak tento nákup dopadne?

Označte jen jednu elipsu.

- Stalo se mi to jednou Stává se mi to občas Stává se mi to často
 Nikdy se mi to nestalo

Zanedbali jste někdy nějaké domácí nebo školní povinnosti v souvislosti s hraním videoher, které obsahují mikrotransakce?

Označte jen jednu elipsu.

- Stalo se mi to jednou Stává se mi to občas Stává se mi to často
 Nikdy se mi to nestalo

Kolik hodin denně v průměru spíte?

Kolik hodin týdně v průměru věnujete jiným volnočasovým aktivitám (kroužky, sport, kreativní aktivity atd.)

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její offline variantě?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Nákup losů
 Loterie (Sazka, Sportka, apod) Hraní pokeru
 Sázení na sportovní zápasy Ruleta
 Výherní automaty
 Jiné:

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její online variantě?

Zaškrtněte všechny platné možnosti

- Nákup losů
 - Loterie (Sazka, Sportka, apod) Hraní pokeru
 - Sázení na sportovní zápasy Ruleta
 - Výherní automaty
 - Jiné:
-

Tuto sekci prosím vyplňujte jen v případě, že nehrajete videohry.

Kolik hodin denně v průměru spíte?

Kolik hodin týdně v průměru věnujete jiným volnočasovým aktivitám (kroužky, sport, kreativní aktivity atd.)

Máte zkušenost s některou z těchto hazardních her v její offline variantě?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Nákup losů
- Loterie (Sazka, Sportka, apod) Hraní pokeru
- Sázení na sportovní zápasy Ruleta
- Výherní automaty
- Jiné:

