

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

Audiovizuální reprezentace loot boxů ve videohrách

Bakalářská práce

Autor práce: Christopher Torres

Studijní program: Marketingová komunikace a public relations

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Jaroslav Švelch, Ph.D.

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 26. 7. 2021

Christopher Torres

Bibliografický záznam

TORRES, Christopher. *Audiovizuální reprezentace loot boxů ve videohrách*. Praha, 2021. 76 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií. Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí bakalářské práce Mgr. et Mgr. Jaroslav Švelch, Ph.D.

Rozsah práce: 104 215

Anotace

Práce se zabývá vizuálním a zvukovým ztvárněním procesu otevírání loot boxů ve vybraných videohrách z pohledu sémiotiky. Teoretická část se zabývá historií dodatečné monetizace na herním trhu, konceptem loot boxu a naukou sémiotiky. Kvůli rostoucím nákladům na vývoj her a zvyšujícím se očekáváním investorů velkých firem se herní nakladatelství snaží získat další zdroje příjmů. Dodatečná monetizace ve formě in-game obchodů je proto rostoucím trendem a loot boxy je často doprovází. Představují formu gamifikace nákupu virtuálních předmětů skrze náhodnou šanci získat předměty nižší i vyšší ceny, než je původní vklad. Jejich časté používání na herním trhu přineslo mnoho vln kritiky a nejednu kontroverzní situaci, kdy byli vývojáři nařčeni z implementace skrytých hazardních mechanik do her pro nezletilé. Praktická část práce rozebírá chování loot boxů ve hrách, popisuje společné rysy a odlišnosti a hledá nejpravděpodobnější způsob výkladu záměrů a významu sdělení, které se vývojáři snaží předat. Zkoumané tituly byly vybrány na základě aktivních hráčů, žánru a ceny. Probírá jednotlivé aspekty loot boxů v kontextu her, ve kterých se nachází, a na základě informací z teoretické části práce řeší jejich znaky a signály.

Annotation

The thesis deals with a visual and sound interpretation of a loot boxes opening process in selected video games from the semiotic point of view. The theoretical part deals with history of additional monetisation on the games market, a loot box concept and semiotics as a science. Due to raising costs of games designs together with big companies investors' expectations, the games publishing houses try to obtain further incomes. Therefore, additional monetisation in a form of in-game shops is a growing trend and it is often accompanied by loot boxes. They represent a form of gamification of virtual assets purchase through a random chance to obtain assets both with lower and higher prices than the original deposit. Frequent use of these on the games market brought many waves of criticism and not once a controversial situation in which the designers were accused of hidden gambling mechanics implementations in games for teenagers. The practical part analyses loot boxes behaviour in games, describes common features and differences and looks for the most probable way of objectives and meanings of notifications explanations interpretation which the designers attempt to relay.

The surveyed titles were selected on the basis of active players, genre and price. It goes through individual aspects of loot boxes in the context of games in which it is included, and it deals with their signs and signals on the basis of the information from the theoretical part.

Klíčová slova

Video hry, loot boxy, hazard, sémiotika, vizuální a zvuková reprezentace, mikrotransakce, monetizace, virtuální předměty, nákupy ve hře

Keywords

Video games, loot boxes, gambling, semiotics, visual and sound representation, microtransactions, monetisation, virtual assets, in-game purchases

Title/název práce

Audio-visual representation in loot box mechanics in video games

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval svému vedoucímu práce Mgr. et Mgr. Jaroslavu Švelchovi, Ph.D. za ochotný přístup, trpělivost a cenné rady, které přispěly ke zlepšení této práce.

Obsah

Úvod	9
1 Loot boxy	10
1.1 Herní průmysl	10
1.2 Historie mikrotransakcí	11
1.2.1 Inspirace mikrotransakcí	11
1.2.2 První mikrotransakce.....	12
1.2.3 Season pass	12
1.2.4 Vznik loot boxů.....	13
1.3 Hrozby a příležitosti loot boxů	13
2 Lidské chápání a vnímání.....	17
2.1 Sémiotika.....	17
2.2 Sémiotická analýza	19
3 Metodologie	21
3.1 Oblast výzkumu	21
3.2 Metodologický postup	21
3.3 Výzkumné otázky a kvalitativní metoda.....	21
3.4 Loot boxy v jednotlivých hrách	23
3.5 Sběr a analýza dat	27
3.6 Validita dat a hranice výzkumu	27
4 Přehled aspektů loot boxů vybraných her	29
4.1 Vizuální reprezentace.....	29
4.1.1 Podoba loot boxu	29
4.1.2 Pozadí uživatelského rozhraní, ve kterém se loot box otevírá.....	32
4.1.3 Chování loot boxu před otevřením	34
4.1.4 Vizuální podoba a chování loot boxů v build-up fázi.....	37
4.1.5 Odhalení obsahu loot boxu	39
4.1.6 Odlišení předmětů podle vzácnosti.....	42
4.2 Zvukový doprovod.....	43
4.2.1 Hudba uživatelského rozhraní.....	43
4.2.2 Zvuky loot boxů před otevřením	44
4.2.3 Zvuky před otevřením	46
4.2.4 Zvuky v momentu otevření	47
4.2.5 V. 2. 5. Zvuky odlišující vzácnost předmětů	48

5	Analýza dat	50
5.1	Forma loot boxů	50
5.2	Pozadí uživatelského rozhraní.....	51
5.3	Build-up fáze.....	52
5.4	Moment otevření a zobrazení produktů	54
5.5	Odlišení barev dle vzácnosti.....	55
6	Diskuze	57
	Závěr.....	59
	Summary	62
	Použitá literatura.....	64
	Teze bakalářské práce	72
	Seznam obrázků a tabulek	75

Úvod

Tržby herního průmyslu dnes nejsou omezené pouze na prodávání videoher. V herním průmyslu se experimentuje s novými způsoby monetizace, které firmám v ideálním případě vytvoří nový zdroj příjmů.¹ Mezi nimi se před několika lety objevil nový koncept loot boxů, který se rychle přenesl do mnoha počítačových, konzolových, ale i mobilních her. Loot boxy jsou virtuální bedny, určené k získávání náhodných předmětů ve videohrách. Místo aby si hráč koupil specifický předmět, zaplatí jednotnou cenu za loot box, ve kterém je šance získat jeden z mnoha předmětů. Loot boxy se dají získat zakoupením v obchodě s hrami a v některých případech i hraním hry samotné. Jedná se o moderní způsob monetizace ve hrách, který pomocí náhodné šance gamifikuje² nakupování ve hře.³ Tento koncept v herním prostředí není nijak revoluční, stejný způsob získávání herních předmětů používaly sběratelské karty jako například Magic: The Gathering nebo Pokémon.⁴ Za poslední roky se loot boxy objevily v počítačových, mobilních, placených i neplacených hrách. Tato práce si klade za cíl analyzovat loot boxy z pohledu herního designu a dedukovat rozhodnutí, která za nimi stojí, za pomoci sémiotiky. Výsledkem práce bude identifikování společných aspektů audiovizuálních prvků loot boxů a jejich následná sémiotická analýza. Práce určí nejvíce opakované způsoby zpracování a ojedinělé případy, kterými se vývojáři snaží odlišit, případně se s nimi snaží experimentovat.

¹ SRP, Honza. Mikrotransakce stále frčí, Pokémon GO i Call of Duty vydělávají. In: *Idnes.cz* [online]. 4. 11. 2020 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/hry/novinky/mikrotrakce-uspech-hry.A201104_125711_bw-novinky_srp

² Termín „gamifikace“ znamená použití herních mechanik v mimoherních aktivitách, převážně za účelem zvýšení angažovanosti uživatelů.

³ WRIGHT, Steven T. The evolution of loot boxes. In: *Pcgamer.com* [online]. 9. 12. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>

⁴ BYRD, Matthew. How the Pokémon Trading Card Game Boom Brought Back Pokémon Fever. In: *Denofgeek.com* [online]. 29. 4. 2021 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: <https://www.denofgeek.com/games/pokemon-tcg-card-values-sales-boom/>

1 Loot boxy

1.1 Herní průmysl

Herní průmysl je jedním z nejrychleji rostoucích a nejvýdělečnějších průmyslů na světě. S narůstajícím množstvím spotřebitelů stoupá i množství titulů na trhu a s tím i konkurence i v dříve neatraktivních odvětvích. Herní vydavatelství neustále hledají nové způsoby, jak se odlišit od konkurence a co nejvíce navýšit příjmy. Maloobchodní ceny nově vydaných AAA her⁵ zpravidla zůstávají dlouhou dobu neměnné.⁶ Hráči však každoročně požadují lepší grafické i technické zpracování, což neustále zvyšuje náklady na tvorbu her⁷. V takovém neustále rostoucím prostředí si udržet poměr výdělku s náklady je pro herní vydavatelství prioritní, zejména kvůli závazku k investorům. Zpravidla se s těmito překážkami herní studia vyrovnávají tak, že obětují kvalitu jiných částí hry, spojí se s větším studiem nebo do her implementují dodatečný způsob monetizace, který bude generovat vlastní příjmy. Příkladem je nejvýdělečnější titul roku 2017 Call of Duty: WWII, který ke konci roku prodejem kopií a monetizací ve hře vydělal přes \$1 mld. amerických dolarů.⁸

S každým dalším konceptem monetizace se na herním trhu otevírá diskuse mezi kritiky, novináři a spotřebiteli, zda jsou implementované mechaniky opodstatněné a prospívají hře samotné. Příkladem mohou být předprodejové bonusy, které hráčům slibují dodatečný herní obsah za koupi hry před jejím vydáním. Velké firmy si úspěchů svých konkurentů všímají velice rychle a často se snaží cizí úspěch replikovat. Důkazem je například nárůst zájmu o hry typu „battle royale“, kterými se zasytil trh po viditelném úspěchu titulů *The Culling* (2016) a *Player Unknown's Battlegrounds*⁹ (2016). V roce 2017 se Battle Royale hry staly fenoménem herního průmyslu a během několika následujících let vydala většina herních

⁵ Termín „AAA hra“ obvykle odkazuje na hru s vysokým budgetem a velkým marketingovým dosahem. Tyto hry obvykle tvoří vývojářské studio spadající pod vydavatelskou firmu neboli „publisher“. Opač AAA hra je tzv. „Indie hra“, která je vytvořená a vydaná nezávislým studiem.

⁶ KHARIF, Olga a Takashi MOCHIZUKI. Video Game Prices Are Going Up for the First Time in 15 Years. In: *Bloomberg.com* [online]. 9. 11. 2020 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-11-09/game-prices-go-up-to-70-the-first-increase-in-15-years>

⁷ QUORA. Why Have Video Game Budgets Skyrocketed In Recent Years? In: *Forbes.com* [online]. 31. 10. 2016 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/quora/2016/10/31/why-have-video-game-budgets-skyrocketed-in-recent-years/?sh=731228763ea5>

⁸ MAKUCH, Eddie. Call Of Duty: WW 2 Passes \$1 Billion In Worldwide Sales. In: *Gamespot.com* [online]. 20. 12. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.gamespot.com/articles/call-of-duty-ww-2-passes-1-billion-in-worldwide-sa/1100-6455775/>

⁹ GOOGLE. Google Trends: Vyhledávání slova "Battle Royale." In: *Trends.google.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2010-01-01%202021-04-14&q=battle%20royale>

vydavatelství titul stejného žánru.¹⁰ Obvyklým pravidlem však je, že jakmile jedna firma nalezne vzoreček úspěchu, trh se jím rychle přesytí. S každou další hrou se vývojáři snaží posunout koncept o krok dál, aby na dodatečné monetizaci vydělali maximum peněz, ale zároveň to hráče nerušilo při hře.

1.2 Historie mikrotransakcí

1.2.1 Inspirace mikrotransakcí

Počátky popularity mikrotransakcí nalezneme u webových her *Neopets* (1999), *Second Life* (2003) a *Club Penguin* (2004), které později inspirovaly herní giganty jako například *Farmville* (2009). V těchto hrách mohli hráči nakoupit kosmetické doplňky a výhody ve hře¹¹ za reálné peníze. Tyto tituly musely obsahovat dodatečnou monetizaci uvnitř hry, protože jejich bezplatná distribuce znamenala, že zpoplatněný doplňující obsah byl jediný způsob generování příjmů. Tento způsob později inspiroval Microsoft, který v letech 2005 začal experimentovat s prodejem dodatečného obsahu pro hry na svou domácí konzoli Xbox 360.¹² Nevýhodou tohoto způsobu monetizace byly vysoké poplatky za přímé platby Microsoftu, což dalo vzniknout tzv. „*Microsoft Points*“. Ty mohli hráči zakoupit v minimální ceně \$10 za 800 bodů, za něž mohli v Xbox obchodě dokupovat herní obsah.¹³

¹⁰ Příkladem jsou hry H1Z1 Battle Royale (2018), Battlefield V: Firestorm (2018), Apex Legends (2019), Fallout 76: Nuclear Winter (2019), Fall Guys (2020), Call of Duty: Warzone (2020)

¹¹ Například více hracího prostoru a rychlejší sázení/sklízení rostlin ve Farmville.

¹² WIRED. A Little Moolah Goes a Long Way. In: *Wired.com* [online]. 20. 3. 2005 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2005/03/a-little-moolah-goes-a-long-way/>

¹³ COLE, Vladimír. Xbox Live marketplace points: 80 per USD. In: *Engadget.com* [online]. 26. 10. 2005 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2005-10-26-xbox-live-marketplace-points-80-per-usd.html>

1.2.2 První mikrotransakce

Prvním větším herním studiem, které do své hry přidalo placený bonusový obsah, bylo Bethesda Softworks. V roce 2006 vydalo ke hře *The Elder Scrolls IV: Oblivion* (2006) doplněk „*Horse Armor Pack*“, který obsahoval brnění na koně, jež nemělo žádné herní využití, za cenu \$2,50. Mnoho hráčů i herních žurnalistů tento krok kritizovalo, protože cena doplňku nebyla úměrná množství dodatečného obsahu¹⁴. Ač za produkt studio Bethesda nesklidilo moc chvály, připravilo tím cestu pro jednoduchou monetizaci dalším hrám, což se potvrdilo následující rok, kdy prodej virtuálních doplňků přesáhl \$2 mld. amerických dolarů.¹⁵

1.2.3 Season pass

Taktika prodávání jednotlivých doplňků byla dlouhou dobu dominujícím způsobem monetizace ve videohrách. Tento koncept však nebyl perfektní a jeho nedostatky se ukázaly, když některé hry začaly prodávat dodatky v celkové hodnotě vyšší než základní cena hry. Příkladem je hra *Train Simulator* (2009), která k dnešnímu dni má více než 620 dodatků v hodnotě přes \$12,000.¹⁶ Dalším problémem byl fakt, že kvůli velkému množství dodatečného obsahu docházelo k rozdělení herní základny, protože hráči, kteří si koupili pouze základní hru, nemohli hrát s těmi, kdo si dokoupili bonusový obsah. Tento problém se pokusilo vyřešit studio Rockstar Games s dodatkovým balíčkem „*Rockstar Pass*“. V roce 2011 studio vydalo hru *L. A. Noire*, ke které v průběhu roku vydalo dodatečný obsah v hodnotě \$20 amerických dolarů v případě jednotlivé koupě, nebo \$12 amerických dolarů za jednorázový nákup všech dodatků pomocí balíčku *Rockstar Pass*.¹⁷ Tento koncept se nazývá „*Season pass*“ a po tomto úspěšném důkazu konceptu se jím inspirovaly mnohé další firmy.¹⁸ Tento způsob monetizace měl též své nedostatky, které byly zjevné již po vydání prvních pár her obsahujících tento model. Hráči platili předem \$30–\$50 amerických dolarů

¹⁴ RANSOM-WILEY, James. Download Oblivion's horse armor, for a price. In: *Engadget.com* [online]. 3. 4. 2006 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2006-04-03-download-oblivions-horse-armor-for-a-price.html>

¹⁵ LEHDONVIRTA, Vili. Virtual Item Sales as a Revenue Model: Identifying Attributes that Drive Purchase Decisions. *Electronic Commerce Research*. 2009, 9(1), 97-113. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10660-009-9028-2>

¹⁶ STEAM. Produktová stránka hry *Train Simulator* 2021. *Steampowered.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: https://store.steampowered.com/app/24010/Train_Simulator_2021/

¹⁷ XBOX. *L.A. Noire Rockstar Pass*. *Marketplace.xbox.com* [online]. © 2011 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://marketplace.xbox.com/cs-CZ/Product/LA-Noire-Rockstar-Pass/a47dd117-25c9-4034-82bb-d5f5917c3a93>

¹⁸ G2A. *Season Pass – DLC'S - Gaming*. *G2a.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.g2a.com/category/season-pass-c3363>

za všechny budoucí dodatky, často aniž by věděli, jaký obsah ke hře přibude. Dalším problémem bylo, že někteří vývojáři byli nařčeni z vydávání záměrně ochuzené hry, aby chybějící obsah prodali jako dodatek. Příkladem je titul *Mass Effect 3*, ke kterému byly při vydání slíbeny dodatky, ale fanoušci tento obsah objevili ve zdrojovém kódu hry již v den vydání, což potvrdilo spekulaci, že vývojáři před vydáním odebrali část hry, aby ji mohli následně prodat jako bonus.¹⁹

1.2.4 Vznik loot boxů

Následně se v herním světě začaly objevovat loot boxy. Hráči je zpravidla mohou získat jako odměnu za hraní hry, nebo si je koupit za reálné peníze. Jedná se o virtuální předměty, které obvykle mají formu krabice nebo truhly. Hráči je otevírají a získávají z nich náhodné předměty z dané hry. Získané předměty jsou buďto kosmetické, například oblečení pro herní charakter, nebo věc, která posílí zážitek ze hry, například herní měna nebo upgrade statistik postavy. V AAA hře se poprvé objevily v roce 2010 ve hře *Team Fortress 2* od firmy Valve.²⁰ Vývojářům se tímto krokem podařilo gamifikovat e-shop uvnitř hry, což inspirovalo desítky dalších firem k integraci stejného konceptu. Jejich koncept byl inspirován sběratelskými kartami z 90. let,²¹ které zákazník nakupoval po balíčcích s náhodným obsahem. Existuje mnoho variant, například některé loot boxy jsou samy o sobě nepoužitelné a je třeba k nim přikoupit klíč, který je otevře. V některých hrách mohou hráči herní předměty vyměňovat nebo s nimi obchodovat, čímž vznikají oficiální i neoficiální obchodní místa ke směně předmětů.

1.3 Hrozby a příležitosti loot boxů

Ve většině her obsahující loot boxy může hráč získat pouze estetické doplňky (např. jiné barvy zbraní nebo oblečení pro svou postavu). Tím se zamezí to, aby hráč, který investuje více peněz do videohry, získal výhodu nad těmi, kteří peníze investovat nechtějí. Perfektním příkladem špatného použití loot boxů byla hra *Star Wars: Battlefront II* (2018). Velká část kritiky byla mířena na její tzv. *pay-to-win*²² aspekty. Při vydání hry bylo z loot boxů možno

¹⁹ KOLLAR, Phil. EA Responds To Mass Effect 3 Day One DLC Allegations. In: *Gameinformer.com* [online]. 11. 3. 2012 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.gameinformer.com/b/news/archive/2012/03/11/fan-claims-proof-that-mass-effect-3-day-one-dlc-was-on-disc.aspx>

²⁰ TEAM FORTRESS. The Mannconomy Update. *Teamfortress.com* [online]. © 2010 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.teamfortress.com/mannconomy/>

²¹ Například *Magic: The Gathering* nebo *Pokémon*.

²² Za „Pay-to-win“ hru se označuje titul, ve kterém hráč snáze získá výhodu nad ostatními hráči pomocí zaplaceného vylepšení, a ne skrz dovednosti a zkušenost ve hře.

získat dočasné vylepšení postav, které výrazně převyšovalo možnosti hráčů, kteří tato vylepšení neměli. To dávalo značnou výhodu hráčům, kteří byli ochotni si připlatit ve hře, za kterou už tak zaplatili plnou cenu. Dále nebylo možné hrát za většinu postav, protože je bylo třeba odemknout za pomoci herní měny, kterou ve větším množství bylo možné získat pouze z loot boxů. Hráči buďto museli strávit hraním až stovky hodin pro odemknutí celého obsahu hry, nebo zaplatit za náhodou šanci odemknout jej dřív.²³ To poukázalo na problém integrace loot boxů, které namísto oživení herního obchodu kompletně nahradily systém postupu ve hře. Jelikož šlo o AAA titul, který při vydání stál \$60, nebyl takto agresivně pojatý způsob zkřížení monetizace a herního postupu přijat kladně kritiky ani hráči.²⁴

Druhý problém, který tímto vznikl, byl hazard nezletilých. Při nahlédnutí na loot boxy s větším nadhledem je možné spatřit paralely se světem hazardu.^{25, 26} Existuje mnoho definic hazardu, ale všechny se shodují v několika základních charakteristikách, které rozlišují opravdový hazard od obyčejného riskování.²⁷ Mezi ně spadá následující:

1. Zisk/Výhra se určí v budoucnosti a v okamžiku vstupu je výsledek neznámý.
2. Výsledek je určen zčásti nebo kompletně náhodou.
3. Výhru získá subjekt bez žádné další akce (např. doplatek nebo další práce).
4. Možná cena výhry je vyšší než vklad (za předpokladu, že je možné výhru směnit/prodat za peníze).
5. Ztrátě je možné se vyhnout tak, že se této aktivita subjekt nezúčastní (neboli aktivita není nucená).

Mnohé hry s touto mechanikou míří primárně na mladistvé, či dokonce na děti. Podle evropského systému označování dostupnosti her *PEGI* je doporučený minimální věk hráčů hry *Star Wars: Battlefront II* 16 let, u sportovních her jako například *FIFA*, které loot boxy

²³ BECK, Kellen. YouTuber spends \$90 in 'Star Wars: Battlefront 2' and proves that it's still basically pay-to-win. In: *Mashable.com* [online]. 9. 11. 2017 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://mashable.com/2017/11/09/star-wars-battlefront-2-pay-win/?europa=true>

²⁴ Tamtéž

²⁵ MISTRY, Kishan. *P(L)aying to Win: Loot Boxes, Microtransaction Monetization, and a Proposal for Self-Regulation in the Video Game Industry*. New Brunswick, New Jersey, 2018. Juris Doctor thesis. Rutgers University.

²⁶ ZENDLE, David a Paul CAIRNS. Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS one*. 2019, 14(3). Dostupné z: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>

²⁷ GRIFFITHS, Mark D. Adolescent Gambling. In: BRADFORD BROWN, B. and Mitchell J. PRINSTEIN. *Encyclopedia of Adolescence*. New York: Academic Press, 2011, pp. 11-20. Dostupné také z: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-373951-3.00113-7>

těž obsahují, je doporučený minimální věk 3 roky.²⁸ Herní vydavatelství odmítají označování loot boxů za formu hazardu²⁹, protože dle stanov mohou být tyto mechaniky pouze ve hrách s minimálním doporučeným věkem 18 let a musí být řádně označené na obalu hry³⁰, což by zvláště u her s mladší cílovou skupinou ohrozilo značnou část zisků.

Kromě podobnosti v základních charakteristikách jsou loot boxy inspirovány audiovizuálním zpracováním hazardních her, například použitím blikajících ostrých barev, potřebou aktivity hráče otevřít loot box, vzrušující hudbou doprovázející otevření nebo hlasitými zvuky oznamující výhru. Do očí bijící napodobení kasina bylo v traileru na hru NBA 2K20, jejíž loot boxy mají formu hazardních her od rulety přes hrací automaty až po japonské pachinko.³¹ Tato hra též nemá označení hazardního obsahu, a proto může být volně prodávána dětem už od tří let. To může být problematické, protože děti a mladiství jsou náchylnější k vytvoření návyku na hazardu než dospělí.³² V extrémních případech utratili nezletilí hráči na těchto mechanikách tisíce dolarů za virtuální obsah.³³ Toto je následek daleko rozsáhlejšího problému, a to dostupnosti obsahu určeného pro dospělé na internetu. V případě hazardu je prokázáno, že u jeho online podoby je několikanásobně větší riziko vzniku závislosti na hazardu než u jeho tradiční offline formy.³⁴ To je alarmující s přihlédnutím k výsledku španělské studie na vzorku studentů od 12 do 17 let, která ukázala, že 6,5 % mladistvých testované demografické skupiny hraje online hazardní hry bez dohledu rodičů, což je trojnásobný nárůst oproti výsledkům o sedm let dříve³⁵. Pro většinu nezletilých představuje tyto mechaniky v první řadě hra, kterou si většinou nedokážou spojit s rizikem

²⁸ PEGI. What do the labels mean. *Pegi.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://pegi.info/what-do-the-labels-mean>

²⁹ MADIGAN, Jamie. What The Heck Are Surprise Mechanics? In: *Forbes.com* [online]. 19. 8. 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jamiemadigan/2019/08/19/what-the-heck-are-surprise-mechanics/?sh=125f23ec6e80>

³⁰ PEGI. What do the labels mean. *Pegi.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://pegi.info/what-do-the-labels-mean>

³¹ NBA 2K20: MyTEAM. In: *Youtube* [online]. 26. 8. 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=46MQ1ZMZ-l4>. Kanál uživatele NB2 2K.

³² ZENDLE, David, Rachel MEYER a Harriet OVER. Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society*. 2019, 6(6), 1-18. Dostupné z: <https://doi.org/10.1098/rsos.190049>

³³ COULSON, Josh. Pressure To Reclassify Loot Boxes As Gambling Ramps Up In The UK After Student Blows \$3800. In: *Thegamer.com* [online]. 12. 7. 2020 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.thegamer.com/pressure-reclassify-loot-boxes-gambling-uk/>

³⁴ GRIFFITHS, Mark D. a Natale CANALE. Impact of Internet gambling on problem gambling among adolescents in Italy: Findings from a large-scale nationally representative survey. *Computers in Human Behavior*. 2017, 57, 99-106. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.020>

³⁵ GÓMEZ, Patricia, Sandra FEIJÓO a Teresa BRAÑA. Minors and Online Gambling: Prevalence and Related Variables: Prevalence and Related Variables. *Journal of Gambling Studies*. 2017, (36), 735-745. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09923-3>.

návyku³⁶. Jelikož se videohry mnohdy stále považují za nedospělé médium, legislativy některých zemí jsou laxní a tamní zákonodárci reagují na změny pomalu. Stejně jako dlouhou dobu operovaly firmy AirBnB či Uber v šedé právní zóně, jsou často země nepřipravené čelit novým a rychle se vyvíjejícím technologickým hrozbám v herním průmyslu. Zodpovědnost tedy stojí na morálním kompasu herních vydavatelství, která často jednájí ve prospěch svých mezinárodních investorů. Pouze malé množství zemí se k problematice loot boxů vyjádřilo, například ve Spojeném království komise pro hazard uvedla, že loot boxy nemůžou být považovány za hazardní hru, jelikož není možné výhry zpeněžit³⁷. Francouzská paralela ARJEL³⁸ ve své zprávě z roku 2018 uvedla, že loot boxy nemohou být označeny za hazard, protože hráč vždy něco vyhraje na rozdíl například od hraní v kasinu.³⁹ Naopak v Nizozemí a v Belgii byly po vyšetřování místní komisí pro hazard loot boxy zakázány.^{40, 41}

Vytvořit loot box, který je etický a zároveň výdělečný, tedy nestojí pouze na jeho implementaci a způsobu propagace, ale i na způsobu provedení. V průběhu let je implementovalo do svých her desítky titulů, což dává prostor k jejich hlubšímu zkoumání a srovnávání. Loot boxy využívají častokrát téměř identické techniky jako hazardní hry. Na základě této myšlenky by hypoteticky úspěšný a správný loot box měl využívat stejných technik, ale neměl by v hráči evokovat myšlenku na hazard nebo kasino, kdežto rozšiřovat celek hry o další herní zážitek.

³⁶ HUME, Margee. Fun, Friend, or Foe: Youth Perceptions and Definitions of Online Gambling. *Social Marketing Quarterly*. 2011, 17(1), 109-133. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15245004.2010.546939>

³⁷ UK GAMBLING COMMISSION. Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper. *Gamblingcommission.gov.uk* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/Virtual-currencies-eSports-and-social-casino-gaming.pdf>

³⁸ Zkratka pro „French Authority for the Regulation of Online Games“.

³⁹ ARJEL. *ARJEL rapport activite 2017-2018* [online]. Paris: ARJEL, 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20190819065126/http://www.arjel.fr/IMG/pdf/rapport-activite-2017.pdf>

⁴⁰ GEENS, Koen. Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving. In: *Koengeens.be* [online]. 25. 4. 2018 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving>

⁴¹ DE KANSSPELAUTORITEIT. Nieuwe fase aanpak loot boxes. *Kansspelautoriteit.nl* [online]. © 2018 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20180625085211/https://www.kansspelautoriteit.nl/nieuws/alle-nieuwsberichten/2018/juni/nieuwe-fase-aanpak/>

2 Lidské chápání a vnímání

2.1 Sémiotika

Základy sémiotiky a sémiotické analýzy přinesli Saussure⁴² a Barthes⁴³, kteří se často navzájem protínají. Barthes ve své knize *Mytologie* posunul poznatky Saussura od textu do reálného světa, kde pomocí sémiotické analýzy do hloubky zkoumá mezilidské situace a předměty denního používání jako například steak s hranolky, dětské hračky, striptýz nebo nové auto⁴⁴. Podle Gvoždiaka je jedním z hlavních úkolů sémiotiky zkoumat způsoby, jak porozumět světu.⁴⁵ Sémiotika se skládá ze tří vědních disciplín: syntaktiky, sémantiky a pragmatiky. Sémantická část představuje jednacím subjekt jako nejdůležitější prvek, který se skrze znaky a signály snaží přenést význam. Podle Saussura jsou signály limitovány svou neoddělitelností od znaků, jejichž podobu přenáší, což je vzhledem k šedé zóně loot boxů výhodou⁴⁶. Saussure ve své knize identifikuje znaky na základě vztahu signifier/označující (Sr) a signified/označovaný (Sd). Sr je zvuk/obraz, který může, ale nemusí mít pevný vztah k Sd, obvykle označovaný za jazyk sdělení. Sd popisuje význam, který se znak snaží přenést. Syntaktická část se zabývá samotnými znaky bez ohledu na jejich význam, jejich spojeními a kombinacemi s jinými znaky, které dohromady tvoří jazyk. Syntaktika se ptá, jakou množinou musí znaky být, aby se daly za jazyk považovat, jaké znaky následně tvoří celky (věty) a které kombinace tvoří věty jiné. Pragmatická část zkoumá tvorbu znaků interpretem i z pohledu neverbální komunikace. Oproti syntaxi, která zkoumá systém a užívání znaků, se pragmatika zaměřuje na lidský faktor znaků. Pragmatika pracuje s pojmy interpret a interpretant, které posunují Saussurův model signifier/signified do dynamických rovin, v nichž se stejný význam může měnit.

⁴² SAUSSURE, Ferdinand De. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 2007. ISBN 978-80-200-1568-6.

⁴³ BARTHES, Roland. *Elements of Semiology*. 1st ed. New York: Hill & Wang, 1968. ISBN 978-0374521462.

⁴⁴ BARTHES, Roland. *Mytologie*. 25th ed. New York: THE NOONDAY PRESS, 1991. Écrivains de toujours. ISBN 0374521506.

⁴⁵ GVOŽDIAK, Vít. *Základy sémiotiky 1*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4294-5.

⁴⁶ SAUSSURE, Ferdinand De. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 2007. ISBN 978-80-200-1568-6.

Charles Peirce Saussurovu teorii doplnil o interpretant, který představuje samotnou interpretaci znaku, a rozdělil tak znaky podle tří charakteristik a jejich tříd⁴⁷:

1) podle vztahu k označujícímu;

Index indikuje znaky objektu, například obrázek kouře reprezentuje oheň.

Ikona je přímá imitace objektu, například fotka věrohodně reprezentuje její obraz.

Symbol je znak, který se člověk musí naučit, například symboly abecedy.

2) podle typu označujícího;

Tón prezentuje kvalitu znaku, ale sám o sobě jako znak nefunguje, například pocit krásy.

Token je soběstačný znak formovaný z několika tónů, například červená vlajka.

Typ je ustálený a replikovaný znak formovaný z několika tokenů, například dopravní značka.

3) podle efektu interpretanta;

Réma je náznak nebo propozice, který je třeba interpretovat, například fotka bez kontextu.

Dicent je přímá reprezentace znaku, kterou již nelze nijak interpretovat, například portrét se jménem.

Delome je logický argument, který propojuje znaky s pravidly, například „kde je kouř, tam je oheň“.

Podle těchto charakteristik rozděluje Peirce znaky do deseti různých typů, které jsou kombinacemi jednotlivých tříd:

1) Rématicky ikonický tón;

2) Rématicky ikonický token;

3) Rématicky indexální token;

4) Dicentní indexální token;

5) Rématicky ikonický typ;

6) Rématicky indexální typ;

7) Dicentní indexální typ;

⁴⁷ PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce: Vol I-VI. Charles Hartshorne and Paul Weiss 1931-1935*. Cambridge: Cambridge: Harvard University Press, 1958.

- 8) Rématicky symbolický typ;
- 9) Dicentní symbolický typ;
- 10) Argument symbolický typ.

Podle typologie znaků Víta Gvoždiaka by téma této práce spadalo pod signály. V jeho práci se definují jako nutná podmínka existence znaku, avšak nejsou se znakem totožné. Jsou to měřitelné vlastnosti prostředí, ve kterém se s nimi spojované znaky ocitají.⁴⁸

„Každý znak musí mít jakožto jednu z podob své existence signál, každý signál ale není znakem“ (...). Signálem je tak jakákoli měřitelná vlastnost prostředí. Například červeně blikající dioda může být zkoumána jakožto signál (frekvence blikání, přesné určení vlnové délky světla), aniž by zároveň bylo nutné zabývat se její znakovou povahou (tím, že zastupuje například /stav baterie/).⁴⁹

Z toho se dá vyvodit, že signály musí znaky alespoň doprovázet, aby se o nich dalo uvažovat z pohledu sémiotiky. Podle Wenera a Kaplana vytváří signál vztah mezi zprávou a reakcí příjemce⁵⁰. Rozdílné signály proto můžou do jisté míry ovlivnit význam zprávy, kterou doprovází. Jelikož loot boxy si berou mnoho inspirace z hazardních her, dá se předpokládat podobnost sdělení, které se skrz signály snaží dostat k příjemci.

2.2 Sémiotická analýza

Sémiotická analýza je podle Jensena metoda kvalitativního výzkumu, která se zabývá kritikou stavby a prvků znaků a následně jejich interpretací⁵¹. Základní otázkou sémiotické analýzy je „Co to doopravdy znamená a proč tomu tak je?“. Jensen vychází ze Saussurovy definice symbolů, které mají dvě složky: označující a označované. Proto rozděluje sémiotickou analýzu do dvou typů, formální (denotativní) a narativní (konotativní).

Formální analýza se zabývá samotnými symboly a jejich médii. Rozebírá jejich vlastnosti, vznik, prvky a vztah mezi nimi. Hlavním subjektem sémiotických analýz bývají indikátory vytvářející asociace, které je třeba vysvětlit.

⁴⁸ GVOŽDIAK, Vít. *Základy sémiotiky 1*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4294-5

⁴⁹ Tamtéž

⁵⁰ BENEVIŠTE, Émile. *Problems in General Linguistics*. 8th ed. Miami: Coral Gables, University of Miami Press, 1971. ISBN 087024132X.

⁵¹ JENSEN, Klaus Bruhn. *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. 3rd Ed. New York: Routledge/Taylor and Francis Group, 2021. ISBN 0-203-773349.

V praktickém využití je sémiotická analýza stále mladá metoda. Jedním z omezení je podle Jensena nedostatečná specifikace a dokumentace procedur a postupů. Většina studií, které používají sémiotickou analýzu jako výzkumnou metodu, zkoumá zpracovaná data systematicky, ale zřídka používá standardizované logické a matematické modely. Hlavním důvodem je fakt, že při sémiotické analýze výsledek stojí na autorových subjektivních znalostech a všeobecném přehledu lingvistiky, sémantiky, syntaktiky a pragmatiky než na validitě a replikovatelnosti výsledků.⁵² Barthes v Prvcích semiologie označuje denotace symbolů za objektivní a konotace za polysémické/vícevýznamové, což utvrzuje Jensenovu kritiku v tom, že každý výzkumník může ve své analýze interpretovat stejný znak jiným způsobem.⁵³

⁵² GVOŽDIAK, Vít. *Základy sémiotiky I*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4294-5

⁵³ BARTHES, Roland. *Elements of Semiology*. 1st ed. New York: Hill & Wang, 1968. ISBN 978-0374521462.

3 Metodologie

3.1 Oblast výzkumu

Teoretická část naznačuje, že ač se forma loot boxů ve hrách ustálila, stále je prostor pro experimentování. Značná část dosavadního výzkumu se zabývala spojitostí se světem hazardu a problematikou vlivu těchto mechanik na nezletilé, nebo naopak obhájením zážitku otevírání loot boxů oproti obyčejnému obchodu. Většina dosavadních studií doposud neudělala krok zpět a nepodívala se na mechaniku loot boxů bez zaujetí a s nadhledem. Dosavadní práce se na loot boxy dívají jako na problém, který se buďto snaží obhájit, nebo proti němu bojovat/varovat.^{54,55}

3.2 Metodologický postup

Jelikož většina her využívá stejný způsob nakupování, otevírání a získávání předmětů z loot boxů, je možné tento pomyslný vzor analyzovat a porovnávat napříč tituly. Výsledkem této práce bude:

- 1) Identifikace jednotlivých audiovizuálních aspektů loot boxů jednotlivých her a kvantifikace jejich použití napříč výzkumným vzorkem.
- 2) Sémiotická analýza jednotlivých aspektů i skupin.

3.3 Výzkumné otázky a kvalitativní metoda

Podstata výzkumných otázek byla určena na základě teoretických konceptů třetí kapitoly. Otázky jsem následně rozdělil do dvou okruhů:

1. Vizuální podoba loot boxů
 - 1.1. Jakou vizuální podobu má loot box?
 - 1.2. Jaká je vizuální podoba UI⁵⁶, ve kterém se loot boxy otevírají?
 - 1.3. Jaký je vzhled a chování loot boxů před otevřením?
 - 1.4. Jaký je vizuál loot boxů v build-up fázi před otevřením?
 - 1.5. Jak vypadá otevření loot boxu?
 - 1.6. Jak se odlišují získané předměty dle vzácnosti?

⁵⁴ ZENDLE, David a Paul CAIRNS. Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS one*. 2019, **14**(3). Dostupné z: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>

⁵⁵ MADIGAN, Jamie. What The Heck Are Surprise Mechanics? In: *Forbes.com* [online]. 19. 8. 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jamiemadigan/2019/08/19/what-the-heck-are-surprise-mechanics/?sh=125f23ec6e80>

⁵⁶ Zkratka User Interface neboli uživatelské rozhraní.

2. Zvuková podoba loot boxů

- 2.1. Jaká hudba/zvuky znějí v UI herního menu, kde se loot boxy otevírají?
- 2.2. Jaké zvuky vydává loot box před jeho otevřením?
- 2.3. Jaký zvuk doprovází proces před otevřením loot boxu?
- 2.4. Jaký zvuk má otevření (např. cinkání peněz, výbuch, otevření zipu)?
- 2.5. Jak zvuky odlišují vzácnost předmětů?

Okruhy otázek jsem vybíral podle dominantních a opakujících se rysů reprezentace loot boxů, které se používají napříč hrami a dají se tak porovnávat.

K výzkumu jsem si vybral osm her, které obsahují loot boxy:

1. Tom Clancy's Rainbow Six Siege.
2. Fortnite.
3. Star Wars: Battlefront 2.
4. FIFA 20.
5. Overwatch.
6. Counter Strike: Global Offensive.
7. League of Legends.
8. Apex: Legends.

Výběr her jsem vytvářel podle několika kritérií. V první řadě musely všechny tituly obsahovat loot boxy. Dále jsem zohledňoval, jakého jsou žánru, kolik hráčů hru může hrát, nákupní cenu při vydání a velikost produkce. Těchto osm her pokrývá velkou část dnešního herního průmyslu od akčních stříleček po sportovní hry všech cenových kategorií. V tabulce níže jsou základní informace o všech zkoumaných hrách.

Tabulka 1 Obecné informace zkoumaných her

Hra	Tom Clancy's Rainbow Six Siege	Fortnite	Star Wars: Battlefront 2	FIFA 20	Overwatch	Counter Strike: Global Offensive	League of Legends	Apex: Legends
Vydavatel	Ubisoft	Epic Games	Dice	Electronic Arts	Blizzard	Valve	Riot Games	Respawn Entertainment
Vývojář	Ubisoft	Epic Games	Electronic Arts	Electronic Arts	Blizzard	Valve	Riot Games	Electronic Arts
Rok Vydání	2015	2017	2017	2019	2016	2012	2009	2019
Žánr	Akční střílečka	Battle Royale	Akční střílečka	Sportovní	MOBA	Akční střílečka	MOBA	Battle Royale
Způsob hraní	Více hráčů	Více hráčů	Jeden hráč/ Více hráčů	Jeden hráč/ Více hráčů	Více hráčů	Více hráčů	Více hráčů	Více hráčů
Velikost produkce	AAA titul	Indie	AAA titul	AAA titul	AAA titul	AAA titul	Indie	AAA titul
Verze	6.1.1.	16.00	1.50.	1.20.	25.05.2021	6.3.2021.	11.7.	9.0.1.
Cena hry (při vydání)	\$59,99	\$39,99	\$59,99	\$59,99	\$59,99	\$14,99	Zdarma	Zdarma
Cena loot boxu	\$5	\$0,5	\$1	\$1,6	\$1	Neregulované	\$1	\$1

(Tabulku vytvořil autor práce na základě veřejných informací herních vydavatelství)

V každé hře jsem otevřel deset loot boxů, které jsem buďto získal hraním nebo koupil. V případě, že hra měla více druhů loot boxů, nakupoval jsem ty nejlevnější podoby.

3.4 Loot boxy v jednotlivých hrách

Způsob monetizace loot boxů se liší v závislosti na konkrétním titulu. Z tabulky 1 je zjevné, že zkoumané hry se liší v mnoha základních charakteristikách, což silně ovlivňuje jejich přístup k monetizaci. Hry proto nelze rozlišovat pouze podle toho, zda loot boxy obsahují, nebo ne. Za každým konceptem dodatečné monetizace je jistá myšlenka či role, kterou se snaží naplnit. Vývojáři implementují monetizaci kvůli estetickým doplňkům, pay-to-win mechanikám nebo hledají zlatou střední cestu, která hráči pomůže, ale nezasáhne do zážitku hry ostatním (příkladem může být rychlejší odemčení předmětů). Některé tituly obsahují loot boxy, které lze získat pouze za nákup reálnými penězi, jiné je používají jako způsob oživení herního obchodu s měnou získanou pouze za hraní. Některé hry obsahovaly loot boxy už při vydání, jiné je implementovaly až po delší době například jako součást rozšíření o použitelné herní předměty. Proto je třeba zmínit jejich kontext, jelikož i za použití stejných mechanik se mohou lišit v očekávané interpretaci hráčem. Tituly různých žánrů obsahují jiné druhy herních předmětů, například sportovní hry často obsahují dresy nebo herní postavy se jmény slavných sportovců, kdežto akční střílečky nabízí různé varianty zbraní a vojenského náčiní. V této kapitole popíšu základní mechanické charakteristiky loot boxů zkoumaných her. Tato kapitola je nutná jako předstupeň analyzování loot boxů jednotlivých

her, protože se k ní budu často vracet. Vycházím z vlastního zážitku při nákupu loot boxů a používání předmětů získaných ve hře.

Ve hře **Tom Clancy's Rainbow Six Siege** se loot boxy nazývají *Alpha Packs* a nakupují se skrze herní obchod nebo jako odměnu za hraní. Na konci každé hry má každý hráč z výherního týmu možnost zatočit herním kolem a šanci získat loot box. V herním obchodě je možné Alpha Packs zakoupit za herní měnu, která se získává z každé odehrané hry nebo z týdenních výzev. Ubisoft záměrně nepovoluje nakupování Alpha Packů za reálné peníze i přesto, že jiné předměty v herním obchodě tak lze koupit. Důvodem je dostupnost herního zážitku z loot boxů pouze aktivním hráčům bez ohledu na investovanou částku peněz. Z Alpha Packů lze získat pouze kosmetické předměty, které nijak neovlivní výsledek hráče, pouze vzhled jeho postavy a zbraní. Hráči dopředu neví, jaké předměty mohou získat, ani jaké mají šance na vzácnost předmětů. V případě získání duplikátu neboli předmětu, který hráč již vlastní, bude kompenzován herní měnou podle vzácnosti předmětu.⁵⁷

Fortnite má dva různé herní módy a pouze v módu *Save The World* je možné získat loot boxy zvané *X-Ray Llamas*. Tento mód není PvP, ale PvE, což znamená, že hráči nebojují proti sobě, ale bok po boku proti počítači.⁵⁸ X-Ray Llamas je možné získat pouze v herním obchodě za prémiovou měnu zvanou *V-Bucks*. Nejmenší množství, které se dá koupit, je 1000 za \$11 amerických dolarů. Jeden loot box stojí 50 V-Bucks a obsahuje herní předměty, které hráčům pomáhají ve hře jako například nové postavy a zbraně. Systém loot boxů této hry je unikátní v tom, že hráči dopředu přesně ví, jakých deset předmětů dostanou. Systém loot boxů je zde nastaven tak, aby hráči nemohli získat duplikáty.

Star Wars: Battlefront 2 (2017) byla jedna z nejkontroverznějších her ve spojení s loot boxy, zde zvanými *Crates*. Nevydařená implementace do hry vedla vývojáře k tomu, že se fungování Crates v průběhu let mnohokrát změnilo. Při vydání hry kompletně nahrazovaly systém postupu ve hře, tj. hráč nemohl získat žádný herní předmět jinak než skrze Crates. Loot boxy se kupovaly za prémiovou měnu zvanou *Crystals*, která se dala koupit v nejmenším množství 500 za \$5 amerických dolarů. Loot boxy byly rozdělené podle možných výher (například „Hero Crates“ obsahovaly pouze hrdiny, „Starfighter Crates“ obsahovaly pouze stíhací lodě) a nejlevnější stál 100 Crystalů. Po otevření loot boxu hráč

⁵⁷ UBISOFT. Alpha Pack Info and FAQ. In: *Ubisoft.com* [online]. 14. 7. 2017 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.ubisoft.com/en-us/game/rainbow-six/siege/news-updates/V18uMxEUXBNICMlpEviPa/alpha-pack-info-and-faq>

⁵⁸ PvP = Player vs. Player neboli Hráč proti Hráči | PvE = Player vs. Environment neboli Hráč proti Prostředí

dostal pět různých herních předmětů a doplňků. Po velké vlně kritiky byly ceny všech loot boxů zlevněny o 70 % a následně vyřazeny ze hry. Po zavedení funkčního systému postupu ve hře nezávisle na loot boxech byly Crates vráceny zpět do hry. Dnes jsou loot boxy ve hře pouze jako animace odemykání předmětů a již neplní úkol monetizace.

FIFA 20 obsahuje loot boxy pouze v jednom ze svých hratelných módů, FIFA Ultimate Team. Loot boxy se zde jmenují FIFA 20 Packs (dále jen Packs) a lze je získat pouze nákupem za herní měnu, kterou lze dostat za hraní nebo prodávání herních předmětů, nikoliv nákupem za reálné peníze. Packs obsahují hrdiny (fotbalisty) nebo herní předměty na jednorázové použití. Hráč neví, jaké konkrétní věci může z Packs vyhrát, ale ví, kolik jich získá. Po otevření loot boxu hráč dostane dohromady až dvacet čtyři hrdinů a předmětů.⁵⁹

Loot boxy ve hře **Overwatch** se dají získat hraním a nákupem reálnými penězi. Za hraní se získávají při postupu účtu na vyšší úroveň nebo za účast na eventech. Nakoupit se dají pouze přímo v obchodě vývojářů Blizzard. Nejmenší množství, které se dá zakoupit, je dva loot boxy za \$1,99 amerických dolarů. Obsahují estetické doplňky, herní měnu a grafické doplňky pro hráčův účet. Hráči dopředu neví, co loot box obsahuje, ani jaké mají šance na získání specifických předmětů. Po otevření loot boxu získávají hráči čtyři herní předměty a doplňky. Můžou získat také duplikát, za který jsou kompenzováni herní měnou.⁶⁰

Loot boxy ve hře **Counter Strike: Global Offensive** se nazývají *Weapon Case* a oproti ostatním hrám se podstatně liší, jelikož monetizace této hry je součástí většího celku, ekonomického systému *Steam Community Market* neboli komunitního trhu. To znamená, že veškeré herní předměty titulů od firmy Valve, jež komunitní trh provozuje, zde mohou hráči nakupovat i prodávat za opravdové peníze, čímž dostávají i reálnou hodnotu. Ta se mění podle aktuální nabídky a poptávky, tím znemožňuje přesné určení hodnoty předmětů.

Například pokud zdraží předmět, který je k dostání pouze v jedné specifické *Weapon Case*, její cena půjde automaticky nahoru. K jejich otevření je potřeba specifický klíč, který jménem musí odpovídat *Weapon Case* (např. *Operation Broken Fang Case* → *Operation Broken Fang Key*). Klíče určené k otevírání loot boxů nelze získat ve hře, ale pouze v obchodě za fixní cenu určenou firmou Valve. Hráči dopředu ví, jaké předměty *Weapon Case* obsahuje, ale neví, jaká je šance získání jednotlivých předmětů. Po otevření loot boxu

⁵⁹ FIFPLAY. FIFA 20 Packs – FIFA Ultimate Team Packs List & Prices. *Fifplay.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.fifplay.com/fifa-20/packs/>

⁶⁰ BATTLENET. Overwatch®: Loot Boxes. *Battle.net* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://us.shop.battle.net/en-us/product/overwatch-loot-box>

získává hráč jeden herní doplněk a případný bonus ve formě dalšího loot boxu. Je možné získat duplikát, ale hráči za ně nejsou nijak kompenzováni, protože mohou předmět jednoduše prodat na komunitním trhu.

Titul **League of Legends** obsahuje loot boxy zvané *Hextech Chest*. Ty lze získat za hraní hry, nebo nákupem v herním obchodě. K jejich otevření je zapotřebí klíčů, které lze koupit v obchodě, nebo získat hraním hry. Z loot boxů lze získat pouze fragmenty herních doplňků, další loot box nebo emotikony postavy, což jsou krátké interakce s okolím jako například zamávání rukou nebo tanec. Fragmenty herních doplňků lze okamžitě použít a tím si předmět přivlastnit na sedm dní, nebo přeměnit na herní měnu. Pokud má hráč měny dostatek, může ji zkombinovat s jinými fragmenty a získat tím předmět permanentně. Hráči neví, jaké předměty loot box obsahuje, ale znají procentuální šanci získání kategorií předmětů. Hráč po otevření loot boxu získává jeden herní předmět a případný bonus například ve formě dalšího loot boxu.⁶¹ Tento systém je ze všech her nejvíce komplikovaný a podle mě nejméně uživatelsky přívětivý. Po získání předmětu z Hextech Chest musí stále hráč zaplatit, aby mohl výhru naplno využívat.

Ve hře **Apex: Legends** se loot boxy nazývají *Apex Packs*. Dají se získat hraním při postupu na vyšší úroveň účtu, nebo nákupem za prémiovou měnu zvanou *Apex Coins*. Nejmenší množství, které lze zakoupit, je 1000 za \$9,99. Nejlevnější loot box stojí 100 Apex Coins a v každém se nachází tři předměty. Hráč může získat estetický doplněk nebo dvě ze čtyř herních měn. Hráč neví, jaké předměty se v loot boxu můžou nacházet, ale ví, jaká je šance získat předměty dle úrovně vzácností. Packs též garantují jeden předmět nejvyšší kvality při otevření každého třicátého loot box a není možné získat duplikát.⁶²

⁶¹ WHATA COOL WITCH. Hextech Crafting FAQ. In: *Riotgames.com* [online]. 25. 9. 2019 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/en-us/articles/360036422453-Hextech-Crafting-FAQ>

⁶² ELECTRONIC ARTS. Apex Legends™ - Apex Coins. *Origin.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.origin.com/irl/en-us/store/apex/apex/currency>

3.5 Sběr a analýza dat

Ke sběru dat o průběhu otevírání loot boxů jsem zvolil videozáznam. K nahrávání jsem použil program Open Broadcaster Software⁶³, který zachycuje dění na obrazovce. Z videozáznamu jsem následně vystříhoval jednotlivé úseky, které v práci ukáží ve formě obrázků. Důvodem k vytvoření videozáznamu byla možnost se k natočenému obsahu vracet s každou výzkumnou otázkou zvlášť a mít tak větší kontrolu nad analyzováním dat. Všechny své poznatky jsem si kvůli kvantifikaci a přehlednosti zapisoval do tabulek v Microsoft Excel.

Identifikované aspekty loot boxů jsem zapisoval do jednoduché matice, ve které se po levé straně nachází společné prvky a k pravé straně samostatné. Ukázkou matice přikládám níže.

Tabulka 2 Příklad tabulky

Zvuky uživatelského rozhraní	
Hra	Zvuk
Rainbow Six Siege	Industriální zvuky
Fortnite	Zvuky počítače
Star Wars: Battlefront 2	Zvuky počítače
FIFA 20	Žádné
Overwatch	Zvuky počítače
Counter Strike: Global Offensive	Industriální zvuky
League of Legends	Cinkání
Apex: Legends	Žádné

Zdroj: Vlastní zpracování

3.6 Validita dat a hranice výzkumu

Vyhodnocení kvalitativní studie je málokdy kompletně exaktní, protože autor je v interpretaci výsledků často alespoň do jisté míry zainteresovaný. Pro nejvyšší validitu výzkumu je třeba mimo jiné mít nadhled při výběru a zkoumání dat, dokázat být dostatečně kritický, získat kvalitní údaje a vyhýbat se zkreslení⁶⁴. Pro určení symbolů je práce omezena autorovými znalostmi sémiotiky a schopností interpretace, nikoliv jeho technickými či matematickými znalostmi.

⁶³ BAILEY, Hugh. *Open Broadcaster Software: OBS Studio* [Digitální distribuce]. Verze 21.0. Microsoft Windows: OBS Project, 2012.

⁶⁴ STRAUSS, Anselm a Juliet CORBIN. *Basics of Qualitative Research*. 4. San Jose State University, USA: SAGE Publications, 2014. ISBN 9781412997461.

Tento výzkum je zaměřený pouze na tituly hratelné na PC, nezabývá se mobilními ani konzolovými hrami, a nelze jej tedy aplikovat na celý herní trh. Kvalita herního počítače, na kterém byl výzkum prováděn, je na dnešní dobu spíše průměrná. Můj herní zážitek z grafického zpracování hry tedy nebude stejný jako u lidí s výkonnějším strojem. Loot boxy jsem otevíral na klávesnici i pomocí XBOX One ovladače, pokud to hra povolovala. Některé zkoumané tituly jsem již hrál, část z nich v době, kdy loot boxy neobsahovaly, a další hry jsem nikdy nevlastnil ani nehrál. Můj vztah ke zkoumaným hrám tedy nebude nikdy neutrální ani rovný. Vzhledem k rychle vyvíjecímu se trhu je provedený výzkum omezený pouze na tituly, které jsou v dnešní době dostupné a obsahují loot boxy. Například hra Middle Earth: Shadow of War odstranila loot boxy několik měsíců po vydání a Call of Duty: Black Ops 4 je naopak po vydání implementovala^{65,66}. Je tedy možné, že i zde zkoumané tituly budou v budoucnu změněny, ať už pro monetizační důvody, nebo kvůli obvyklým updatům hry.

⁶⁵ CRYER, Hirun a Tom ORRY. Shadow of War Loot Boxes - Marketplace Removed in Update - What Has Been Removed? Do you Need to Buy Loot Boxes? In: *Usgamer.net* [online]. 18. 7. 2018 [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: <https://www.usgamer.net/articles/18-07-2018-shadow-of-war-tips-and-tricks-guide-mission-walkthrough-boss-battles/loot-boxes-rewards-guide>

⁶⁶ KAIN, Erik. Call Of Duty: Black Ops 4's Sneaky New Loot Boxes Are A Grand Heist Indeed. In: *Forbes.com* [online]. 21. 2. 2019 [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2019/02/21/call-of-duty-black-ops-4s-sneaky-new-loot-boxes-are-a-grand-heist-indeed>

4 Přehled aspektů loot boxů vybraných her

Za aspekty loot boxů považuji zkoumané charakteristiky dle výzkumných otázek v kapitole IV. 2. Rozdělení do dvou částí napomáhá užšímu zaměření v jednotlivých částech bez ohledu na jejich vizuální/zvukový protějšek, čemuž se budu věnovat v kapitole VI.

4.1 Vizuální reprezentace

Za vizuální reprezentaci považuji pouze dění na obrazovce v dané situaci. Do vizuální formy nezařazuji dění mimo obrazovku, například propojení s podsvícenou klávesnicí nebo vibrace herního ovladače.

4.1.1 Podoba loot boxu

Každý loot box potřebuje mít své grafické zpracování, které se dá propojit s animací. Vycházíme-li z úsudku, že se snaží napodobovat hazardní hry, je očekávané, že forma loot boxu bude již navržena s myšlenkou, že okamžiky před otevřením budou napínavé. Jejich formu je proto zásadní umět nejen sladit s tématem hry, ale i vytvořit ji dostatečně zajímavou, aby vydělala peníze. Následující tabulka znázorňuje formy loot boxů vybraných titulů:

Tabulka 3 Přehled podob forem loot boxů

Hra	Forma loot boxu	
	Podoba	
Rainbow Six Siege	Pytel	
Fortnite	Piňata	
Star Wars: Battlefront 2	Krabice	
FIFA 20	Vchod na stadion	
Overwatch	Krabice	
Counter Strike: Global Offensive	Truhla + klíč	
League of Legends	Truhla + klíč	
Apex: Legends	Robot	

Zdroj: Vlastní zpracování

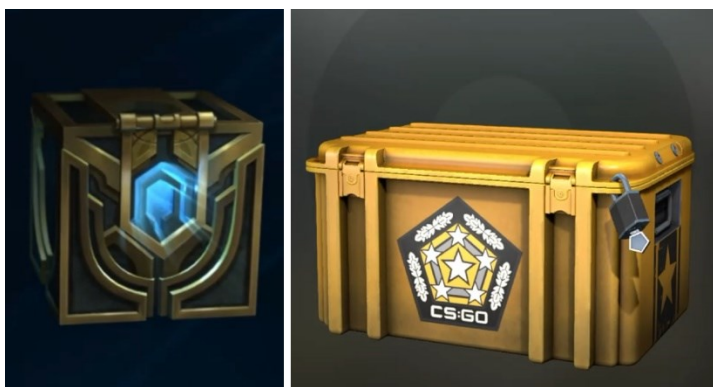
Hry Star Wars: Battlefront 2 a Overwatch používají formu beden, které svým futuristickým vzhledem zapadají do science fiction žánru herních světů. Loot box ve hře Overwatch má blíže ke konvenční krabici, protože se podobá krychli, kdežto Battlefront 2 má podobu trojbokého hranolu. Důvod, proč jsem jej zařadil mezi bedny, je to, že hra samotná se tak nazývá (*Crates* viz kapitola IV. 3.)



Obrázek 1 – Loot boxy ve hrách Overwatch (vlevo) a Star Wars: Battlefront 2 (vpravo)

Zdroj: Blizzard 2016 (vlevo); Electronic Arts (vpravo); Vlastní zpracování

Hry **Counter Strike: Global Offensive** a **League of Legends** obsahují loot boxy ve formě truhel, které je nutno odemknout klíčem. To pro hráče znamená investici navíc, neboť samotný klíč ani loot box nelze použít jeden bez druhého. Ve hře League of Legends není klíč při otevírání loot boxů ukázaný nebo zmíněný, ani nemá klíčovou díрку. V Counter Strike je klíč vidět ve visacím zámku na rohu truhly. Loot box League of Legends má blíž k fantasy, což ladí s tématem hry, i přesto má obyčejné panty, které lze spatřit na jejím horním rohu. Loot box hry Counter Strike je napodobenina vojenské přepravní bedny na zbraně, což ladí s realistickým tónem zbytku hry.



Obrázek 2 – Loot boxy ve hrách League of Legends (vlevo) a Counter Strike: Global Offensive (vpravo)

Zdroj: Riot Games 2009 (vlevo); Valve 2012 (vpravo); Vlastní zpracování

Hra **Tom Clancy's Rainbow Six Siege** má loot boxy v podobě vzduchotěsných pytlů. Na rozdíl od beden a truhel se nesnaží působit mohutně, ale spíše tajemně. Předchozí formy loot boxů dělají dojem prostoru, do něhož se vejde jejich obsah (například zbraně nebo peníze). U pytlů v Siege je tato iluze rozbita.



Obrázek 3 Loot box ve hře Tom Clancy's Rainbow Six Siege

Zdroj: Ubisoft 2015; Vlastní zpracování

Loot boxy ve **Fortnite** mají formu piňaty ve tvaru lamy, což je hlavní zvířecí maskot hry. Koncept je to adekvátní vzhledem k tomu, že minimální doporučený věk hry je 12 let, a tudíž cílovou skupinou jsou lidé mladší generace⁶⁷. Lamy mají rozdílné barvy podle druhu obsahu. Hráči dopředu ví, jaké předměty loot box obsahuje. Podle typu obsahu se také odvíjí osobnost lamy, která na hráče v průběhu otevírání mluví.



Obrázek 4 Loot box ve hře Fortnite

Zdroj: Epic Games 2017; Vlastní zpracování

⁶⁷ PEGI. PEGI rating Fortnite. *Pegi.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://pegi.info/search-peg?q=fortnite>

Loot boxy ve hře **FIFA 20** nemají formu kontejneru, který se dá otevřít, ale karty či odznaku. Zobrazení a otevření loot boxu jsou v této hře dvě oddělené instance, které na sebe sice navazují, ale nejsou na sobě závislé jako u ostatních zkoumaných her.



Obrázek 5 Loot box ve hře FIFA 20

Zdroj: Electronic Arts 2019; Vlastní zpracování

V **Apex: Legends** mají loot boxy formu malého čtyřnohého robota, který hráčům zobrazí předměty jako hologram. To se hodí do tématu hry, jelikož Apex je futuristická hra, v níž technologie daleko převyšují dnešní dobu. V průběhu otevírání loot boxů se robot hýbe po obrazovce.



Obrázek 6 Loot box ve hře Apex: Legends

Zdroj: Electronic Arts 2019; Vlastní zpracování

4.1.2 Pozadí uživatelského rozhraní, ve kterém se loot box otevírá

Uživatelským rozhraním rozumím oddělenou část rozhraní herního menu, ve kterém se otevírají loot boxy. Nepovažuji za to celé herní menu, herní obchod ani oznamovací okna, která informují o získání loot boxu. Pozadí v rozhraní je odděleno jako samostatný aspekt

loot boxů, jelikož většina her jej přizpůsobuje procesu otevírání, často kvůli interaktivitě. Jak je vidět na následující tabulce, téměř polovina her má stejný přístup k doplňování loot boxů specifickým nebo interaktivním prostředím.

Tabulka 4 Přehled pozadí v uživatelském rozhraní loot boxů

Pozadí uživatelského rozhraní loot boxů	
Hra	Podoba
Rainbow Six Siege	Menu
Fortnite	Showroom
Star Wars: Battlefront 2	Sklad
FIFA 20	Fotbalový stadion
Overwatch	Menu
Counter Strike: Global Offensive	Menu
League of Legends	Menu
Apex: Legends	Podlaha

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **Rainbow Six: Siege**, **Overwatch**, **Counter Strike** a **League of Legends** nemají ničím vyčnívající uživatelské rozhraní a používají stejný styl jako zbytek herního menu. Loot boxy jsou zakomponované tak, aby barevně ladily s pozadím herního rozhraní.

Hra **Fortnite** má dedikovaný virtuální prostor, ve kterém probíhá proces otevírání loot boxů. Jedná se o show room ve stylu automobilových salonů s logem virtuální měny na podlaze a proskleným pozadím s výhledem na přírodu. Ač jsou showroomy nezvyklé místo výskytu pro piňaty, výběr byl nejspíš učiněn s myšlenkou ukázat předměty hráčům ihned.



Obrázek 7 Pozadí hry Fortnite

Zdroj: Epic Games 2017; Vlastní zpracování

FIFA 20 má ojedinělý způsob rozhraní otevíracího procesu. Jelikož loot box nemá 3D formu jako zbytek zkoumaných her, ale pouze výběr karty a tlačítko, celá instance otevírání je od herního menu oddělená. Proces probíhá na fotbalovém stadionu od vstupní haly po samotný trávník, což adekvátně doplňuje téma fotbalu celé hry.

Apex: Legends má nejvíce pohyblivý loot box v podobě malého robota. Instance je též oddělená od herního menu. Hráč se po prokliknutí na tlačítko loot boxů dostane na neoznačenou betonovou podlahu, ve které robot chodí a představuje vyhrané herní předměty.



Obrázek 8 Pozadí hry Apex: Legends

Zdroj: Electronic Arts 2019; Vlastní zpracování

4.1.3 Chování loot boxu před otevřením

Většina loot boxů má vyzývavou fázi před otevřením, ve které se snaží vábit hráče k akci. Za chování považují všechny animace loot boxu, nikoliv animace uživatelského rozhraní, například blikající tlačítka. Následující tabulka zobrazuje, jak se loot boxy ve zkoumaných hrách chovají před započítím otevírání.

Tabulka 5 Přehled chování loot boxů před otevřením

Chování před otevřením	
Hra	Podoba
Rainbow Six Siege	Symbolem nůžek vyzývá k otevření
Fortnite	Piňata se klepe před úderem
Star Wars: Battlefront 2	Krabice spadne s plnou vahou
FIFA 20	Žádný
Overwatch	Záře světla
Counter Strike: Global Offensive	Krabice spadne s plnou vahou
League of Legends	Levituje a září
Apex: Legends	Žádný

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **FIFA 20** a **Apex: Legends** nemají žádnou prodlevu nebo mezikrok po přesunutí se k obrazci s loot boxy, tudíž nemají žádnou přípravnou fázi. Proklik z hlavního uživatelského menu vás okamžitě přenese do build-up fáze otevírání loot boxu.

Tituly **Star Wars: Battlefront 2** a **Counter Strike: Global Offensive** mají formu loot boxu v podobě kontejneru. Podle kapitoly o formách loot boxů je vidět, že obě hry se snaží dělat dojem, že se předměty vejdou do truhly/bedny, čímž posilují iluzi, že jde o realitu, nikoliv o videohru. Tomu napomáhá i chování loot boxů před otevřením, jelikož v obou hrách přistanou plnou vahou z výšky na zemi, čímž indikují svou hmotnost.

Rainbow Six: Siege používá formu pytlů, které je třeba rozbalit odtržením vakuové pečeti. Interakci hra naznačuje nůžkami, které v krátké opakující se animaci přejíždí z levé strany pytle do pravé. Hra tím hráčům říká, jakou akci mají učinit k získání předmětů uvnitř, aniž by používala textové narážky.

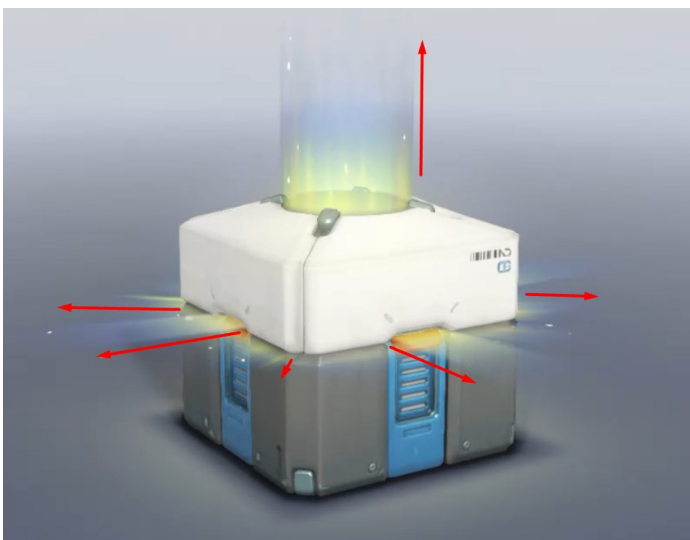


Obrázek 9 Detail nůžek, které naznačují otevření loot boxu

Zdroj: Ubisoft 2015; Vlastní zpracování

Ve **Fortnite** jsou loot boxy ve formě piňat, které zpravidla obsahují předměty (v reálném světě sladkosti) uvnitř těla. Ty je třeba rozbít tyčí a nechat obsah vysypat na zem. Loot boxy (piňaty) v této hře fungují stejně s tím rozdílem, že lamy mají pohyblivé oči a reagují na hráčovy akce. V okamžiku před otevřením loot boxu se lamy nervózně třesou a snaží se uhýbat pohledem pryč od hráče.

V **Overwatch** jsou loot boxy ve formě futuristických beden. Z pantů loot boxu a jeho horního víka uniká silné zlato-modré světlo. To souvisí s předměty uvnitř, protože výhry mají podobu hologramů podsvícených barvami vzácnosti, a tudíž značně závisí na světlech.



Obrázek 10 Únik světla a jeho směr naznačený šipkami ve hře Overwatch

Zdroj: Electronic Arts 2017; Vlastní zpracování

Hra **League of Legends** má loot boxy ve formě truhel, které pochází z fantasy světa. Před otevřením se truhla magicky složí z mnoha kusů do jednoho celku a následně levituje v prostoru. Po celou dobu z ní září magické modré světlo.

4.1.4 Vizuální podoba a chování loot boxů v build-up fázi

Chvíli akce po zahájení otevírání, ale před odhalením předmětů nazýváme build-up fází. Začíná akcí, která nenávratně započne proces otevření a končí v okamžiku otevření loot boxu. V tento moment se loot box snaží o co největší napětí z odhalení výhry. Tento koncept je převzatý z hazardu, příkladem může být okamžik v ruletě, kdy se kulička točí okolo ciferníku a čeká se, na jakém čísle zůstane. Všechny zkoumané hry využívají build-up fázi stejně a neexistuje jediná hra, která by tento koncept neměla vůbec. Následující tabulka ukazuje, které způsoby build-upu hry zvolily.

Tabulka 6 Přehled chování loot boxů v build-up fázi

Hra	Build-up fáze loot boxu	
	Podoba	
Rainbow Six Siege	Otevření zipu, rostoucí záře a zahalená psí známka	
Fortnite	Úder zbraní do piňaty	
Star Wars: Battlefront 2	Vibrace a rostoucí záře	
FIFA 20	Průchod na stadion	
Overwatch	Vibrace a rostoucí záře	
Counter Strike: Global Offensive	Odemčení a roztočení kola výher	
League of Legends	Vibrace a rostoucí záře	
Apex: Legends	Vibrace a rostoucí záře	

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **Star Wars: Battlefront 2**, **Overwatch**, **Apex: Legends** a **League of Legends** používají velice podobnou formu build-upu. Loot boxy všech čtyř her nevyžadují komplikovanější akci hráče než zmáčknutí tlačítka. Po zmáčknutí se rozzáří, společně s obrazovkou začnou vibrovat a následně se otevrou. V průběhu animace se jim postupně otevírají panty, opadají zámky nebo je na digitálním displeji vidět krátký časovač, naznačující zbývající čas k otevření.

V **Rainbow Six Siege** je hráč nucen otevřít loot box stržením vakuové pečeti myší, nebo pohybem joysticku. Po interakci se mu zobrazí psí známka, kterou musí zmáčknutím tlačítka otočit. V průběhu otevírání vychází z pytle barevná záře, která naznačuje, jaké úrovně vzácnosti je výhra. Oproti ostatním hrám má tento titul dvě interaktivní fáze otevírání loot boxu. Po zobrazení psí známky musí totiž hráč ještě stisknout tlačítko, které mu výhru zobrazí.

Otevírání loot boxů ve hře **Fortnite** je závislé na hráčově interakci. Hráč musí stisknutím tlačítka uhodit piňatu zbraní, kterou mu hra sama náhodně přidělí (zbraní může být motyka, kosa, krumpáč atd). Po udeření se piňata rozbije a vysypou se z ní vyhrané předměty, které se hráči zobrazují postupně. Dokud hráč předmět nevidí, neví, jak vzácná výhra je.

Hra **FIFA 20** představuje většinu předmětů jako výčet, ke kterému hráč jde průchodem ke stadionu. Hráč prochází dveřmi a čím více jich projde, tím vyšší úrovně jsou hrdinové, které z loot boxů dostane. Nejvyšší vzácností je hrdina, ke kterému hráč dojde až přímo na trávník stadionu (tudíž projde všemi dveřmi).

V **Counter Strike: Global Offensive** se po započetí otevíracího procesu přesune obrazovka na detail truhly, ze které odpadne visací zámek. Následně se objeví vodorovný pás s obrázky možných výher, který se točí ve stylu kotoučů hracích automatů. Uprostřed pásu je zlatá čára, která určuje výsledek podle toho, jaký předmět pod ní zůstane v okamžiku, kdy se pás zastaví.



Obrázek 11 Pás možných výher ve hře Counter Strike: Global Offensive

Zdroj: Valve 2012; Vlastní zpracování

4.1.5 Odhalení obsahu loot boxu

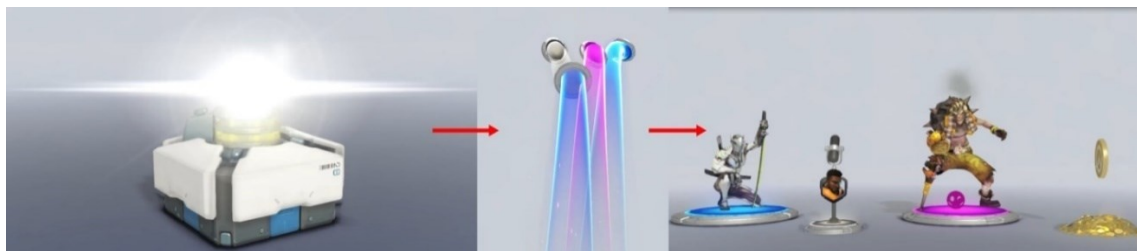
Momentem odhalení obsahu loot boxu se myslí okamžik, ve kterém skončí build-up a hráč zjistí, jaké předměty získává. Tento moment je vyvrcholením celého procesu otevírání loot boxů. V této části se budu krátce věnovat i vystavení vyhraných předmětů a jejich prohlížení. Následující tabulka je přehledem efektů, které v tento moment používají zkoumané hry.

Tabulka 7 Přehled efektů momentu otevření loot boxů

Hra	Moment otevření loot boxu	Podoba
Rainbow Six Siege	Otočení psí známky	
Fortnite	Vysypání piňaty	
Star Wars: Battlefront 2		Zapnutí hologramu
FIFA 20		Hráč vyjde zpoza plachty
Overwatch	Exploze	
Counter Strike: Global Offensive		Žádné (ukázání předmětu)
League of Legends	Exploze	
Apex: Legends	Exploze	

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **Overwatch**, **League of Legends** a **Apex: Legends** používají podobný styl zobrazování výher. Ve všech třech hrách po build-upu loot boxy explodují a zobrazí se jejich obsah. V případě Overwatch a Apex: Legends je předmětů více a mají podobu disků s hologramy. V obou hrách jsou doprovázeny pruhem světla, který oznamuje jejich typ vzácnosti. V Apex: Legends po zobrazení předmětů loot box odchází z obrazovky pryč. V League of Legends se pouze ukáže jméno a obrázek předmětu.



Obrázek 12 Proces zobrazení předmětů ve hře Overwatch. Od levé strany:
Výbuch → Předměty vyletí za doprovodu pruhů světla → Představení výher

Zdroj: Blizzard 2016; Vlastní zpracování

Rainbow Six Siege má dvě interakce, které musí hráč udělat, aby se mu zobrazil předmět. Po interakcích se otočí psí známka a hráči se ukáže, jaký předmět dostal. Otočení nedoprovází žádný doprovodný efekt nebo animace a hráči se zobrazí předmět a jeho název.

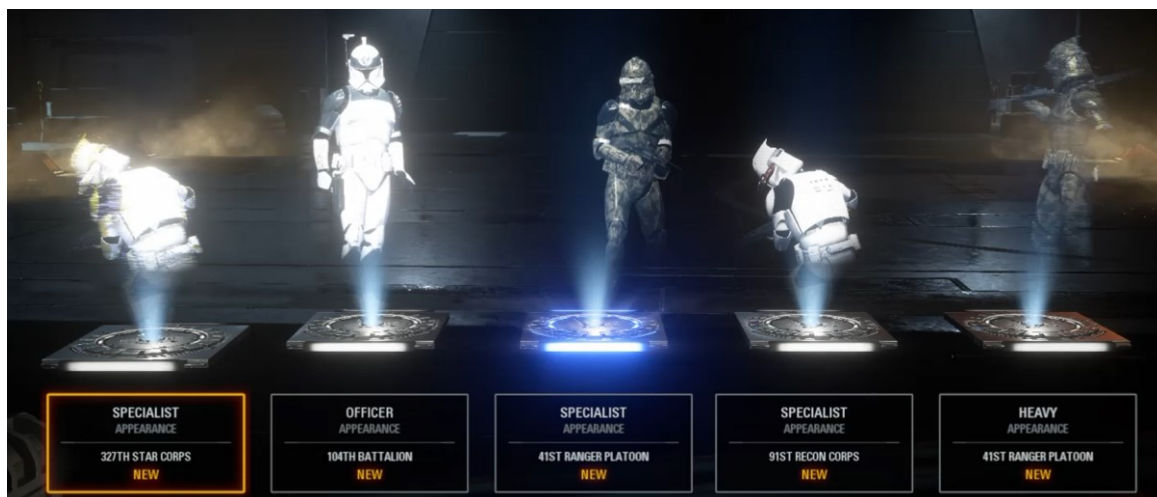
Ve hře **Fortnite** se po rozbití piňaty předměty vysypou na zem a postupně se hráči představují ve výčtu vedle sebe. Pokud se některé předměty dají spojit do sebe nebo mohou doplnit jiný, který už hráč vlastní, ukáže se to hráči ihned na obrazovce. Jelikož ve Fortnite lze z loot boxů získat mnoho předmětů, hráč může stisknutím tlačítka v rohu obrazovky urychlit výčet výher a urychlit si tím čekání. Po rozbití piňatě zůstává na obrazovce nepořádek, který po skončení výčtu uklidí animace koštěte.

Star Wars: Battlefront 2 představuje výhru z loot boxů disky, které vyletí z otevřené bedny. Disky mají barvu podle vzácnosti výhry a po zastavení ukážou hologram předmětu.



Obrázek 13 Disky hologramů před zobrazením v barvách vzácnosti ve hře Star Wars: Battlefront 2

Zdroj: Eletronic Arts 2017; Vlastní zpracování



Obrázek 14 Zobrazení výher skrze hologramy ve hře Star Wars: Battlefront 2

Zdroj: Electronic Arts 2017; Vlastní zpracování

Ve **FIFA 20** se hráč postupně dostává na stadion skrz dveře v podchodu, kterým chodí hráči na trávník. Pokud hráč získá hrdinu vyšší úrovně vzácnosti, zobrazí se mu jako skrytá karta, kterou musí otočit. Pokud dojde až na stadion, znamená to, že vyhrál hrdinu nejvyšší úrovně. Na stadionu je plakát v barvách a logu fotbalového týmu, za který hrdina v roce 2020 hrál a pokud má hra připravenou animaci (to bývá v případě dražších fotbalistů), hrdina vyjde z pozadí plachty před hráče. Mezitím je v pozadí ohňostroj, který oslavuje hráčovu výhru.



Obrázek 15 Představení vyhraného hrdiny ve FIFA 20

Zdroj: Electronic Arts 2019; Vlastní zpracování

V titulu **Counter Strike: Global Offensive** se po zastavení pásu s předměty ukáže jeden, který hráč vyhrál. Předmět se mu zobrazí v detailním představení s názvem, popisem a možností ho ukázat ve hře.



Obrázek 16 Představení výhry ve hře Counter Strike: Global Offensive

Zdroj: Valve 2012; Vlastní zpracování

4.1.6 Odlišení předmětů podle vzácnosti

Transakce virtuálních předmětů ve hrách je zřídka prováděna přímo za reálnou měnu. Často mají hry svůj vlastní druh měny, kterou hráč nakoupí za reálné peníze a skrze tuto herní měnu nakupuje předměty v herním obchodě. Důvod byl zmíněn už v kapitole II. 2. 1. Inspirace mikrotransakcí, tj. vydavatelům se nevyplácí platit poplatky za platbu u každého předmětu zvlášť. Jelikož ne všechny předměty se dají ve hrách koupit a vývojáři je chtějí odlišit dle úrovně vzácnosti, většina her používá systém barev, které hráčům tuto charakteristiku indikují. V tabulce níže je přehled, jaké spektrum zkoumané hry používají.

Tabulka 8 Přehled barev určených k odlišení vzácností virtuálních předmětů

Barva vzácnosti předmětů	
Hra	Podoba
Rainbow Six Siege	Bílá / Šedá / Modrá / Fialová / Zlatá
Fortnite	Bílá / Šedá / Zelená / Modrá / Fialová / Zlatá
Star Wars: Battlefront 2	Bílá / Zelená / Modrá / Zlatá
FIFA 20	Bronzová / Stříbrná / Zlatá / Černá
Overwatch	Bílá / Zelená / Modrá / Zlatá
Counter Strike: Global Offensive	Modrá / Růžová / Zlatá / Červená / Fialová
League of Legends	Modrá / Červená
Apex: Legends	Bílá / Modrá / Fialová / Zlatá

Zdroj: Vlastní zpracování

Většina her používá podobný model, začínající bílou a končící zlatou barvou. Výjimkami je hra **FIFA 20**, která za zlatou má ještě černou barvu, a **Counter Strike: Global Offensive**, ve které je zlatá barva uprostřed. Množství barev popisujících vzácnost se liší podle kvantity herních předmětů, které hra obsahuje. Například hra **Rainbow Six: Siege** má malé množství herních doplňků, protože jsou všechny vytvořeny ručně, a tudíž unikátní. V opačném případě má hra **Fortnite** více herních doplňků nejen proto, že jsou rozděleny do více kategorií, a tudíž i víc využití, ale také protože jsou vytvářeny procedurálně.

Hra **League of Legends** používá pouze dvě barvy. Červeně je označeno několik nejvzácnějších předmětů ve hře a modře jsou označeny všechny ostatní.

4.2 Zvukový doprovod

Za zvukový doprovod považuji veškeré zvuky, které se dějí v době procesu otevírání loot boxů a které vydává program hry. Velká část zvukových dat je primárně doplněním estetického zpracování loot boxů. Z analýzy zvuků vylučuji veškerou hudbu herního menu.

4.2.1 Hudba uživatelského rozhraní

Hudbou uživatelského rozhraní jsou veškeré zvuky, které nevydává samotný loot box, ale vše ostatní na herní obrazovce v průběhu procesu otevírání. Spadají pod to interakční tlačítka a zvuky pozadí, ale ne interakce nespojitě s loot boxy, například ty spojené s profilem hráče. Tabulka níže zaznamenává přehled zvuků, které se dějí v uživatelském rozhraní.

Tabulka 9 Přehled zvuků uživatelského rozhraní zkoumaných her

Zvuky uživatelského rozhraní	
Hra	Zvuk
Rainbow Six Siege	Industriální zvuky
Fortnite	Zvuky počítače
Star Wars: Battlefront 2	Zvuky počítače
FIFA 20	Žádné
Overwatch	Zvuky počítače
Counter Strike: Global Offensive	Industriální zvuky
League of Legends	Cinkání
Apex: Legends	Žádné

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **Fortnite**, **Star Wars: Battlefront 2** a **Overwatch** používají podobné zvukové schéma. Ve všech třech hrách se všechny okolní zvuky podobají obecnému klikání počítačů, což sedí do science fiction tématu všech tří her.

Hra **Apex: Legends** nemá nijak interaktivní menu otevírání loot boxů a **FIFA 20** má jejich prohlížení kompletně oddělené od otevírací části, tudíž zde nejsou žádné zvukové efekty uživatelského rozhraní.

Uživatelské rozhraní ve hrách **Rainbow Six Siege** a **Counter Strike Global Offensive** používá těžkopádné industriální zvuky, které připomínají přesun velkých krabic ve skladech.

League of Legends je jediný fantasy titul ze zkoumaných her a celé její uživatelské rozhraní je doprovázené zvuky zvonkohry, které konotují zvuky magie.

4.2.2 Zvuky loot boxů před otevřením

Klidným stavem se myslí fáze před build-upem, ve které loot box čeká na interakci hráče s tlačítkem či jiným aktivátorem otevíracího procesu. Následující tabulka zobrazuje, jaké zvuky vydávají loot boxy v klidném stavu.

Tabulka 10 Přehled zvuků loot boxů před build-up fází

Zvuky před build-up fází	
Hra	Zvuk
Rainbow Six Siege	Úder/dunění
Fortnite	Piňata provokuje hráče
Star Wars: Battlefront 2	Těžký dopad
FIFA 20	Žádný
Overwatch	Zvonkohra
Counter Strike: Global Offensive	Těžký dopad
League of Legends	Hučení větru
Apex: Legends	Žádný

Zdroj: Vlastní zpracování

Hry **Star Wars: Battlefront 2** a **Counter Strike: Global Offensive** představují své loot boxy těžkopádným dopadem na podlahu. Bedny/truhly v obou titulech vydávají tlumený zvuk cinkání v průběhu pádu, pravděpodobně naznačující jejich hmotnost a obsah.

Podobně jako v předchozí kapitole tituly **Apex: Legends** a **FIFA 20** zde nepoužívají žádný zvuk doprovázející klidný stav loot boxů. Hra Apex nepoužívá interaktivní menu a FIFA 20 má instance oddělené.

Ve hře **Rainbow Six: Siege** loot box levituje ve vzduchu před otevřením za doprovodu hlubokého dunění.

Piňaty ve hře **Fortnite** musí být otevřeny úderem zbraní, což vyžaduje hráčovu interakci. Před build-upem proto loot boxy slovně provokují hráče k úderu, zesměšňují výběr zbraně a vydávají skřeky.

V **Overwatch** vydávají loot boxy tlumený zvuk zvonkohry zevnitř bedny. Zvuk se pomalu snaží dostat z loot boxu ven, povzbuzuje tak hráče k jeho otevření.

V **League of Legends** jsou loot boxy doprovázeny dunivým hučením větru, což doplňuje formu levitující truhly.

4.2.3 Zvuky před otevřením

Za zvuky před otevřením považují veškeré zvuky, které se objevují v build-up fázi. To znamená od stisknutí tlačítka či interakci s aktivátorem otevíracího procesu až po zobrazení předmětů. Jelikož každá hra používá jiné druhy zvuků, je následující tabulka zkrácená oproti těm předchozím. Následující tabulka zobrazuje zvuky, které se v build-up fázi zkoumaných her objevují.

Tabulka 11 Přehled zvuků loot boxů v build-up fázi

Zvuky build-up fáze	
Hra	Zvuk
Rainbow Six Siege	Odtrhnutí zipu
Fortnite	Úder
Star Wars: Battlefront 2	Víbrace a mačkání tlačítek
FIFA 20	Ohňostroj
Overwatch	Odlamování zámků
Counter Strike: Global Offensive	Cvakání pásu s výhrami
League of Legends	Zvonkohra
Apex: Legends	Zážeh laserů

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve hře **Rainbow Six: Siege** musí hráč odtrhnout zip vakuového pytle. Doprovází to zvuk podobný otevírání zipu nebo trhání papíru. Podle zvuku je patrné, jaké vzácnosti je vyhraný předmět. Rozlišení výher podle zvuků se budu věnovat až v kapitole V. 2. 5.

Ve hře **Fortnite** build-up fáze začíná v momentě, kdy hráč zbraní udeří piňatu. Akci doprovází zvuk dutého úderu, který je též ovlivněn výběrem zbraně určené k otevření.

Ve **Star Wars: Battlefront 2** se po interakci s tlačítkem otevření začne loot box otřásat, obrazovka začne vibrovat, což je doprovázeno futuristickými zvuky mačkání tlačítek a duněním.

V titulu **FIFA 20** se po započetí otevírání hráč dostává do chodby před stadionem a postupně prochází dveřmi, dokud (a pokud) nedojde na stadion. V průběhu ho doprovází zvuk ohňostroje, který začíná slabě a pomalu zesiluje.

V **Overwatch** se v průběhu build-up fáze postupně otevírá bedna s předměty. Zvukově to doprovází klikání pantů a odlamování zámků bedny.

Build up fáze ve hře **Counter Strike: Global Offensive** je běžící pás předmětů, které se jako hrací automaty protáčí, dokud nezastaví na výhře. Běžící pás vydává těžkopádné industriální zvuky stejné jako ve zbytku herního menu.

V **League of Legends** se v průběhu build-up fáze pomalu rozpíná, dokud neexploduje a nezobrazí předmět. Celý proces je doprovázen zvonkohrou a drobnými flétnami.

Apex: Legends na začátku build-up procesu přistane robot na obrazovce a poté z něj začnou střílet zářivá světla a lasery. To je doprovázeno mechanickými zvuky a efekty laseru.

4.2.4 Zvuky v momentu otevření

Momentem otevření se myslí konec build-up fáze, po níž přichází představení vyhraných předmětů. Na rozdíl od kapitoly s vizuálním zpracováním sem nespadá ani moment po zobrazení. Následující tabulka je přehledem zvukových představení vyhraných předmětů.

Tabulka 12 Přehled zvuků loot boxů v okamžiku otevření

Hra	Zvuky otevření Zvuk
Rainbow Six Siege	Výbuch a zvuk břitvy
Fortnite	Výbuch a cinkání padajících předmětů
Star Wars: Battlefront 2	Načítání hologramu doprovázené zvuky počítače
FIFA 20	Ohňostroj a tleskání
Overwatch	Exploze a ústřížek hlavní znělky hry
Counter Strike: Global Offensive	Zvuk dopadu těžkého kovu
League of Legends	Zvonkohra
Apex: Legends	Mechanické cinkání

Zdroj: Vlastní zpracování

V titulu **Rainbow Six: Siege** se předměty zobrazují za doprovodu zvuků tlumeného výbuchu a následně efektu broušení břitvy či čepele.

Ve hře **Fortnite** se předměty zobrazují po úderu do piňaty. Po této interakci se začnou předměty vysypávat na zem, což je doprovázeno zvuky mnoha předmětů dopadajících na kovovou podlahu.

Ve **Star Wars: Battlefront 2** po otevření loot boxu vyletí z bedny až pět disků, které se po zastavení přemění na hologramy. To je doprovázeno pípáním, které představuje načítání hologramu a zvuky futuristických tlačítek.

Moment představení má ve hře **FIFA 20** mnoho podob, záleží na typu nejvyšší výhry. Podle toho, jaké je výhra vzácnosti, se člověk dostává skrz dveře na trávník stadionu. Čím menší vzácnosti je, tím menší je potlesk a ohňostroj, a čím vyšší, tím jsou hlasitější. V případě nejvyšší výhry se též spustí elektronická hudba.

V **Overwatch** se po build-up fázi objeví exploze, která vystřelí čtyři předměty do vzduchu a po dopadu se ukáže, co hráč vyhrál. To je doprovázeno značným výbuchem a krátkou variací hlavní znělky hry. Ta má tři možné podoby, které se mohou spustit.

V titulu **Counter Strike: Global Offensive** se po zastavení pásu s potenciální výhrou zobrazí vyhraný předmět. Tento moment je doprovázen zvukem těžkého pádu předmětu, což je stejný efekt, jako má loot box před otevřením.

Jediná fantasy hra ze zkoumaných titulů, **League of Legends**, používá jako doprovod zvonkohru, která napodobuje efekt seslání kouzla.

V **Apex: Legends** je animací otevírání loot boxu explodující robot. Po jeho výbuchu z něj vyletí tři disky, které po dopadu zobrazí hologram výhry. To je doprovázeno mechanickými zvuky a cinkáním drobných předmětů při dopadu na zem.

4.2.5 V. 2. 5. Zvuky odlišující vzácnost předmětů

V tomto oddíle se budu věnovat zvukům, které hra používá, aby odlišila jednotlivé úrovně vzácnosti výher. Tato kapitola je samostatná proto, že některé hry to naznačují v build-up fázi a jiné až po otevření. Následující tabulka zobrazuje způsoby, jimiž zkoumané hry rozlišují vzácnost předmětů.

Tabulka 13 Přehled zvuků rozlišujících vzácnost předmětů

Zvuk vzácnosti předmětů	
Hra	Zvuk
Rainbow Six Siege	Zvuk peněz v pozadí
Fortnite	Zvuk peněz v pozadí
Star Wars: Battlefront 2	Zvuk peněz v pozadí
FIFA 20	Větší ohňostroj, potlesk a elektronická hudba
Overwatch	Zvuk peněz v pozadí
Counter Strike: Global Offensive	Zvuk peněz v pozadí
League of Legends	Zvonkohra
Apex: Legends	Silnější zvuk laseru

Zdroj: Vlastní zpracování

V titulech **Rainbow Six: Siege**, **Fortnite**, **Star Wars: Battlefront 2**, **Overwatch** a **Counter Strike: Global Offensive** jsou všechny vyšší úrovně odlišovány za pomoci cinkání peněz. Míra cinkání je odvozena od vzácnosti, tudíž vzácnější věci cinkají silněji a nejvzácnější věci nejsilněji.

Ve hře **FIFA 20** se vzácnost určuje podle toho, do jaké části chodby se hráč dostane. S každými dalšími dveřmi se zesiluje ohňostroj a potlesk, a pokud hráč vyhraje nejvyšší cenu, spustí se i elektronická hudba.

Ve hře **League of Legends** doprovází otevření loot boxu zvonkohra, která se při vyšší vzácnosti prodlužuje a zesiluje.

V **Apex: Legends** po otevření loot boxu vystřelí z robota tři disky, které zobrazí hologram. Zvuk VI (spuštění hologramu doprovází efekt laseru, který se zesiluje při vyšší vzácnosti předmětů).

5 Analýza dat

5.1 Forma loot boxů

Všechny zkoumané hry až na **FIFA 20** používají takovou podobu loot boxů, kterou je třeba otevřít/rozbalit. To evokuje jistou míru tajemství, které je třeba odhalit. Podobný princip používají například Kinder Vajíčka nebo vánoční dárky, u kterých do okamžiku rozbalení recipient nezná obsah a je nucen se ptát „co je uvnitř?“. Tyto formy loot boxů konotují časté druhy objemných předmětů, na které jsou hráči zvyklí z jiných her. Ve hrách jsou truhly mnohokrát uzamčeny klíčem, který hráč musí najít, aby obsah mohl získat. Forma loot boxů si tak bere inspiraci z reálného světa, což v hráčích vytváří známý dojem a tím posiluje imerzi. Například piňaty ve hře **Fortnite** nemají se zážitkem ve hře nic společného, ale jejich použití při narozeninových oslavách je spojitost, kterou si uvědomí většina hráčů. Piňatu zpravidla rozbíjí pouze osoba, která narozeniny slaví. Skrze tuto konvenci se vývojáři pravděpodobně snaží v hráčích vzbudit pocit exkluzivity, který si spojí se vzpomínkami na své narozeninové oslavy. Tohoto záměrného efektu závisejícího na vzpomínkách a nostalgii by nebylo možné dosáhnout formou, která není ikonou z reálného života. Příkladem je bezejmenný robot ze hry **Apex: Legends**, který je spíš replikou mnoha dalších generických robotů žánru science-fiction a v prostředí hry je pouze virtuálním objektem vytvořeným za účelem oživení loot boxů.

Všechny zkoumané loot boxy kromě **FIFA 20** se snaží zapadat do svého virtuálního světa. Například fantasy truhla z **League of Legends** by tematicky nezapadala do realistického vojenského prostředí hry **Counter Strike: Global Offensive**. Z toho se dá vyvodit, že se hry snaží nenarušit iluzi pohlcení hrou neboli imerzi.⁶⁸ I přestože většina zkoumaných her prodává loot boxy za reálné peníze, vývojáři se snaží, aby hráči byli stále pohlceni hrou a její atmosférou. Pokud forma loot boxu vypadá jako předmět ve hře, hráč se spíš nebude cítit, jako když nakupuje například na e-shopu. Nejdetailnější prostorové zpracování v tomto ohledu má hra **Overwatch**, ve které je již v připravené fázi možné spatřit disky výherních předmětů, které se po otevření změny v hologramy. To dává loot boxu dojem, že jde o reálný předmět, a ne o něco virtuálního. Co se týče materiálu loot boxů, je zvlášť u her **Counter Strike: Global Offensive** a **Star Wars: Battlefront 2** zjevné, že se vývojáři snažili jej

⁶⁸ Imerze je definována jako „rozsah, po který je počítač schopný vytvořit inkluzivní, rozsáhlou a živou iluzi reality uživatelům“ CALLEJA, Gordon. *In-game: from immersion to incorporation*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2011. ISBN 02-620-1546-3.

vystihnout co nejvěrněji. Loot boxy zde mají daleko kvalitnější zpracování než cokoli jiného na obrazovce, jejich virtuální kov se leskne a skřípe při každém pohybu. Všechny jejich animace jsou těžkopádné a působí dunivý hluk, což naznačuje, že bedny/truhly jsou těžké. Vývojáři se tímto krokem pravděpodobně snaží posílit materiální aspekt loot boxu a navodit v hráči dojem, že předměty, za které utrácí, mají váhu.

Barvami se všechny loot boxy shodují s primárním barevným schématem jejich her. Toto rozhodnutí bude spíš ergonomické, aby se loot boxy vizuálně netříštily s barvami výbuchů a světél, které doprovází otevírací proces. Hra **FIFA 20** zde oproti ostatním vyčnívá, protože loot boxy zde nemají statickou podobu, a tudíž je nelze porovnávat s ostatními. Hra je řadí vedle sebe v herním menu, nikoliv v dedikované obrazovce. Vizuální podoba loot boxů má zde formu obdélníků s portrétem hráčů, připomínající sportovní sběratelské karty z přelomu tisíciletí. Podobně jako hra Fortnite se FIFA 20 tímto snaží v hráčích probudit vzpomínky a nostalgii. Sběratelské karty již však nejsou zdaleka tak populární, jako tomu bylo před dvaceti lety, a zejména mladší část fanoušků tuto konotaci nemusí vůbec pochopit. Tomu nepomáhá ani fakt, že tato hra cílí už na hráče ve věku tří let.

5.2 Pozadí uživatelského rozhraní

Všechny hry až na **FIFA 20** a **Apex: Legends** mají pozadí uživatelských rozhraní barevně sladěná se zbytkem herního menu. Zbývající dvě hry k procesu otevírání používají oddělenou instanci, díky čemuž mohou připravit animace na míru každému loot boxu bez omezování se rozhraním, v němž musí zbytek her proces provádět. Ve **FIFA 20** se celý proces děje v chodbě na stadion, ve stejné, kterou používají fotbalisté k příchodu ze šaten na trávník. Vývojáři tak použili jeden z momentů před zápasem, který evokuje očekávání, jako předlohu pro podobně napínavý proces otevírání loot boxů. Ve hře **Apex: Legends** je rozhraní zpracováno jako podlaha s černým pozadím, která slouží pouze jako podstavec pro robota, aby měl fyzicky po čem chodit. Uživatelské rozhraní v této hře je jednoduché, zvlášť v porovnání, zvlášť v porovnání se hrou **Counter Strike: Global Offensive**, která dokázala stejný efekt vytvořit, aniž by podlaha jakkoliv ztvárnila. Uživatelské rozhraní je zde pouze prázdný prostor a zemi nenaznačuje ani pomocí stínů, jako to dělají ostatní hry. Nestandardní přístup mají hry **Fortnite** a **Star Wars: Battlefront 2**. Ve Fortnite se otevírání nepřesune do jiné instance, ale změní se pozadí herního menu na automobilový showroom. Vývojáři tím pravděpodobně chtějí naznačit, že vyhrané předměty jsou „jako nové“ a „čerstvě z pásu“ i přesto, že je v této hře nelze nijak získat z druhé ruky. **Star Wars: Battlefront 2** používá

stejně pozadí zásobního skladu jako zbytek svého herní menu, ale v procesu otevírání loot boxů ho oživí. Ve zbytku herního menu je totiž pozadí statické, ale jakmile se hráč dostane k obrazovce s loot boxy, pohled na sklad se přiblíží a zabere větší detaily, mezi nimiž i otevíraný loot box. Celý proces je doprovázen zvuky skladu a pípáním počítačů, což tvoří pocit iluze reálného skladu a posiluje tím imerzi v hráči. Zásobním skladem ve válečné science fiction hře se vývojáři pravděpodobně též snaží evokovat pocit novoty, který by ve skladu s přiděly pro vojáky fungoval. Jak bylo řečeno v předchozí kapitole, bedny v této hře jsou blýskavé a od pohledu těžké, což v kombinaci s pozadím skladu tvoří iluzi dobře utracených peněz za něco nového a kvalitního. Zbytek her používá jednobarevné pozadí, což oproti předchozím titulům je na první pohled nezajímavé, ale na druhý pohled to zvýrazňuje loot box samotný. Objekt tak není rušen žádnými okolními předměty. Dá se tedy předpokládat, že záměrem byla hráčova soustředěnost pouze na loot box. Bez specifického prostoru mají loot boxy navíc více možností animace, jelikož nejsou omezeny „prostorem“. Tyto pohyby hry komplementují industriálními zvuky nebo efekty klikání na počítači, což zvláště ve futuristických hrách vytváří dojem imerze i bez použití pozadí. Ve hře **Rainbow Six: Siege** loot boxy levitují v prázdném prostoru se stejným pozadím jako herní menu. Jejich forma je však velice kvalitně graficky zpracovaná se silným důrazem na detail. Při každém pohybu loot boxu se v záhybech pytle odráží záblesky světla, jako kdyby stál v blízkosti lampy. V průběhu otevírání vychází veškeré světlo zevnitř loot boxu, což jej pouze dělá živější a zajímavější. Použitím jednoduchého pozadí tak vývojáři nechávají hráče soustředit se pouze na loot box jako tu nejdůležitější část celého procesu. Animace v této hře nejsou zdaleka tak velkolepé, jako ve zbytku zkoumaných her, a právě tímto omezením okolního prostoru si hráč spíše všimne detailů estetického zpracování animací.

5.3 Build-up fáze

Polovina zkoumaných her doprovází vizuální zpracování build-up fáze rozvibrováním loot boxu a růst intenzity světelné záře, kterou objekt vydává. Jelikož je tato fáze paralelou situace v hazardu, kdy se kulička v ruletě točí podél ciferníku a jde hlavně o budování napětí, lze předpokládat, že rostoucí záře a vibrace tvoří paralelu narůstajícího napětí, které přejde ve vyvrcholení. Build-up fázi v těchto hrách často doprovází zvuk vibrací, zážehu laserů nebo tikání světla. Paralela se dá najít u zvuku žárovek, které při velkém napětí vydávají kmitavý vtíravý zvuk.

Hry **Overwatch**, **League of Legends**, **Apex: Legends** a **Star Wars: Battlefront 2** používají běžný způsob otevírání, a to zmáčknutí tlačítka → vibrace a znělka → výbuch. V těchto hrách jsou získané předměty přímo uvnitř svého kontejneru a hráč může v průběhu procesu sledovat, jak se objekty z loot boxu objeví. Proces je velice podobný dětské hračce Jack-In-The-Box neboli natahovacímu kašpárkovi v krabici, která po natažení pákou zahraje svou znělku a následně kašpárek vyskočí z krabice ven. I přestože hráč z paměti ví, co ho pravděpodobně čeká, chvíle před otevřením je vždy napínává.

Ve hrách **Fortnite** a **Rainbow Six: Siege** je hráč nucen k otevření použít vlastní interakci. Ve hře Fortnite musí hráč loot box udeřit a v Rainbow Six: Siege odtrhnout vakuovou pečeť. Oproti ostatním hrám, kde po zmáčknutí tlačítka začne nezastavitelná animace build-upu, je zde možné z této fáze odejít. Hráč musí animaci dokončit sám, čímž vývojáři přidávají více interaktivity do již gamifikované části monetizace, zároveň tím částečně předávají zodpovědnost za výhru hráči. Ač interakce výsledek nezmění, hráč má takto pocit větší kontroly nad celým procesem. Ve hře Rainbow Six: Siege je postupné odtržení pečetě doprovázené velice reálným efektem zipu, který se uzpůsobuje rychlosti pohybu myši hráče a tvoří tím iluzi opravdového otevírání vakuového pytle.

Originální přístup má hra **FIFA 20**, ve které je build-up fáze průchodem na stadion. Hráč zde nemá žádnou kontrolu nad rychlostí nebo způsobem otevírání dveří, ale s každou další místností se zvětšuje intenzita ohňostroje a zesiluje potlesk. Záměrem pravděpodobně bylo vytvořit efekt roztleskávání, které postupně zrychluje, a narůstajícího nadšení fotbalových diváků na stadionu těsně před momentem příchodu hráčů na trávník. To v hráčích může vyvolat daleko osobnější pocit vzrušení než při sledování otevírání kontejneru. Hráč si při průchodu na stadion bude připadat, že se spíš čeká na něj, než že on čeká na jiný objekt.

Hra **Counter Strike: Global Offensive** používá v build-up fázi pás s předměty, které je možné vyhrát. Na pásu se občas objeví drahý předmět, který hráč s největší pravděpodobností mine, ale má v něm vzbudit dojem naděje, že tento předmět může vyhrát. Tento způsob je nejzjevněji inspirovaný hazardem nejen mechanicky, ale i z pohledu estetického zpracování. Podobnost lze najít s kolem štěstí nebo herními automaty, kde hráč též čeká na zastavení kola/kotoučů pro zobrazení výhry.

5.4 Moment otevření a zobrazení produktů

V titulech **Overwatch**, **League of Legends** a **Apex: Legends** má efekt otevření podobu exploze a ve **Fortnite** vysypání piňaty, což je adekvátní způsob ztvárnění momentu vyvrcholení. Ve všech hrách je tento okamžik doprovázen mechanickými zvuky a v **League of Legends** zvonkohrou. Kovové zvuky dodávají vyhraným předmětům iluzi reálné váhy a hmatatelného materiálu, čímž maskují svou čistě virtuální povahu. Hra **Overwatch** otevření prodlužuje ještě o krátký moment po výbuchu, kdy vystřelené předměty letí vzduchem a nezobrazí se, dokud nespadnou na zem. Tímto hra prohlubuje moment napětí, zvláště pokud jsou předměty vyšší kvality, jelikož jejich vzácnost je zřetelná již po vystřelení podle barvy pruhů světla (viz obrázek 12).

Ve hrách **Overwatch**, **Apex: Legends** a **Star Wars: Battlefront 2** se předměty představují skrze hologramy. Jelikož ne všechny předměty jsou stejně velké, vývojáři se rozhodli je všechny ukázat jako přenesený obraz, což nenaruší iluzi reality a pocit imerze. Hologramy jsou navíc často spojené se žánrem science fiction, do něhož všechny tři hry zapadají. V mnoha filmech a knihách se objevuje koncept hologramu, používaný například jako náhražka televize, oživení her nebo způsob komunikace. Vývojáři se tím pravděpodobně snaží vytvořit dojem „známé“ budoucnosti v hráčích, kteří tento žánr již znají.

Hra **Rainbow Six: Siege** je jediná hra, která má dva kroky k otevření loot boxů. Po odtržení vakuového těsnění se hráči zobrazí psí známka, která představuje vyhraný předmět a s tím i jeho úroveň vzácnosti. Hráč musí stisknout tlačítko, které mu předmět odhalí. Jelikož loot box je v tom okamžiku otevřený, neanalyzoval jsem tuto část v build-up fázi. Hra tímto dává hráčům prostor pro interakci, která není nijak rušivá a má za cíl vylepšit zážitek ze získávání předmětů. V otočení známky bychom našli paralelu například s otáčením karet ve hře Texas Hold 'em Poker, ve které jsou čtvrtá a pátá karta na stole, ale jejich líc je neznámý, dokud je bankéř nezobrazí všem. Otočení psí známky je doprovázeno zvukem břitvy, který uzavírá finální krok procesu i přesto, že pravděpodobně nemá přímou spojitost s vojenskou naturou hry.

FIFA 20 používá mnoho variant tohoto momentu, jelikož se průchod chodbou určuje podle toho, jaké vzácnosti jsou předměty v loot boxu. Každý z nich je doprovázen potleskem a ohňostrojem, který od začátku procesu build-upu zesiloval a nabíral na intenzitě. V případě nejvyšší výhry se hráč dostane přímo na trávník stadionu, kde stojí plachta fotbalového klubu hrdiny, kterého hráč vyhrál. Následně hrdina vyjde zpoza plachty a za doprovodu hudby,

potlesku, blýskání fotografií a velkolepého ohňostroje si stoupne do prostoru. Tento způsob představování výhry by se dal považovat za paralelu módní přehlídky, v níž chce návrhář odkrýt dlouho připravovanou a očekávanou kolekci.

Hra **Counter Strike: Global Offensive** jako jediná nemá žádnou animaci vyvrcholení. Po skončení build-upu se hráčům zobrazí karta s předmětem, kde je popis a zajímavosti zbraně a tlačítka s možností si ji okamžitě vyzkoušet. Tento způsob je spíše deskriptivní než uspokojivý, jelikož se nemění bez ohledu na vzácnost předmětu. Toto je překvapivé, jelikož build-up fáze je velice silně inspirována hazardem, a tudíž bych předpokládal, že i zbytek procesu bude ve stejném duchu.

5.5 Odlišení barev dle vzácnosti

Kromě výjimek používají všechny hry podobné schéma k vyjádření vzácnosti předmětů. Důvod tady je jak psychologický, tak historický. Již ve hře Diablo I (1997) od studia Blizzard byly předměty odlišeny barvami, které indikovaly typ předmětu. Pokračování hry Diablo II (2000) tuto mechaniku posunulo do stavu, který je podobný tomu dnes. Vzácnosti předmětů byly popsány od nejnižší:

Bílá → Modrá → Žlutá → Zelená → Zlatá

Podobný model použil Blizzard ve své následující hře World of Warcraft (2004):

Šedá → Bílá → Zelená → Modrá → Fialová → Oranžová → Zlatá

Oba modely mají na krajích bílou a zlatou, zatímco modrá a zelená jsou uprostřed, ač v jiném pořadí. Jelikož obě hry se staly populárními tituly s obří hráčskou základnou, začaly jiné firmy používat podobný nebo stejný model rozlišení vzácností předmětů. Důvod byl ten, že na tento trend začínali být hráči zvyklí a studia pravděpodobně nechtěla jít proti proudu. Z pohledu psychologie mají barvy svůj význam, se kterým jsou podvědomě spojovány a které se v marketingu často používají. Například fialová barva je spojována s autoritou a bohatstvím, černá s vysokou kvalitou a žlutá/zlatá s monarchií. Bílá je naopak považována za neutrální a základní barvu.⁶⁹

⁶⁹ ASLAM, Mubeen M. *Are you selling the right colour? A cross-cultural review of colour as a marketing cue marketing cue*. Wollongong: University of Wollongong, 2015. Dostupné také z: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2092&context=commpapers>

Využití barev je tedy záležitost kulturní konvence, na jejímž základě hráči podvědomě hodnotí jednotlivé předměty. Výběr barev tedy není náhodný, ale má mnoho faktorů, podle nichž se firmy rozhodly pro daná barevná schémata. Mezi ně patří například udržení konzistence s předchozími tituly, konvenční významy barev či konotace cennosti vzácných kovů.

6 Diskuze

Výzkum této bakalářské práce rozšiřuje dosavadní pohled na loot boxy v herním průmyslu. Práce navazuje na výzkumy autorů, kteří se tématem již zabývali, a rozšiřuje jejich poznatky z pohledu sémiotiky. Dosavadní výzkumy se často zaměřovaly na hazardní část loot boxů, což není překvapivé vzhledem k tomu, že právě to je nejčastější kritika těchto mechanik.⁷⁰ Je však málo vědeckých prací, které se na ně snaží nahlížet pozitivně ve snaze je vylepšit a zbavit je špatného jména. Tento výzkum se na loot boxy snaží nahlížet s větším odstupem, ne pouze jako na systém monetizace, ale též jako na zábavnou činnost. Výsledek práce tak může být užitečný jak kritikům, tak zastáncům loot boxů. Loot boxy samy o sobě nejsou škodlivý koncept, pokud jsou navrženy a implementovány s rozvahou a uvědoměním si hráčské základny, která s nimi bude nejvíce v kontaktu.⁷¹

Zajímavým výsledkem analýzy je zjištění, že loot boxy nejsou inspirovány pouze hazardními hrami, ale i mnoha dalšími koncepty, založenými na očekávání a vzrušení. Příkladem jsou sběratelské karty, piňaty a kašpárek v natahovací krabičce. Tyto koncepty fungují na stejném principu utajení obsahu, vytvoření rostoucího momentu napětí a jeho následného vyvrcholení, při kterém se zobrazí zahalené předměty. Žádný z těchto předmětů nebyl nikdy součástí mezinárodní kontroverze, která by koncept kritizovala za podporování hazardního hraní nezletilých. Inspirací pro budoucí hry tak mohou být veškeré předměty, které vyžadují akci nebo jsou omezené uplynutím času k jejich odhalení. Příkladem může být výtah, mikrovlnná trouba nebo proces vyvolání fotky. Samotná forma loot boxu tak vůbec nemusí evokovat kasino či jakékoli podniky podobného typu.

Z obecných poznatků práce je zajímavé vidět, jak velkou váhu v celém procesu otevírání loot boxů hraje pocit presence a realismu. Ten je vytvářen již v uživatelském rozhraní dříve, než se jakýkoliv loot box objeví na obrazovce. Snaha vývojářů absorbovat hráče do děje je motivována primárně tím, aby hráč odcházel s pozitivním zážitkem a opomněl, že se ho snaží navnadit ke koupi dalšího produktu. Jeden z častých důvodů, proč byli hráči odrazováni od nákupu dalších loot boxů, bylo spojení s nákupem za opravdové peníze,

⁷⁰ LEEUW, Frank de. *The Convergence of Gaming and Gambling The Loot Box Conundrum*. Utrecht, 2019. Master Thesis. Utrecht University. Vedoucí práce Fabiano Dalpiaz.

⁷¹ ZENDLE, David, Rachel MEYER a Harriet OVER. Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society*. 2019, 6(6), 1-18. Dostupné z: <https://doi.org/10.1098/rsos.190049>

čemuž se všechny zkoumané hry snaží vyhýbat.⁷² To potvrzuje tvrzení François-Dominic Laraméa, které ve své knize citují Salenová a Zimmerman:

„Všechny formy zábavního průmyslu se snaží vytvořit stav mysli, ve kterém hráč zapomene, že se účastní zábavního programu a přijme, že to, co sleduje, je realita.“⁷³

Jelikož nebylo možné porovnávat závěry analýzy s výkonem loot boxů, je nemožné jednoznačně říct, jaký přístup je více, či méně efektivní. Ve hrách **FIFA 20** a **Fortnite** mají loot boxy formu předmětů, které jsou téměř identické s objekty z reálného světa, kdežto hry **League of Legends** a **Star Wars: Battlefront 2** používají smyšlené truhly/bedny, zasazené do svého fiktivního světa. Podle teorie sémiotiky Saussura by se zde jednalo o typické indexy, které se snaží reprezentovat již existující objekty.⁷⁴ Podle triadického modelu znaku Peirce by šlo o dicentní indexální token, který na základě přímé podobnosti, kterou nelze zpochybnit, zastupuje specifický objekt.⁷⁵ Tato práce dokáže nalézt podobnosti a interpretace znaků, nedokáže je však ohodnotit z pohledu efektivity. Spojení s objekty z reálného světa může být pro hráče jednodušší při vytváření spojitostí, neznamená to však vyšší úroveň utrácení peněz za loot boxy.

Jelikož byla data zpracována kvalitativní sémiotickou analýzou, výsledky jsou velice subjektivní a nedají se považovat za exaktní. Exaktních výsledků ze stejného vzorku dat by se dalo dosáhnout pouze použitím jiné metody, například použitím technických prostředků k analyzování zvukové části. Příkladem je například spektrogram nebo hudební přepis, který by však v mnoha hrách nebyl přesný, jelikož některé tituly používají převážně zvuky, a nikoliv hudbu. V případě použití spektrogramu by bylo možné dosáhnout přesnějších výsledků s více možnostmi interpretace, ale silně by se tím změnil okruh výzkumu. Pokud by stejný výzkum na identických datech prováděl jiný autor, interpretace by se pravděpodobně lišily podle autorových znalostí, socio-kulturního rozhledu a analytických schopností.

⁷² LEEUW, Frank de. *The Convergence of Gaming and Gambling The Loot Box Conundrum*. Utrecht, 2019. Master Thesis. Utrecht University. Vedoucí práce Fabiano Dalpiaz.

⁷³ SALEN, Katie a Eric ZIMMERMAN. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge: MIT Press, 2004. ISBN 0262240459.

⁷⁴ SAUSSURE, Ferdinand De. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 2007. ISBN 978-80-200-1568-6.

⁷⁵ PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce: Vol I-VI. Charles Hartshorne and Paul Weiss 1931-1935*. Cambridge: Cambridge: Harvard University Press, 1958.

Závěr

Cílem práce bylo nalézt společné jevy loot boxů napříč tituly, které v době hraní mají největší herní základny. Sledované aspekty jsem hodnotil podle pravidel sémiotické analýzy a dedukoval nejpravděpodobnější význam, který se autoři snažili hráčům předat. Výsledky analýzy ukázaly, že se herní vývojáři snaží v celém procesu otevírání udržet pocit imerze i přesto, že je činnost otevírání loot boxů kompletně oddělená od hraní hry. Čím lépe je zpracovaná iluze reality, tím více se ubírá pocitu nakupování. Tohoto dojmu se snaží docílit skrze veškeré možné prostředky, a to od pocitu reálného prostoru přes věrohodné pozadí až po realistické zvuky. Cílem vývojářů je, aby otevírání loot boxů bylo extenzí herního zážitku, nikoliv součástí nákupního procesu. To je potvrzeno i faktem, že veškeré interakce hráče s loot boxy se odehrávají ve vlastním uživatelském rozhraní v instancích kompletně oddělených od obchodu ve hře. Nejčastější forma byl jakýkoliv druh kontejneru, například bedna nebo truhla, což nejen vystihuje samotný název *loot box*, ale přesahuje tak i do reality, protože tyto objekty často obsahují fyzické předměty. Hráči jsou na ně zvyklí, jelikož truhly i bedny ve většině her obsahují herní předměty, tudíž si je hráči spojí se získáním nových věcí nebo vylepšením postavy.

Formu prezentace loot boxů většina her volí tak, aby se build-up fáze neboli část mezi započítáním otevření a odhalením předmětů dala prodloužit do dostatečně dlouhé míry, která vzbudí v hráčích napětí z neznáma. Build-up fáze je sice krátká, avšak kritická část otevíracího procesu, jelikož přeměňuje obyčejnou transakci na napínavý herní zážitek. Hry FIFA 20 a Apex: Legends zde mají jiný přístup. Proces otevírání provádí v oddělené instanci, čímž sice obětují část prezentace ve statické formě, ale posílí tím samotnou build-up fázi. Hra FIFA 20 dává hráčům pocit, že jsou opravdoví fotbalisté, kteří jsou na cestě na stadion. Iluzi posiluje tlumený potlesk, který postupně zesiluje a na stadionu vrcholí, což zážitek z otevírání posouvá o pocit vlastní satisfakce. Tento způsob zpracování tak vytváří napětí a případně pocit z výhry, které jsou daleko více osobní než při sledování otevírání truhel.

Všechny loot boxy tak mají jistou překážku, která stojí mezi hráčem a virtuálními předměty, například víko od bedny, klíč od truhly nebo dveře v chodbě, které hra používá jako páku na hráče. Paralelou může být zabalený dárek, králík v kouzelníkově klobouku nebo stažená opona v divadle, jelikož ve všech třech případech zažívá hráč očekávání, zatímco autor je zodpovědný za způsob odhalení.

Cílem procesu otevírání je tedy vzbudit v hráčích dojem ze získání opravdového předmětu, čemuž napomáhá i zjištění, že všechny zkoumané loot boxy používají animace v průběhu otevíracího procesu. Žádná hra nepoužívá statické objekty a u titulů s vyšší produkcí je zjevné, že loot boxy jsou do detailů propracované. Hry Overwatch a Star Wars: Battlefront 2 ve svých animacích hýbají drobnými součástkami beden, například panty, úrovněmi dvířek nebo pružinami. Veškerý pohyb je doprovázen adekvátním zvukem mechanických součástí, pípajících tlačítek a skřípáním kovů, což zesiluje imerzi, kterou se vývojáři snaží v hráčích vytvořit. Presentace získaných předmětů ve zkoumaných titulech je závislá na tématu, které se hra snaží udržet. Bez ohledu na způsob zobrazení produktů však všechny spojuje dojem z výhry. Všechny zkoumané hry při odhalení předmětů používají efekt, který hráčům dává najevo výhru. Hry používají například ohňostroje a zvuk peněz jako indikátor výhry, přestože v loot boxech nelze prohrát. Hráč tak má vždy pocit, že získal něco cenného, ač získal virtuální předmět, který kromě funkce estetického doplňku nemá ve hře žádné praktické využití. Tento způsob presentace tak vzbuzuje ve hráčích dojem, že loot boxy, které si koupili nebo získali, mají ve hře smysl.

Herní předměty s výjimkou hry Counter Strike: Global Offensive nemají žádnou reálnou hodnotu. Kvůli jejich oddělení od hry používají barevná schémata, která vyjadřují jejich hodnotu. Jediný náznak peněz je zvuková narážka, která se ve většině her spustí v případě vzácnějších předmětů, představující jejich hodnotu. V žádné zkoumané hře však není u vyhraných předmětů zmíněna číselná hodnota, která by popisovala jejich hodnotu v rámci hry. I přestože se většina předmětů dá koupit v obchodě s hrami, ty získané z loot boxů mají pouze hodnotu naznačenou, což potlačuje dojem obchodní transakce.

Kombinací všech faktorů se loot boxy snaží z monetizace udělat zážitek, který si hráč užije a zapamatuje. Vývojáři chtějí, aby se hráči k loot boxům vraceli a utráceli za ně dál peníze. Tento popud dává hráčům nejen obdržení potenciálně vzácného předmětu, ale i cesta k jeho získání. Cílem vývojářů zřejmě je, aby po celém procesu v hráči utkvěl pocit vzrušení a touha okusit tento moment znovu.

V tomto ohledu je zde zjevná silná inspirace hazardními hrami, ať na úrovni konceptu, nebo celkového mechanického provedení. Loot boxy se snaží hráče zabavit chytlavými melodiemi, použitím ostrých barev nebo vytvářením pocitu očekávání. Stejně mechaniky používají například herní automaty, které vytváří napětí v okamžiku roztočení kotoučů a s tím i očekávání před jejich zastavením, podobně jako proces otevření loot boxu.

I v případě prohry má tak hráč zážitek z napínavé hry a je vyšší šance, že se vrátí. Na rozdíl od hraní v kasinech při otevírání loot boxů hráč vždy vyhrává. Žádný ze zkoumaných loot boxů nebyl „prázdný“, což je častý protiargument jejich přirovnávání k hazardu.³⁸ Hráč nikdy přímo nepocítí prohru, pouze neúspěch nebo nespokojenost z výhry.

Her s loot boxy neustále přibývá a každá z nich se snaží koncept posunout o kus dál. Z analýzy je zjevné, že většina her v určitých aspektech následuje stejný vzor vedoucí k úspěchu a posouvá část mechanik svou originální cestou. Jelikož je mechanika stále čerstvá věc, která má navíc kořeny v hazardních hrách, dá se očekávat, že její potenciál stále není naplněn.

Summary

This bachelor thesis was focused on analysing the visual and auditory representation of loot boxes in the video game industry from the perspective of semiotics. The theoretical part discusses the video game industry, common obstacles in game development and the developer-publisher relations. It reviews how additional in-game monetisation has evolved from simple addons to season passes. Then it describes how loot boxes fit in, their inspiration in collectible cards and controversial releases centred around them. The thesis then describes semiotics, its history, fundamental processes, and semiotic analysis as a scientific method, its usage, and limitations.

In the practical contains the author's own data collection, research, and analysis. Author chose semiotic analysis as a research method analysing 8 games. Those were chosen by genre, active player base, multiplayer options, production type and price. All games were played on PC with both mouse + keyboard and Xbox One controller used to control them. They also had to contain loot boxes of any form for the author to be able to analyse them. There were no console or mobile games analysed.

The author concluded that developers attempt to make the process of opening loot boxes the most immerse, so that the player always feels like he is in a game. This is perhaps because they do not want players feel like they are shopping and that loot boxes are a part of monetisation scheme. By separating loot boxes from in-game shops they transform them into an extension of the game itself, giving players the push to keep playing, rather than keep shopping. In most analysed games this is achieved by having players open loot boxes in an instance separated from the in-game shop. All games except for **FIFA 20** and **Apex: Legends** use a container as a form of loot box. An example would be a treasure chest, a box, or a crate. By using a form that usually contains objects in real life the game gives players a sense of reality a familiarity, which makes loot boxes and their prices more vivid.

The process of the build-up phase plays a major part in giving loot boxes the excitement factor. By not immediately showing their contents, but making players wait, it builds anticipation for results. This phase is very probably inspired by gambling mechanics, given the resemblance to roulette's spinning wheel or slot machine's reels. During this time, the game uses flickering lights and/or loud noises to indicate the upcoming end of the spinning and results announcement. In the case of loot boxes, the process is often accompanied by music and sounds getting louder, vibrations that get more vigorous, and the increase of light

intensity. FIFA 20 does not have a proper container form of a loot box, but it compensates for it by adding to the build-up phase. This process is done in a separate instance from the game menu in which the player walks through a hall to a football stadium. This path represents how football players arrive on the playing field while the sounds of the sport fans and music are getting louder. This way builds-up excitement in a very different way than the rest of the games by making it more feel personal.

The presentation of results is in most games accompanied by cash sounds and fireworks/explosions. This is presumably to indicate that player has won, no matter what prices. Even in the case of getting a low-end item, the game still announces it as a victory, which is a way to motivate players to try again and hence spend more money. Loot boxes are made so a player never technically loses, since there is always a price, it is just made so that most of them are not valuable. The only game that contains items with a real monetary value is **Counter Strike: Global Offensive** hence there is no way for the game companies to lose money this way. Also, Counter Strike's loot boxes are objectively the most expensive from all analysed titles.

This thesis found many links between real life gambling and loot boxes, confirming findings of other authors. The results of a qualitative semiotic analysis rely heavily on the author's understanding of linguistics, pragmatics, syntactics, semantics and his general socio-cultural knowledge. This means that no semiotic analysis can have exact answers for its questions, since they are always an interpretation of the author himself and hence the work can never be truly objective.

Použitá literatura

Publikace

BARTHES, Roland. *Elements of Semiology*. 1st ed. New York: Hill & Wang, 1968. ISBN 978-0374521462.

BARTHES, Roland. *Mytologie*. 25th ed. New York: THE NOONDAY PRESS, 1991. Écrivains de toujours. ISBN 0374521506.

BENEVISTE, Émile. *Problems in General Linguistics*. 8th ed. Miami: Coral Gables, University of Miami Press, 1971. ISBN 087024132X.

BRUNER, Jerome. *Actual Minds, Possible Worlds*. Harvard: The Jerusalem-Harvard Lectures, 1985. ISBN 9780674003668.

CALLEJA, Gordon. *In-game: from immersion to incorporation*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2011. ISBN 02-620-1546-3.

DE KANSSPELAUTORITEIT. Nieuwe fase aanpak loot boxes. *Kansspelautoriteit.nl* [online]. © 2018 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20180625085211/https://www.kansspelautoriteit.nl/nieuws/alle-nieuwsberichten/2018/juni/nieuwe-fase-aanpak/>

GEENS, Koen. Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving. In: *Koengeens.be* [online]. 25. 4. 2018 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving>

GÓMEZ, Patricia, Sandra FEIJÓO a Teresa BRAÑA. Minors and Online Gambling: Prevalence and Related Variables: Prevalence and Related Variables. *Journal of Gambling Studies*. 2017, (36), 735-745. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09923-3>.

GRIFFITHS, Mark D. a Natale CANALE. Impact of Internet gambling on problem gambling among adolescents in Italy: Findings from a large-scale nationally representative survey. *Computers in Human Behavior*. 2017, 57, 99-106. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.020>

GRIFFITHS, Mark D. Adolescent Gambling. In: BRADFORD BROWN, B. and Mitchell J. PRINSTEIN. *Encyclopedia of Adolescence*. New York: Academic Press, 2011, pp. 11-20. Dostupné také z: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-373951-3.00113-7>

GVOŽDIAK, Vít. *Základy sémiotiky I*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4294-5.

HUME, Margee. Fun, Friend, or Foe: Youth Perceptions and Definitions of Online Gambling. *Social Marketing Quarterly*. 2011, 17(1), 109-133. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15245004.2010.546939>

JENSEN, Klaus Bruhn. *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. 3rd Ed. New York: Routledge/Taylor and Francis Group, 2021. ISBN 0-203-773349.

LEEUW, Frank de. *The Convergence of Gaming and Gambling The Loot Box Conundrum*. Utrecht, 2019. Master Thesis. Utrecht University. Vedoucí práce Fabiano Dalpiaz.

LEHDONVIRTA, Vili. Virtual Item Sales as a Revenue Model: Identifying Attributes that Drive Purchase Decisions. *Electronic Commerce Research*. 2009, 9(1), 97-113. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10660-009-9028-2>

MAGARIÑOS DE MORENTÍN, Juan. La semiótica de los bordes. *Significación y negatividad.: Tópicos del Seminario*. 2007, (18), 97–112.

MCKERNAN, Brian. The Morality of Play: Video Game Coverage in The New York Times From 1980 to 2010. *Games and Culture*. 2013, 8(5), 307–329. Dostupné z: [doi:10.1177/1555412013493133](https://doi.org/10.1177/1555412013493133)

MISTRY, Kishan. *P(L)aying to Win: Loot Boxes, Microtransaction Monetization, and a Proposal for Self-Regulation in the Video Game Industry*. New Brunswick, New Jersey, 2018. Juris Doctor thesis. Rutgers University.

MOTION PICTURES ASSOCIATION. THEME report 2020. *Motionpictures.org* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-2020-THEME-Report.pdf>

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce: Vol I-VI. Charles Hartshorne and Paul Weiss 1931-1935*. Cambridge: Cambridge: Harvard University Press, 1958.

PIZZO, Anthony, Daniel C. FUNK a Bradley J. BAKER. ESport management: Embracing eSport education and research opportunities: Embracing eSport education and research opportunities. *Sport Management Review*. 2018, **21**(1), 7–13. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.008>

SAUSSURE, Ferdinand De. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 2007. ISBN 978-80-200-1568-6.

STRAUSS, Anselm a Juliet CORBIN. *Basics of Qualitative Research*. 4. San Jose State University, USA: SAGE Publications, 2014. ISBN 9781412997461.

UK GAMBLING COMMISSION. Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper. *Gamblingcommission.gov.uk* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/Virtual-currencies-eSports-and-social-casino-gaming.pdf>

ZENDLE, David a Paul CAIRNS. Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS one*. 2019, **14**(3). Dostupné z: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>

ZENDLE, David, Rachel MEYER a Harriet OVER. Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society*. 2019, **6**(6), 1-18. Dostupné z: <https://doi.org/10.1098/rsos.190049>

Elektronické zdroje

ARJEL. *ARJEL rapport activite 2017-2018* [online]. Praris: ARJEL, 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20190819065126/http://www.arjel.fr/IMG/pdf/rapport-activite-2017.pdf>

ASLAM, Mubeen M. *Are you selling the right colour? A cross-cultural review of colour as a marketing cue marketing cue*. Wollongong: University of Wollongong, 2015. Dostupné také z: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2092&context=commpapers>

BAILEY, Hugh. *Open Broadcaster Software: OBS Studio* [Digitální distribuce]. Verze 21.0. Microsoft Windows: OBS Project, 2012.

BATTLETNET. Overwatch®: Loot Boxes. *Battle.net* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://us.shop.battle.net/en-us/product/overwatch-loot-box>

BBC. Gaming loot boxes: What happened when Belgium banned them? In: *Bbc.com* [online]. 12. 9. 2019 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-49674333>

BECK, Kellen. YouTuber spends \$90 in 'Star Wars: Battlefront 2' and proves that it's still basically pay-to-win. In: *Mashable.com* [online]. 9. 11. 2017 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://mashable.com/2017/11/09/star-wars-battlefront-2-pay-win/?europe=true>

BYRD, Matthew. How the Pokémon Trading Card Game Boom Brought Back Pokémon Fever. In: *Denofgeek.com* [online]. 29. 4. 2021 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: <https://www.denofgeek.com/games/pokemon-tcg-card-values-sales-boom/>

COLE, Vladimir. Xbox Live marketplace points: 80 per USD. In: *Engadget.com* [online]. 26. 10. 2005 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2005-10-26-xbox-live-marketplace-points-80-per-usd.html>

COULSON, Josh. Pressure To Reclassify Loot Boxes As Gambling Ramps Up In The UK After Student Blows \$3800. In: *Thegamer.com* [online]. 12. 7. 2020 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.thegamer.com/pressure-reclassify-loot-boxes-gambling-uk/>

CRYER, Hirun a Tom ORRY. Shadow of War Loot Boxes - Marketplace Removed in Update - What Has Been Removed? Do you Need to Buy Loot Boxes? In: *Usgamer.net* [online]. 18. 7. 2018 [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: <https://www.usgamer.net/articles/18-07-2018-shadow-of-war-tips-and-tricks-guide-mission-walkthrough-boss-battles/loot-boxes-rewards-guide>

ELECTRONIC ARTS. Apex Legends™ - Apex Coins. *Origin.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.origin.com/irl/en-us/store/apex/apex/currency>

FERGUSON, Christopher J. Sandy Hook Shooting: Video Games Blamed, Again. In: *Time.com* [online]. 20. 12. 2012 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://ideas.time.com/2012/12/20/sandy-hook-shooting-video-games-blamed-again/>

FIFPLAY. FIFA 20 Packs – FIFA Ultimate Team Packs List & Prices. *Fifplay.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.fifplay.com/fifa-20/packs/>

G2A. Season Pass – DLC'S - Gaming. *G2a.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.g2a.com/category/season-pass-c3363>

GOOD, Owen S. Battlefront 2 loot crates draw lawmakers' attention in US, Belgium (update). In: *Polygon.com* [online]. 22. 11. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.polygon.com/2017/11/22/16690182/battlefront-2-loot-crates-hawaii-belgium-banned-regulation-investigate>

GOOGLE. Google Trends: Vyhledávání slova "Battle Royale." In: *Trends.google.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2010-01-01%202021-04-14&q=battle%20royale>

CHATTOPADHYAY, Rohit. Deconstructing Messages Using Semiotic Analysis. In: *Lifasahuman.com* [online]. 16. 11. 2017 [cit. 2021-04-26]. Dostupné z: <https://lifasahuman.com/2017/business/marketing/deconstructing-messages-using-semiotic-analysis/>

JRC. Produktová stránka dodatku Evolve Hunting Season Pass. *Jrc.cz* [online]. © 2014 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.jrc.cz/evolve-hunting-season-pass-pc-digital/p114146>

KAIN, Erik. Call Of Duty: Black Ops 4's Sneaky New Loot Boxes Are A Grand Heist Indeed. In: *Forbes.com* [online]. 21. 2. 2019 [cit. 2021-04-28]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2019/02/21/call-of-duty-black-ops-4s-sneaky-new-loot-boxes-are-a-grand-heist-indeed>

KHARIFF, Olga a Takashi MOCHIZUKI. Video Game Prices Are Going Up for the First Time in 15 Years. In: *Bloomberg.com* [online]. 9. 11. 2020 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-11-09/game-prices-go-up-to-70-the-first-increase-in-15-years>

KIM, Tae. State legislators call EA's game a 'Star Wars-themed online casino' preying on kids, vow action. In: *Cnbc.com* [online]. 22. 11. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2017/11/22/state-legislators-call-eas-game-a-star-wars-themed-online-casino-preying-on-kids-vow-action.html>

KOLLAR, Phil. EA Responds To Mass Effect 3 Day One DLC Allegations. In: *Gameinformer.com* [online]. 11. 3. 2012 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.gameinformer.com/b/news/archive/2012/03/11/fan-claims-proof-that-mass-effect-3-day-one-dlc-was-on-disc.aspx>

LOHR, David. Sandy Hook Blame Game: 'Eeny, Meeny, Miny, Moe'. In: *Huffpost.com* [online]. 17. 12. 2012 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: https://www.huffpost.com/entry/sandy-hook-blame-game_n_2318334

MADIGAN, Jamie. What The Heck Are Surprise Mechanics? In: *Forbes.com* [online]. 19. 8. 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jamiemadigan/2019/08/19/what-the-heck-are-surprise-mechanics/?sh=125f23ec6e80>

MAKUCH, Eddie. Call Of Duty: WW 2 Passes \$1 Billion In Worldwide Sales. In: *Gamespot.com* [online]. 20. 12. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.gamespot.com/articles/call-of-duty-ww-2-passes-1-billion-in-worldwide-sa/1100-6455775/>

METACRITIC. Hodnocení hry Evolve. In: *Metacritic.com* [online]. 9. 2. 2015 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.metacritic.com/game/pc/evolve>

NBA 2K20: MyTEAM. In: *Youtube* [online]. 26. 8. 2019 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=46MQ1ZMZ-14>. Kanál uživatele NB2 2K.

NY DAILY NEWS. NRA blames video games like 'Kindergarten Killer' for Sandy Hook. In: *Nydailynews.com* [online]. 21. 12. 2012 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <http://www.nydailynews.com/news/national/nra-blames-video-games-kindergarten-killer-sandy-hook-article-1.1225212>

PEGI. PEGI rating Fortnite. *Pegi.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://pegi.info/search-peg?q=fortnite>

PEGI. What do the labels mean. *Pegi.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://pegi.info/what-do-the-labels-mean>

PERROTTA, Matthew. Business Models of Video Games: Past, Present, and Future. In: *Medium.com* [online]. 7. 4. 2020 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://medium.com/@mjperrotta46/business-models-of-video-games-past-present-and-future-2b2aafe8ade1>

QUORA. Why Have Video Game Budgets Skyrocketed In Recent Years? In: *Forbes.com* [online]. 31. 10. 2016 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/quora/2016/10/31/why-have-video-game-budgets-skyrocketed-in-recent-years/?sh=731228763ea5>

RANSOM-WILEY, James. Download Oblivion's horse armor, for a price. In: *Engadget.com* [online]. 3. 4. 2006 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2006-04-03-download-oblivions-horse-armor-for-a-price.html>

SRP, Honza. Mikrotransakce stále frčí, Pokémon GO i Call of Duty vydělávají. In: *Idnes.cz* [online]. 4. 11. 2020 [cit. 2021-06-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/hry/novinky/mikrotrakce-uspech-hry.A201104_125711_bw-novinky_srp

STEAM. Produktová stránka hry Train Simulator 2021. *Steampowered.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: https://store.steampowered.com/app/24010/Train_Simulator_2021/

STEAM. Statistiky služby Steam a her. *Steampowered.com* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://store.steampowered.com/stats/>

TEAM FORTRESS. The Mannconomy Update. *Teamfortress.com* [online]. © 2010 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.teamfortress.com/mannconomy/>

UBISOFT. Alpha Pack Info and FAQ. In: *Ubisoft.com* [online]. 14. 7. 2017 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://www.ubisoft.com/en-us/game/rainbow-six/siege/news-updates/V18uMxEUXBNICMlpEviPa/alpha-pack-info-and-faq>

VALENTINE, Rebekah. Take-Two CEO: „It's a matter of time before the business is entirely digital." In: *Gamesindustry.biz* [online]. 3. 8. 2020 [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-08-03-take-two-ceo-its-a-matter-of-time-before-the-business-is-entirely-digital>

VALVE CORPORATION. Community Market FAQ. *Steampowered.com* [online]. © 2017 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: https://support.steampowered.com/kb_article.php?ref=6088-UDXM-7214

WHATACOOLOWITCH. Hextech Crafting FAQ. In: *Riotgames.com* [online]. 25. 9. 2019 [cit. 2021-06-30]. Dostupné z: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/en-us/articles/360036422453-Hextech-Crafting-FAQ>

WIRED. A Little Moolah Goes a Long Way. In: *Wired.com* [online]. 20. 3. 2005 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2005/03/a-little-moolah-goes-a-long-way/>

WRIGHT, Steven T. The evolution of loot boxes. In: *Pcgamer.com* [online]. 9. 12. 2017 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>

XBOX. L.A. Noire Rockstar Pass. *Marketplace.xbox.com* [online]. © 2011 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://marketplace.xbox.com/cs-CZ/Product/LA-Noire-Rockstar-Pass/a47dd117-25c9-4034-82bb-d5f5917c3a93>

XPAW. Historie cen dodatku Evolve Hunting Season Pass. In: *Steamdb.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://steamdb.info/app/338470/>

XPAW. Historie cen hry Evolve. In: *Steamdb.info* [online]. © 2021 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://steamdb.info/app/273350/>

Teze bakalářské práce

SCHVALENO

Institút komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce																
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:																
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Christopher Torres	<table border="1"> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Univerzita Karlova</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">14-09-2020</td> <td style="text-align: right;">-1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">323</td> <td style="text-align: right;">Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova			Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	14-09-2020	-1-	Čj:	323	Příloh:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova																
Fakulta sociálních věd																
Došlo dne:		14-09-2020	-1-													
Čj:	323	Příloh:														
Přiděleno:																
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2018/2019																
E-mail diplomantky/diplomanta: 86676575@fsv.cuni.cz																
Studijní obor/forma studia: Marketingová komunikace a PR, prezenční																
Název práce v češtině: Audiovizuální reprezentace loot boxů ve videohrách.																
Název práce v angličtině: Audio-visual representation in loot box mechanics in video games.																
Předpokládaný termín dokončení: LS 2020/2021																
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce: Loot boxy jsou jednou z nejnovejších forem zpoplatnění herního obsahu uvnitř her samotných. V posledních pár letech se některé hry, které tento způsob obchodu používají, dostaly pod značnou vlnu kritiky a v některých zemích je dnes tato technika zakázaná. Existují však hry, které obsahují loot boxy a hráči jsou s nimi spokojeni. Bez ohledu na jejich etickou či morální stránku, je zjevné, že některé loot boxy jsou více či méně efektivní než ostatní v tom, udržet hráče, aby dobrovolně kupoval a otevíral další. Každá hra, která využívá mechaniku loot boxů, nabízí jiné odměny za jejich otevírání. Napříč různými hrami je však možné pozorovat, že způsob jejich otevírání sdílí velice podobné audiovizuální prvky, kterými působí na mysl hráčů. Tato práce se na tyto prvky zaměří a na základě odborné literatury je bude analyzovat a hodnotit. Cílem této práce bude určit jaké jsou audiovizuální prvky v mechanice loot boxů použity a analyzovat je. Práce bude užitečná jak pro ty, kteří chtějí loot boxy ve své hře použít (např. herní vývojáře a publishery), tak i jejich odpůrce (např. herní kritiky a politiky).																
Předpokládaná struktura práce: Úvod I. Lidské chápání a vnímání – Rozbor specifických audiovizuálních vjemů a jak je člověk chápe, analyzuje a vnímá. II. Loot boxy – Analýza historie a fungování loot boxů v herním průmyslu. III. Metodologie – Popis způsobu vedení vlastního výzkumu. IV. Vlastní výzkum – Kvalitativní analýza audiovizuálních prvků her obsahující loot boxy. V. Výsledek šetření – Analýza jednotlivých her a prvků, které jejich forma použití loot boxů využívá. VI. Diskuse Závěr																
Vymezení zpracovávaného materiálu: - Odborná literatura popisující vliv určitých vjemů na lidské podvědomí. - Herní tituly (AAA i F2P) obsahující loot boxy v jakékoliv formě.																
Postup (technika) při zpracování materiálu: Rešerše odborné literatury na téma videoher, audiovizuálních prožitkové psychologie.																

Kvalitativní sémiotická analýza audiovizuální reprezentace loot boxů a efektů spojených s jejich otevíráním.

Základní literatura:

Schüll, Natasha Dow, 2012 – *Addiction by design: machine gambling in Las Vegas* / Natasha Dow Schüll. p. cm. ISBN 978-0-691-12755-2

Knížka je výsledkem výzkumu v kasínech v Las Vegas, který trval patnáct let. Autorka ukazuje, jaké techniky a mechaniky využívají kasína k tomu, aby nalákaly hráče do stavu, který popisuje jako „machine zone“. V tomto stavu se má hráč odpojit od reality, díky čemuž zůstane hrát a utracet co nejdéle. Autorka popisuje všechny okolnosti od architektury místnosti po kalkulace a algoritmy jednotlivých strojů.

Juul, Jesper, 2009 – *A casual revolution: reinventing video games and their players* / Jesper Juul. p. cm. ISBN 978-0-262-01337-6

Autor v této knize definuje relativně novou cílovou skupinu na herním trhu. Skupina nazvaná „Casual gamers“ vznikla díky pokroku herního trhu ve směrech přístupnosti, ceny a jednoduchosti ovládání. Hry jako například Guitar Hero nebo Bejeweld a konzole typu Nintendo Wii dokázaly, že nejen hardcore hráči chtějí hrát hry. Na mnoha příkladech ze současnosti i minulosti herního trhu ukazuje autor, čemu je důležité v tomto průmyslu porozumět, pokud má hra nalákat a udržet hráče.

Hartley, J. 2004 – *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. London: Routledge. ISBN 0-203-45754-4

Třetí vydání knihy z roku 1980, ve které autor popisuje historii médií a jejich způsob komunikace. Věnuje se též formě, kterou k nám jednotlivá média komunikují a jaký na nás má vědomý i podvědomý vliv.

Gere, Charlie, 2002. *Digital Culture*. Reaktion Books Ltd: London. ISBN 1861891431

V této knize autor mimo jiné pojednává o tom, jak dnešní doba jde stále větší rychlostí dopředu, což má za jeden z následků to, že současné generace se nestíhají přizpůsobovat. Autor v textu definuje kulturu dnešního digitálního světa, kterému efektivně vládou technologií giganti současnosti.

Salen, K., & Zimmerman, E. 2004 – *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press. ISBN 978-0262240451

Knihla definuje základní principy, struktury a termíny game designu. Autoři zde popisují jednotný model, který se dá použít k tvorbě či analýze jakékoliv hry od těch deskových po počítačové. Kniha samotná tak funguje hlavně jako příručka či průvodce teorie tvorby a designu her.

Mariya V. Cherkasova, Luke Clark, Jason J.S. Barton, Michael Schulzer, Mahsa Shafiee, Alan Kingstone, A. Jon Stoessl and Catharine A. Winstanley, 2018 – *Win-Concurrent Sensory Cues Can Promote Riskier Choice*, Journal of Neuroscience, ISBN 10362-10370

Studie zkoumá a vysvětluje, jak audiovizuální efekty hazardních her ovlivňuje lidské chování a náklonost k riskování. Autoři staví na původní studii s krysami, na kterých se testovala stejná hypotéza. Výsledkem je fakt, že tyto efekty mají vliv na soustředěnost a racionální rozhodování hráčů, a tím podbízí k většímu sklonu k riskování.

Diplomové práce k tématu:

Guðmundur Þorsteinsson & Rúnar Freyr Júlíusson, 2018 - *A Case Study on Loot Boxes in Two Video*

Games: A comparison between Overwatch and Star Wars Battlefront 2, Reykjavik University, School of Social Sciences

Raymond T. Humienny, 2019 - *Content Analysis of Video Game Loot Boxes in the Media*, Ohio University, School of Journalism

Datum / Podpis studenta/ky

14.9.2020

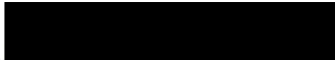
TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:


Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.


Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

14.9.20 
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Loot boxy ve hrách Overwatch (vlevo) a Star Wars: Battlefront 2 (vpravo) .	30
Obrázek 2 – Loot boxy ve hrách League of Legends (vlevo) a Counter Strike: Global Offensive (vpravo).....	30
Obrázek 3 Loot box ve hře Tom Clancy's Rainbow Six Siege	31
Obrázek 4 Loot box ve hře Fortnite.....	31
Obrázek 5 Loot box ve hře FIFA 20.....	32
Obrázek 6 Loot box ve hře Apex: Legends	32
Obrázek 7 Pozadí hry Fortnite.....	33
Obrázek 8 Pozadí hry Apex: Legends	34
Obrázek 9 Detail nůžek, které naznačují otevření loot boxu.....	36
Obrázek 10 Únik světla a jeho směr naznačený šipkami ve hře Overwatch.....	36
Obrázek 11 Pás možných výher ve hře Counter Strike: Global Offensive	38
Obrázek 12 Proces zobrazení předmětů ve hře Overwatch. Od levé strany: Výbuch → Předměty vyletí za doprovodu pruhů světla → Představení výher	40
Obrázek 13 Disky hologramů před zobrazením v barvách vzácnosti ve hře Star Wars: Battlefront 2.....	40
Obrázek 14 Zobrazení výher skrze hologramy ve hře Star Wars: Battlefront 2	41
Obrázek 15 Představení vyhraného hrdiny ve FIFA 20	41
Obrázek 16 Představení výhry ve hře Counter Strike: Global Offensive.....	42

Seznam tabulek

Tabulka 1 Obecné informace zkoumaných her	23
Tabulka 2 Příklad tabulky	27
Tabulka 3 Přehled podob forem loot boxů	29
Tabulka 4 Přehled pozadí v uživatelském rozhraní loot boxů	33
Tabulka 5 Přehled chování loot boxů před otevřením.....	35
Tabulka 6 Přehled chování loot boxů v build-up fázi	37
Tabulka 7 Přehled efektů momentu otevření loot boxů	39
Tabulka 8 Přehled barev určených k odlišení vzácností virtuálních předmětů	43
Tabulka 9 Přehled zvuků uživatelského rozhraní zkoumaných her	44

Tabulka 10 Přehled zvuků loot boxů před build-up fází	45
Tabulka 11 Přehled zvuků loot boxů v build-up fází	46
Tabulka 12 Přehled zvuků loot boxů v okamžiku otevření	47
Tabulka 13 Přehled zvuků rozlišujících vzácnost předmětů	49