

Dr. Kolláth Mihály Gábor (ORCID: 0009-0002-1723-9985)

ELTE ÁJK Polgári Jogi Tanszék

Témavezető: Dr. Menyhárd Attila egyetemi tanár

DOI: <https://doi.org/10.55052/themis.2025.1.6>

Gondolatok a videójáték ipar bevételszerzési stratégiáinak jogi megítéléséről

Történeti áttekintés, piacismertetés és problémafelvetés

(Reflections on the legal assessment of monetisation strategies in the video game industry)

Historical overview, market overview and problem statement)

Absztrakt

A videójáték ipar korunk egyik legdinamikusabban fejlődő iparága, melynek bevételei és felhasználószáma évről évre növekszik. Jelen dolgozat keretében célom, hogy bemutassam a videójáték ipar történetét, az iparág bevételszerzésének főbb stratégiáit, és ezen stratégiák egyik legelterjedtebb eszközét, az úgynevezett loot boxokat, melyek olyan, videójátékokban megvásárolható eszközök melyekből a játékosok véletlenszerű, játékban felhasználható tárgyakhoz juthatnak hozzá. Ezen szerencsedobozok, melyeket gyermekek milliói vásárolnak meg hétről hétre működési mechanikaik révén komoly hasonlóságot mutatnak a szerencsejátékokkal, szabályozásukra viszont mindezidáig nem került sor hazánkban.

Kulcsszavak: videójáték ipar, loot boxok, szerencsejáték, fogyasztóvédelem, impulzus függőségek

Abstract

The video games industry is one of the fastest growing industries of our time, with revenues and users growing year on year. In this thesis, I aim to present the history of the video game industry, the main strategies used by the industry to generate revenue, and one of the most common tools of these strategies, the so-called loot boxes, which are tools that can be purchased in video games to give players access to random in-game items.

These loot boxes, which are purchased by millions of children every week, have operating mechanisms that bear a strong resemblance to gambling, but have not yet been regulated in our country.

Keywords: video game industry, loot boxes, gambling, consumer protection, impulse addictions

1. Bevezetés

A videójáték ipar korunk egyik legdinamikusabban fejlődő iparága, ami 2025-ben 552 milliárd dolláros bevételt termelt. Ez az összeg egyes kutatások szerint 2029-ig várhatóan évi 7,25%-kal fog növekedni, elérve a 691,31 milliárd dollárt. 2029-re az előrejelzések szerint a világ lakosságának 37,5%-a lesz az ipar valamely szolgáltatásának felhasználója, az egy felhasználóra jutó átlagos bevétel pedig 844 dollárra lesz tehető.¹

Láthatjuk tehát, a videójáték ipar szerves részét képezi életünknek, népszerűsége, felhasználószáma és bevételei pedig folyamatosan növekednek. Az iparág fejlődésével, és az egyes játékok fejlesztési költségének növekedésével párhuzamosan az utóbbi évtizedekben számos olyan új finanszírozási technika jelent meg, melyek élesen eltérnek a klasszikus, „fizikális” világban megismert finanszírozási modellektől, egyúttal pedig olyan kérdéseket vetnek fel, melyre a jogalkotónak is választ kell találnia.

Jelen dolgozatban célom az, hogy bemutassam a videójáték ipar történetét, a videójátékok fejlesztésének főbb trendjeit, valamint az iparág főbb bevételszerzési stratégiáit. Egyúttal pedig felhívom a figyelmet az egyik legelterjedtebb bevételszerzési mód, az úgynevezett mikrotranzakciós rendszerek és azon belül a *loot boxok* esetleges negatív hatásaira, szabályozásai kihívásaira.

¹ <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide> (2025.04.12.)

2. A videójáték ipar története, gazdasági jellemzői és bevételszerzési stratégiái

2.1. A videójáték ipar rövid története

A videójáték ipar megszületését az 1940-es és 1950-es évekre tehetjük, amikor számos egyetem informatikával foglalkozó hallgatói közösségében felmerültek az első, szórakoztató számítógépes szoftverek ötletei. Az első videójátékot, a *Turochamp* sakkszimulációs algoritmust ALAN TURING, matematikus és társai álmodták meg 1948-ban. A *Turochamp* TURING kutatásának egyik eszköze volt, mellyel a gépi tanulás módszereit igyekezett elemezni és megismerni. Az algoritmus képes volt kiszámítani a lehetséges sakklépéseket, viszont emiatt túl komplex volt ahhoz, hogy a kor számítógépei futtatni tudják.² Turing algoritmusával azonos időben, 1948-ban THOMAS T. GOLDSMITH JR. és ESTLE RAY MANN szabadalmaztatták az úgynevezett „katód sugárcsőves szórakoztató eszközt” (Eredeti nevén: *Cathode Ray Tube Amusement Device*), ami a legkorábbi, kijelzővel rendelkező elektronikus játék volt. A játék során lövedékekkel támadta egymást két játékos, amelyek útját vektorok segítségével számította ki az eszköz.³ Az első számítógépes játékokkal párhuzamosan megjelent az első, tárolt programú számítógép, az EDSAC (Teljes nevén: *Electronic Delay Storage Automatic Calculator*) is, melyet a cambridge-i egyetem matematika laboratóriumában üzemeltet be 1949-ben. A tárolt programú számítógépek olyan eszközök, melyek az egyes programokhoz tartozó utasításokat egy memóriában tárolják, ezzel megkönnyítve a felhasználó tevékenységét, egyúttal pedig lehetőséget biztosítanak komplex feladatok elvégzésére.⁴

A videójáték iparág első nagy mérföldkövének WILLIAM A. HIGINBOTHAM „*Tennis for Two*” elnevezésű, 1958-as játékát tekintjük, melyben oldalról ábrázolt tenispályán lehetett a labdát egymásnak passzolni.⁵ Az ezt követő években sorra jelentek meg újabb és újabb videójátékok, így például a *Spacewar!* 1962 -ben, mely az első modern grafikus játék volt.⁶

A videójátékok fejlesztésének kezdeti évei és szárnypróbálgatásai után egyre több új, műfajokat teremtő videójáték jelent meg. 1969-ben indult útjára a *Sumer* elnevezésű, szöveges alapú játék, amit az első stratégiai

² Łupkowski 2019

³ Wolf 2012:14

⁴ <https://www.britannica.com/technology/EDSAC> (2025.05.02.) és Fan 2020:23

⁵ Belli - Raventós 2008:162-163

⁶ Rab 2018:156-158

játékként tartunk számon. A játék során egy királyságot szimulálva kellett a lakosságot élelmezni, adókat kivetni és meghozni a birodalom életénének legfontosabb döntéseit. Szintén 1969-ben jelent meg a *Lunar Lander* elnevezésű szimulátor játék, mellyel a holdra szállás folyamatát tudták átélteni a játékosok. Az első sportszimulátor játék pedig DON DAGLOW baseball játéka volt.⁷

Az 1970-es években megjelentek az első, a korszak táblajátékként játszott szerepjátékaira épülő RPG (*Role Playing Games*) játékok, így a szintén DON DAGLOW által készített *Dungeon* elnevezésű grafikus szerepjáték, valamint az 1978-ban debütált MUD (*Multi User Dungeon*), melyben egy fantasy világban kalandozva, szöveges parancsok segítségével lehetett fejlődni, találkozni más játékosokkal. 1972-ben megjelent a korszak első nagy sikereket elérő arcade videójátéka a *Pong*.⁸ Az 1970-es években jelent meg a mai napig meghatározó FPS (*First Person Shooter*) műfaj. Ennek első képviselője a *Maze War* elnevezésű, háromdimenziós környezetben játszódó játék volt, melyben egy hálózaton keresztül harcolhattak más játékosokkal.⁹

Az 1970-es években a hardveres technológia is komoly fejlődésen ment keresztül, megjelentek az első arcade játékok, így például az 1971-es *Computer Space* és a korábban már említett, Atari által gyártott 1972-es *Pong*. A formátum első nagy sikere az 1978-ban megjelent *Space Invaders* volt, az egyik legismertebb játéka pedig az 1980-ban debütált *Pac-Man*. Az arcade játékok sikerén felbuzdulva mind több gyártó megalkotta otthoni játékgépeit és konzoljait. Így 1975-ben az Atari elkészítette a *Pong* otthoni változatát, 1977-ben pedig kiadta *Atari 2600* (más néven Video Computer System) névre hallgató otthoni konzolját. A konzol különlegessége a cserélhető játékkazettái voltak, melyekkel szabadon válogathattak a játékok között. Az Atari riválisaként a Nintendo 1983-ban jelentette meg a *Nintendo Entertainment System* (röviden NES) otthoni konzolját.¹⁰

A korszak jellegzetes piaci modellje volt, hogy a videójátékok hardver gyártói voltak a szoftverek gyártói is, az elsődleges bevétel pedig sokszor a konzolok árusításából származott. Így újdonság volt 1979-ben az *Activision* létrejötte¹¹, ami az első olyan videójátékfejlesztő cég volt, mely saját maga nem gyártott konzolokat és arcade gépeket.

⁷ Uo.

⁸ Wolf 2012:18

⁹ Rab 2018:156-158

¹⁰ Belli - Raventós 2008:162-163 és Atari 2600 10-in-1 (National Videogame Museum), <https://thenvm.org/objects/atari-2600-10-in-1/> (2025.05.02.)

¹¹ Ray 2025

A kezdeti sikerek és gyors fejlődési pálya után 1983-ban bekövetkezett a videójáték ipar egyik első nagy összeomlása, ami elsősorban a konzolok piacát érintette.¹² Az összeomlás utáni évek egyik nagy győztese a Nintendo lett, amely 1985-ben Amerikában is piacra dobta a NES játékkonzolját, az 1980-as évek végén pedig olyan világhírű franchise-okat indított útjára, mint a *Super Mario Bros*, vagy a *The Legend of Zelda*. Ezek a játéksorozatok mind a mai napig nagy népszerűségnek örvendenek. A NES az újonnan létrejövő videójáték fejlesztő cégek számára is népszerű platform volt, a Square kiadó elindította *Final Fantasy* sorozatát, de ekkor indult útjára a *Mega Man* sorozat is. Az évtized végén, 1989-ben a Nintendo kiadta első hordozható kézi konzolját, a *Game Boyt*, ugyanebben az évben a Sega piacra dobta *Genesis* elnevezésű konzolját. A Nintendo és Sega konzoljainak párharca a szakértők a videójáték ipar első konzolháborújaként tartják számon, melyből végül a mind technológiailag, mind a marketing tekintetében sikeresebb Nintendo került ki győztesen.¹³

Az 1990-es éveket a további technológiai fejlődés és a videójátékok széles körű elterjedése jellemezte: a hardverek piacán megjelent a Sony Playstation konzolja és a Nintendo is kiadta új 64-bites játékkonzolját, a Nintendo 64-et. A hardverek fejlődésével a videójátékok grafikája is folyamatos fejlődésen ment át, általánosan elterjedté váltak a háromdimenziós játékok. A 2000-ben megjelenő *Playstation 2* játékkonzol már DVD támogatással rendelkezett, 2001-ben pedig a Microsoft is belépett a konzol piacra *Xbox* elnevezésű játékkonzoljával. Ekkor kezdődött a két gyártó, a Sony és Microsoft rivalizálása, az új konzolháború, ami a következő konzolgenerációk (a *Playstation 3* és az *Xbox 360*, a *Playstation 4* és az *Xbox One*, valamint a *Playstation 5* és az *Xbox Series X*) életét is végig kísérte mind a mai napig. Mára a játékkonzolok piacát két nagy és több kisebb szereplő uralja. A Microsoft elsősorban előfizetési modelljeire építve igyekszik meggyőzni a játékosokat saját konzolja, az *Xbox* mellett, valamint az utóbbi években következetes felvásárlásba kezdett a videójáték-fejlesztő cégek körében. A Sony üzleti modellje elsősorban az úgynevezett exkluzív, csak *Playstation*re megjelenő játékokra épít, melyek önmagukban olyan értéket képviselnek, amiért egy-egy vásárló a konzol mellett dönt. Ilyen játék a *God of War* széria, a *Ghost of Tsushima* vagy például a *Final Fantasy VII Remake*. A konzolpiacon mind a mai napig jelen van a Nintendo, jelenleg hordozható konzoljával a *Switch*-cel, melyhez – a Sonyhoz hasonlóan – számos kizárólagos játék csábítja a játékosokat. Az utóbbi években néhány kisebb gyártó is kiadta saját kézi konzolját, így

¹² Oxford 2012 és E.T. and the U.S Market Crash (National Videogame Museum), <https://thenvm.org/objects/e-t-and-the-u-s-market-crash/> (2025.05.02.)

¹³ Rab 2018:156-158 és Romero 2019

például a *Valve* elnevezésű videójáték-fejlesztő és kiadó cég a *Steam Deck*-et, valamint az *Asus* hardware fejlesztő a *ROG Ally* konzolt. Ezek elsősorban PC-s környezetben futtatnak, asztali számítógépre optimalizált játékokat.¹⁴

A hardver fejlesztés mellett az utóbbi években a játékszoftverek fejlesztésének menete és módszertana is komolyan átalakult. Ma már nem ritkák a több százmillió dolláros költségvetésű videójátékok sem, melyben valós színészek adják arcukat és hangjukat az egyes karaktereknek. 2014-től kezdődően a videójátékos szakma saját díjjal is jutalmazza a legkiemelkedőbb játékokat, ez a *The Game Awards*.¹⁵

2.2. A videójáték ipar gazdasági jellemzői

A játékszoftverek piaca magába foglalja a mobiltelefonokra kiadott játékok piacát, a személyi számítógépekre (PC) kiadott játékok piacát, valamint a konzolokra és egyéb hordozható játékeszközökre kiadott játékok piacát. Bár alapvetően mindegyik kör esetében hasonló szoftverekről beszélünk, az egyes termékek jellemzői, árai, árazási stratégiái platformonként komoly eltérést mutathatnak.

A számítógépes játékok piaca az elmúlt közel ötven évben komoly átalakuláson és növekedésen ment át. A kezdetben szinte csak játéktermi gépek értékesítésével működő piac első nagy átalakulása az 1970-es évekre tehető, amikor az addigi játéktermi élményt a fejlesztők szerették volna eljuttatni a felhasználók otthonaiba. Ennek az innovációnak az első előfutára a *Magnavox* játékkonzolja volt, amit utóbb a korábban már említett *Atari 2600* konzol követett. E gépek megjelenésével kezdtek elterjedni a cserélhető játékok (kazetták), s ezáltal kezdett mind aktívabb verseny kialakulni a játékok fejlesztői között. A kezdeti időszakban a játékok fejlesztését a nagy konzolgyártók támogatták abból a célból, hogy saját hardvereiket népszerűsítsék, és – a kizárólagosságnak hála – saját platformjaikra tereljék a felhasználókat. Ez az általános stratégia viszont az évek során változni kezdett. A személyi számítógép megjelenésével a változás egyre gyorsult, idővel a szoftverek fejlesztése és árusítása épp olyan profitáló piaccá vált, mint a hardverek fejlesztése. Ma már számos önálló, hardveres üzletággal nem rendelkező videójáték-fejlesztő és kiadó cég működik.

¹⁴ Romero 2019

¹⁵ <https://thegameawards.com> (2025.05.02.)

A globális digitális játékpiacon jelenleg több mint 552 milliárd dollár értékűre becsülik. Ez az összeg az elemzők számításai szerint 2029-re 691 milliárd dollárra emelkedni.¹⁶ Bár az utóbbi évtizedekben a videójáték piac folyamatos növekedését figyelhettük meg, a 2019-ben kezdődött COVID-járvány nyomán az utóbbi öt év kiemelkedően sikeres volt a fejlesztők számára. Hiszen a karanténhelyzet hatására mind többen maradtak otthonaikban, s mind többen választották a számítógépes játékokat, mint szórakozási lehetőséget. A folyamatos növekedés nem csak a piac egészét, hanem az egyes régiókat is jellemzi, hazánkban 2019-ben 34 milliárd forintot költöttek a vásárlók számítógépes játékokra.¹⁷

A videójátékok (és általában a szoftverek fejlesztését) és értékesítését a magas fejlesztési költségek jellemzik. Egy modern videójáték elkészítése akár több száz millió dolláros összeg is lehet, mely költség a fejlesztők díjazásán felül számos más elemmel is kiegészül. A fejlesztési folyamat során nem ritka, hogy neves filmszínészek adják arcukat és hangjukat az egyes karaktereknek, így tett például KEANU REEVES amerikai színész a *Cyberpunk 2077* elnevezésű játék esetében. A színészek díjazása, valamint a *motion capture* technológia tovább növeli a fejlesztési költségeket. A kész videójáték szoftver sikerének elengedhetetlen része a marketing, ami szintén jelentős költséget jelent. Ezek az egyre növekvő fejlesztési költségek a már kész szoftverek után is jelentkezhetnek, hiszen a videójátékos közösség folyamatosan igényli a frissítéseket és az esetleges hibák kijavítását. SHAWN LAYDEN, a Sony Interactive Entertainment egykori vezetője 2021-ben azt nyilatkozta, hogy a fenti okok miatt egy *Playstation 5* konzolra megjelenő játék elkészítése akár 200 millió dollárba is kerülhet.¹⁸ Egy 2017-es adat szerint egy videójáték fejlesztő bérezése átlagosan havonta 10 000 dollár ráfordítást jelent a fejlesztő cég számára.¹⁹ Egy közepes méretű fejlesztői csapat 40-50 fővel, egy nagyobb kiadói stúdió pedig akár 400-500 fővel is dolgozhat egy készülő játékon. Így könnyű megérteni, az elhúzódó fejlesztési idő miatt a játékok fejlesztési költsége mind tovább növekszik majd. Erre a költségnövekedésre remek példa a CD Projekt elnevezésű lengyel játékfejlesztő cég esete, akik ADAM KICIŃSKI, CEO nyilatkozata szerint²⁰ egyik játékuk, a *Cyberpunk 2077* fejlesztésére 1,2 milliárd zlotyit, azaz akkori árfolyamon 316 millió dollárt fordítottak.

¹⁶ Games - Worldwide In.: Statista, <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide> (2025.05.01.)

¹⁷ Games Market Reports and Forecasts, <https://newzoo.com/games-market-reports-forecasts> (2025.05.01.)

¹⁸ Schreier 2021

¹⁹ Schreier 2017

²⁰ Adam Kiciński nyilatkozatának leírata a CD Projekt oldalán, <https://www.cdprojekt.com/en/wp-content/uploads-en/2021/04/transcript-2020-results.pdf#page=2> (2025.05.02.)

A folyamatos fejlesztési költségnövekedés okán az utóbbi években a videójátékok ára fokozatosan növekedett, a kezdeti 40 dolláros átlagár először 50 dollárra, mára pedig már 70 dollárra emelkedett. Az árak növelésével párhuzamosan mind újabb és újabb bevételszerzési modelleket dolgoztak ki a kiadó cégek. A következőkben ezeket a modelleket és stratégiákat ismertetem, különös tekintettel dolgozatom fő témájára, a mikrotranzakciós rendszerre.

2.3. Értékesítési modellek

2.3.1. A klasszikus árazási modell és előfizetési modell

A videójáték ipar klasszikus piaci modellje szerint a számítógépes játék egy termék, amit a játékos megvásárol annak érdekében, hogy szórakozzon, kikapcsolódjon. A klasszikus modell alapján a játékos egyszer, a játék megvásárlásakor fizet a játék forgalmazójának, utóbb csak esetleges kiegészítők (DLC-k) megvásárlásáért kell fizetnie. A klasszikus árazási modell keretében a játékkiadók jelenleg átlagosan 70 dolláros áron értékesítik lemezes vagy digitális játékaikat, viszont számos stúdió bejelentette már a 80 dollárra történő áremelés tervét.²¹ Ez az ár az úgynevezett AAA kategóriás, teljes játékok ára, ami általánosságban elfogadott a kiadók között. Ettől csak olyan esetekben térnek el, ha valamely okból a játék nem nevezhető teljes értékűnek (akár játékideje miatt, akár minőségét tekintve).²² A 70 dolláros átlagos ár felett jelennek meg az úgynevezett delux kiadások és a gyűjtői kiadások. Előbbi jellegzetessége, hogy plusz árértékelőn valamilyen további játékbéli tartalommal gazdagodhat a vásárló (például egyedi kinézet, egyedi fegyver stb.), utóbbihoz pedig gyakran értékes tárgyi eszközök (térképek, szobrok, dísz tárgyak) is járnak. A gyűjtői kiadások esetében a kiadók gyakran döntenek a limitált kiadás mellett is, így pedig nem ritka a több száz dolláros ár sem. Mára a teljes árú játékok esetében is általánossá vált, hogy a játék megvásárlásán felül a kiadók lehetőséget biztosítanak bizonyos játékbéli kozmetikai eszközök, plusz játékmódok megvásárlására játékon belüli tranzakciók (úgynevezett mikrotranzakciók) segítségével.

A sok éven át uralkodó klasszikus árazási modellen elsőként az előfizetési alapú, MMORPG-k, így különösen a World of Warcraft ütöttek

²¹ Birkás 2020 és Morris 2025

²² Alva 2023

rést. Az új modell szerint a játék már nem termék, hanem szolgáltatás, melyre a játékos előfizet, rendszeres juttatásért cserébe használhatja azt. A szolgáltatás szemléletű videójáték piaci modellekben az elmúlt évek során számos értékesítési típus alakult ki, ezek mindegyike a játékos folyamatos, akár hosszú éveken át tartó, kis részletekben történő fizetésére épít. Ez az árazási modell ritka a videójátékos piacon, leginkább nagyobb online multiplayer játékok esetében találkozhatunk vele. A legnagyobb jelenlegi képviselője az Activision Blizzard által kiadott *World Of Warcraft (WOW)*, mely a világ legnagyobb MMORPG játéka. A WOW szerverein több százezer játékos éli digitális életét hónapról-hónapra fizetve a játék használatának havidíját. A WOW-nak átlagosan 20-30 millió aktív játékosa volt az utóbbi években. A játék bevételei 2016-ban meghaladták a 9 milliárd dollárt.²³ A játék jelenlegi előfizetői díja havonta 15 dollár.²⁴ Az előfizetési modell előnye, hogy egy játékos minél többet játszik egy havidíjas játékkal annál kevésbé szánja rá magát arra, hogy abbahagyja, hisz a felhasználó nem szívesen hagy ott egy olyan világot, melyre már több száz dollárt költött. A játékos felhasználói profilja, az abban lévő digitális javak idővel értékkel válnak, a játékos pedig mind inkább kötődni kezd virtuális karakteréhez. Ehhez az értéknöveléshez hozzájárulhatnak azok a játékbéli tárgyak, melyek csak limitált ideig szerezhetőek be. Így a régi felhasználói profilok, – melyek tartalmazzák ezeket a tárgyakat –, mind többet és többet érnek a felhasználók szemében. Ez a profilhoz kapcsolódó viszony hosszú távon függősséggé válhat, ahogy arra a *Word of Warcraft* esetében számos kutatás is felhívja a figyelmet.²⁵

2.3.2. A Free to Play és Pay to Win modell

A *Free to Play* rendszer lényege, hogy a játékszoftver ingyenesen beszerezhető, viszont a játék egyes elemeiért, a játékbéli valutáért vagy bizonyos szolgáltatásokért fizetni kell. Ezt a finanszírozási modellt leggyakrabban az online multiplayer (többjátékos) játékok alkalmazzák, melynek segítségével hatalmas játékosbort tudnak viszonylag gyorsan kiépíteni. Ezekben a játékokban gyakran nincs bonyolult fejlődési rendszer, egy-egy játékalkalom esetén minden játékos azonos esélyekkel indul, viszont amennyiben a „szokásostól” eltérő karakterkinézetet, azaz egyedi digitális identitást szeretne kialakítani a felhasználó, azért játékbéli

²³ Leack 2017

²⁴ A World of Warcraft hivatalos honlapja, <https://us.shop.battle.net/en-us/product/world-of-warcraft-subscription> (2025.05.02.)

²⁵ Asskoumi 2022

kozmetikai eszközöket, skineket kell vásárolnia.²⁶ Ezeket az alacsony értékű játékbéli tranzakciókat nevezzük mikrotranzakcióknak. A játékbéli kozmetikák megvásárlása mára hatalmas üzletté nőtte ki magát, az Electronic Arts 2016- ban 680 millió dolláros bevételt tudhatott magáénak pusztán játékon belüli eladásokból.²⁷ A modell támogatói legtöbbször azt emelik ki a mikrotranzakciók melletti érvként, hogy e rendszernek hála a játékosok lényegében ingyen szerezhetik meg a kedvenc játékukat, s csak akkor kell pénzt költeniük, ha valamilyen kiegészítőt vagy játékbéli kinézetet kívánnak megvásárolni. Ezek a kiegészítők az esetek nagyrésztében semmilyen játékbéli előnnyel nem járnak, nem torzítják a játékosok esélyeit. A rendszer kritikusai kiemelik, hogy az egyéni kozmetikázási rendszer függőséget okozhat, a kisebb tételekben történő pénzköltés következtében a játékosok gyakran a klasszikus ár többszörösét költik el videójátékaikra, úgy, hogy nem kapnak érdemi játéktartalmat. A *free to play* játékokat gyakran további mikrotranzakciós megoldásokkal egészítik ki, így például a *loot box* rendszerrel és a *season pass/battle pass* rendszerrel.²⁸ Előbbi lényege, hogy a játékosok valódi pénzért vagy valódi pénzen vásárolható játékbéli valutákért szerencsedobozt vehetnek, melyben különböző ritkaságú játékbéli kozmetikai eszközök és kiegészítők találhatóak. A *loot boxokból* megszerezett tartalom teljes egészében a véletlennek múlik, a játékosnak nincs ráhatása arra, mit kap.²⁹ A *loot boxok* az utóbbi években számos játékban megjelentek, így például a *FIFA játékokban* játékosokat, az *Overwatch* elnevezésű játékban, valamint az *Apex Legends* elnevezésű *battle royale* játékban kozmetikai elemeket, a *Genshin Impact* elnevezésű játékban pedig fegyvereket és karaktereket szerezhettek be a játékosok ezekből a szerencsedobozokból. A mikrotranzakciók mellett gyakori, hogy a *free to play* játékok különböző marketing megállapodások és hirdetések segítségével is bevételhez juthatnak.

A *Free to Play* üzleti modell egyik különleges módszere az úgynevezett *Pay to Win* rendszer, melyben a játékfejlesztők úgy alakítják ki az adott játék működési struktúráját, hogy abban csak korlátozottan, nagy erőfeszítések árán lehessen előre lépni. E játékokban, amennyiben a felhasználó érdemi előrehaladást szeretne elérni, olyan előnyökért kell fizetnie, melyek segítik a játékbéli fejlődését, felgyorsítják előrehaladását.

²⁶ Golovics 2019

²⁷ Az Electronic Arts vállalat 2020. évi harmadik negyedévi pénzügyi jelentése, https://s22.q4cdn.com/894350492/files/doc_financials/2020/q3/Q3-FY20-Prepared-Remarks-Final.pdf (2025.05.01.) és Henry 2020

²⁸ Colargossi 2024

²⁹ Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf) (2025.05.02.)

A modellre az egyik legjobb példa az Activision Blizzard által tulajdonolt *Candy Crush* elnevezésű mobiltelefonos játék, melyben több mint 8900, logikai fejtörőkre épülő pályán mérettetheti meg magát a játékos. A 2012-ben megjelent *free to play* játéknak jelenleg több mint 233 millió felhasználója, és több mint 3 milliáros letöltésszáma van, bevételei csak 2021-ben elérték az 1,2 milliárd dollárt. A játék bevételei a különböző reklámbevételek mellett nagyban építenek a játékosok játékon belüli fizetéseire, melyek során a felhasználók különböző előrehaladást támogató eszközöket vásárolnak.³⁰ A *Pay to Win* modellben is gyakoriak a loot box-ok mint játékmechanikai elemek, a belőlük megszerezhető karakterek, fegyverek és játékbéli képességek nagyban hozzájárulhatnak a játékos előrehaladásához.

2.3.3. Season Pass és Battle Pass

A *season* rendszer lényege, hogy bizonyos időközönként a játék fejlesztői szezonokat hirdetnek, melyek egy-egy téma köré szerveződnek. A szezonok kezdetén a játékosnak lehetősége van megvásárolni az úgynevezett *season pass*-t, melynek révén számos játékbéli kiegészítőt és kozmetikai elemet szerezhetnek meg. Egy szezon ideje korlátozott, és az egyes szezonok alatti megszerezhető kiegészítőket utóbb a játékosok nem vásárolhatják meg, így a játék fejlesztői arra ösztönzik felhasználóikat, hogy szezonról szezonra vásárolják meg az aktuális *season pass*-t, szerezzék meg azok kiegészítőit, mert utóbb erre már nem lesz lehetőségük. E modell következtében egy átlagos játékos rövid időn belül elköltheti a klasszikus modellekben megszokott 60-70 dolláros összeget, ezen túl pedig a következő szezonok során tovább növelheti játékbéli költségeit. A folyamatos játékon belüli vásárlásoknak köszönhetően pedig a játékosok mind gyakrabban visszatérnek majd abba a játékba, melybe már nagyobb összeget fektettek, újra játszanak majd annak érdekében, hogy megszerezzék az aktuális szezon kiegészítőit. A *season pass* rendszerétől elválasztandó az úgynevezett *battle pass* rendszer. Ebben az aktuális időszakra megszerezhető játékbéli tárgyakat nem rendelik hozzá automatikusan a játékos játékbéli fiókjához, hanem ezeket különböző teljesítmények elérésével és feladatok teljesítésével kell megszereznie, azaz a pass megvásárlása csak a jutalmak elnyerésének lehetőségét nyitja meg a felhasználó számára.³¹

³⁰ Sandle 2023 és Deep - dive: How does candy crush make money? <https://www.juegostudio.com/blog/how-does-candy-crush-make-money> (2025.05.02.)

³¹ Boone 2025

2.3.4. Game Pass modell

Ahogy láthattuk, a digitális játékok fejlesztésének és terjesztésének kezdeti szakaszában komoly szerepet vállaltak a konzolgyártó cégek, melyek az egyes játékokat – azok konzoljaikra szóló kizárólagosságuk révén – saját platformjaik népszerűsítésére használták. Az utóbbi években az egyik vezető játékkonzol fejlesztő cég, a Microsoft új értékesítési stratégiát vezetett be a piacon, melynek neve *Game Pass*.³² A *Game Pass* egyfajta előfizetői rendszer, melynek keretében a játékos nagyjából havi 3000 forintért cserébe szabadon használhatja az előfizetésben lévő több ezer játékot, mindennemű megkötés nélkül. Ennek az előfizetői modellnek a célja, hogy a felhasználóknak olyan szolgáltatást nyújtsanak, mely az egyre dráguló videójátékpiacon a Microsoft által fejlesztett *Xbox* irányába tereli a játékosokat. Ennek megfelelően a játékkonzolok árát a Microsoft folyamatosan próbálja alacsonyan tartani, hosszútávú stratégiaként pedig elsősorban a *Game Pass* keretében megszerzett előfizetői díjakból történő önfenntartásra épít.³³ A modell sikerére utalhat, hogy néhány éve a Microsoft riválisának számító Sony is bevezette saját *Game Pass*hoz hasonló modelljét, a *Playstation Plus*.³⁴

3. A mikrotranzakciós rendszerek működése és jogi megítélése

A mikrotranzakciók olyan, játékon belüli vásárlásokat jelentenek, amikor a játékos pénzért vagy valódi pénzen megvásárolható valutákért juthat hozzá bizonyos játékbéli tartalmakhoz, kiegészítő elemekhez. A videójáték ipar első, mai fogalmaink szerinti játékon belüli mikrotranzakciója a *Double Dragon 3* elnevezésű árkád játékban jelent meg. Ebben a játékosnak lehetősége volt minden szakasz során ellátogatni egy boltba, ahol új típusú támadásokat vagy karaktereket vásárolhatott.³⁵ A játékon belüli vásárlások mára az iparág egyik fő bevételszerzési modelljének számítanak. 2019-ben a Steam nevű videójáték kereskedelmi platformon található legnépszerűbb játékok 85,89%-a tartalmazott valamilyen mikrotranzakciós rendszerben vásárolható, kinézetet befolyásoló játékbéli eszközt.³⁶ A mikrotranzakciók

³² Az Xbox Game Pass program hivatalos oldala, <https://www.xbox.com/hu-HU/xbox-game-pass> (2025.05.01.)

³³ Warren 2022

³⁴ A Playstation Plus hivatalos oldala, <https://www.playstation.com/hu-hu/ps-plus/> (2025.05.02.)

³⁵ Derboo 2016 és Pour 2024:348 és King – Delfabbro 2018:1967

³⁶ Zendle - Meye - Ballou 2020:1

átlagos értéke nem éri el a 10 dolláros összeget, ezért a felhasználók részéről sokkal nagyobb a vásárlási hajlandóság, egyúttal pedig a sok, kis részletben történő vásárlás képes elrejteni a játék hosszútávú költségeit, a valódi, a játékra fordított összeg mértékét a játékos elől.³⁷

A játékon belül megvásárolható tárgyak egyik gyakori típusa az úgynevezett *loot box*, ami olyan virtuális tárgy, melyből a játékos véletlenszerű, játékban használható eszközre tehet szert.³⁸ Az eszközök egy része a játékbéli karakterek vagy tárgyak kinézetét képesek megváltoztatni, mások, így például bizonyos fegyverek vagy játékbéli képességek viszont sokkal komolyabb hatással lehetne a játékmenetre, sok esetben növelhetik a játékos sikerességét, nyerési esélyeit.³⁹ Az, hogy mire tesz szert a játékos, teljesen a véletlen műve, többnyire egy előre meghatározott tárgykészlet bizonyos számú tárgyát szerzi meg egy-egy doboz kinyitása során.⁴⁰

A *loot boxok* alapját az úgynevezett gyűjthető kártyajátékok jelentették. Ezek során a játékosok nem egy előre összeállított kártyacsomagot, hanem a teljes készlet néhány, véletlenszerűen összeállított darabját vásárolhatták meg egy csomagban, az ideális kártyapakli összeállításához pedig további csomagok vagy konkrét egyedi lapok megvásárlására, esetleg a játékosok közötti cserére volt szükség. E modell első képviselője a *Magic: The Gathering* nevű, 1993-ban elindult asztali kártyajáték volt, mely mind a mai napig töretlen népszerűségnek örvend.⁴¹ A *loot boxok* mára az iparág egyik legfontosabb bevételszerzési eszközeivé váltak. A *Steam* nevű játéklatformon 2019-ben a megvásárolható, legnépszerűbb játékok 71,2%-a tartalmazott *loot boxokat*.⁴² E bevételszerzési modell komoly előnye, hogy a játék kiadója hosszú éveken keresztül képes lehet folyamatosan szert tenni bevételre, egyúttal pedig – mivel ezen tartalmak csak utóbb kerülnek bele a játékba – hatékony ellenszerei az illegális internetes letöltéseknek.

A különböző játékbéli kozmetikai elemekre komoly együttműködések épülnek, nem ritka, hogy egyes filmes franchise-ok, vagy más területen működő vállalatok kapcsolódnak be ezek révén bizonyos játékokba, és

³⁷ King – Delfabbro 2018:1967 és Average spend per in-app mobile game transaction worldwide in 2020 and 2021, by genre, <https://www.statista.com/statistics/1215270/iap-gaming-app-transactions-value-genre/> (2025.05.02)

³⁸ Xiao 2023a:1-2

³⁹ Xiao 2021

⁴⁰ Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf) (2025.05.02.)

⁴¹ Arnold 2022

⁴² Zendle - Meye - Ballou 2020:1

népszerűsítik magukat a játék felhasználói között. Ilyen együttműködés például a *Fortnite* nevű játék és a Marvel filmes univerzum közös projektje, melynek keretében a játékbéli karaktereket a Marvel filmek ismert szereplőivé tudták alakítani a játékosok.⁴³

A *loot boxok* a videójáték ipar legtöbb kritikával illetett pénzszerzési eszközei, melyek egyes kutatók szerint komoly hasonlóságot mutatnak a szerencsejátékok működési mechanizmusaival. Képesek lehetnek impulzusfüggőségeket kialakítani, ezáltal pedig káros hatással lehetnek a játékokat leggyakrabban „fogyasztó” gyermekekre. A *loot boxok* – a szerencsejátékokhoz hasonlóan – elfedik a tevékenység hosszú távú költségeit, mert sok játékos nem tudja, mennyit is költött játékbéli kiegészítők beszerzésére, szerencsedobozok megvásárlására.⁴⁴

Ahhoz, hogy megértsük a loot boxok és a szerencsejáték közötti kapcsolatot, fontos megértenünk, mitől válik egy játék szerencsejátékká: meg kell határoznunk a szerencsejáték főbb jellemzőit, majd ezeket jellemzőket össze kell vetnünk a loot boxok működési módozataival.

3.1. A szerencsejáték fogalmának összevetése a loot boxok működésével

A szerencsejáték fogalmának meghatározásához segítségül hívhatjuk a jogtudomány fogalomrendszerét, valamint a szerencsejáték törvényi fogalmát. MARK D. GRIFFITHS⁴⁵ tanulmányában öt olyan szempontot emel ki, melyek álláspontja szerint a szerencsejáték fontos fogalmi elemei. Ezek alapján a szerencsejáték jellemzője, hogy

- (1) pénz, vagy egyéb értékkel bíró dolog cseréje történik;
- (2) a csere tárgyat valamilyen jövőbeli, bizonytalan, ismeretlen esemény alakítja;
- (3) a játék kimenetele részben, vagy egészben a véletlen műve;
- (4) a játék során a nyertesek kizárólag a vesztesek kárára gazdagodnak;
- (5) a játékból történő kimaradás esetén viszont elkerülhető a veszteség.

GRIFFITHS szempontrendszerét AARON DRUMMOND és JAMES D. SAUER később kiegészítette egy hatodik fontos szemponttal, azzal, hogy a játék során elért nyeremény pénzre váltható-e. DRUMMOND és SAUER 2018-es kutatásában 22 népszerű játék *loot box* mechanizmusát vizsgálva arra jutott, hogy a

⁴³ Brandt 2025

⁴⁴ King – Delfabbro 2018:1967

⁴⁵ Griffiths 2018:53

játékok 45,45%-a megfelelt a GRIFFITHS által lefektetett ötös feltételnek, négy játék esetében pedig lehetőség volt arra, hogy a *loot boxokból* származó nyereményt a játékos közvetlenül pénzre váltsa.⁴⁶

A magyar szerencsejáték törvény szerint „*szerencsejáték minden olyan játék, amelyben a játékos pénz fizetése vagy vagyoni érték nyújtása fejében, meghatározott feltételek fennállása vagy bekövetkezése esetén pénznyereményre, vagy más vagyoni értékű nyereményre válik jogosulttá. A nyerés vagy a vesztes kizárólag, vagy túlnyomórészt a véletlentől függ*”.⁴⁷ E fogalomnak a videójátékok *loot boxai* nem felelnek meg teljesen, mert bár e játékmechanika jellemzője, hogy pénzért (vagy valódi pénzért vásárolható játékbéli valutáért) cserébe randomizált tárgyakra lehet szert tenni, a „vesztés”, mint olyan, azonban nem történhet meg, hiszen a szerencsedobozokban mindig van valami, nincs olyan, hogy a játékos üres kézzel távozik. Erre az elemre hívják fel a figyelmet a videójátékok korhatár-besorolásával foglalkozó nemzetközi szervezetek, így például a PEGI (*Pan European Game Information*, azaz Egységes Európai Játékinformációs Rendszer) valamint az ESRB (*Entertainment Software Rating Board*) is, akik következetesen kiállnak amellett, hogy a *loot boxok* nem felelnek meg a szerencsejátékok klasszikus fogalmának, hiszen a játékosok minden esetben nyernek valamit, a dobozból mindig hozzájutnak valamilyen játékbéli tartalomhoz.⁴⁸ A videójáték fejlesztők is ezt hangsúlyozzák akkor, amikor például a *loot boxokat* a Kinder-tojásokhoz hasonlítják.⁴⁹ Ezen a ponton fontos kiemelni, hogy álláspontom szerint a hazai szabályozás szerencsejátéokra vonatkozó fogalomrendszerét a digitális technológia túlhaladta, hisz az online térben, a digitális tranzakciók világában egy fejlesztő nagyobb nehézség nélkül megoldhatja, hogy a játékosok mindig nyerjenek „valamit”. E nyeremény miatt pedig – még ha az a játékos szubjektív megítélése szerint értéktelen is – a játék könnyen kikerülhet a klasszikus szerencsejáték definíciójának köréből.

3.2. A *loot boxok* európai megítélése

A *loot boxok* megítélésére és szabályozására nincs egységes, nemzetközileg elfogadott gyakorlat. Európában mindeztidáig csak néhány ország foglalkozott a *loot boxok* esetleges negatív hatásaival és szabályozási

⁴⁶ Drummond – Sauer 2018:531

⁴⁷ A szerencsejáték szervezéséről szóló 1991. évi XXXIV. törvény 1. § -a

⁴⁸ Hood 2017 és Griffiths 2018:53

⁴⁹ EA games: Loot boxes aren't gambling, they're just like a Kinder Egg, <https://www.bbc.com/news/newsbeat-48701962> (2025.05.02.)

lehetőségeivel. Jelen fejezetben három, eltérő szabályozási hozzáállású európai ország *loot box*okkal kapcsolatos álláspontját mutatom be.

A *loot box*ok működésére felfigyelő egyik első európai hatóság a **belga** szerencsejáték hatóság, a *Kansspelcommissie* volt. Ez egy 2018-ban kiadott jelentésében megállapította, hogy a *loot box*ok megfelelnek a belga szerencsejáték fogalomnak, mely három feltétel együttes teljesülését követeli meg: 1) a fogadást, mint a játék elemét, 2) ami valamilyen véletlenre épülő mechanizmus folytán 3) nyereséget, vagy veszteséget eredményez.⁵⁰ A hatóság jelentésében kritikával illette a videójátékok korhatár-besorolásával foglalkozó európai szervezetet is. Szerinte a PEGI nem ellenőrzi, hogy az adott játékban van-e lehetőség a fenti feltételeknek megfelelő szerencsejátékokra, csak azokat az eseteket szűri ki, amikor a való világból ismert játékok – például póker, rulett vagy nyerőgépek – jelennek meg egy játékon belül. Ez azért is problémás, mert megesik, hogy maga a *loot box* animációja is nagyban hasonlít a való világban működő valamelyik nyerőgép animációjára, tehát vizuálisan is megfelel a hétköznapi fogalmaink szerinti szerencsejátéknak.⁵¹ Belgiumban e megállapítás nyomán komoly kötelezettségeket róttak a videójátékok fejlesztőire. Így például megszabták, hogy a *loot box*ok léte nem veszélyezteti azoknak a személyeknek a játékélményét, akik ingyenesen, *loot box*ok vásárlása nélkül játszanak. Az eddigi tapasztalatok alapján a hatóság által meghatározott kötelezettségeknek a vállalatok nem tesznek eleget, a belga hatóság komoly problémákkal küzd azok érvényesítése során.⁵²

Spanyolországban a fogyasztói ügyekért felelős miniszter 2022 nyarán bejelentette, hogy önálló modellt dolgoznak ki a *loot box*ok szabályozására. A minisztérium álláspontja szerint a *loot box*ok és a szerencsejátékok működési mechanizmusai és pszichológiai hatásai nagyban megegyeznek egymással, ennek alapján pedig indokolt külön kötelezettségekkel terhelni a játékkiadó cégeket. Ilyen kötelezettségek a felhasználók és a szülők részletes tájékoztatása, a játékokra költött pénz összegének felfedése a játékosok előtt, valamint az önkorlátozás lehetőségének beépítése a játékba.⁵³ A tervezet kiemeli továbbá, hogy a kiskorúak *loot box*okhoz történő hozzáférését is indokolt korlátozni, ők a jövőben csak szülői

⁵⁰ Pour 2024:353

⁵¹ Belgische Kansspelcommissie - Research Report on Loot Boxes, <https://www.gamingcommission.be/sites/default/files/2021-08/onderzoekrapport-loot-boxen-Engels-publicatie.pdf> (2025.05.02.)

⁵² Xiao 2023b és Gondos – Nagy – Mikes 2022

⁵³ Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio (Előzetes törvényjavaslat szöveg), <https://www.consumo.gob.es/sites/consumo.gob.es/files/BORRADOR%20APL%20Y%20MAIN%20MECANISMOS%20ALEATORIOS%20RECOMPENSA%20010722.pdf> (2025.05.02.)

felügyelettel vagy engedéllyel férhetnének hozzá ezekhez a játékbéli tartalmakhoz.⁵⁴

Hollandiában a szerencsejáték hatóság 2019-ben 5 millió eurós bírságot szabott ki az Electronic Arts-ra és helyi leányvállalatára a FIFA játékokban megtalálható *loot boxok* miatt. A hatóság döntése szerint a *loot boxok* megfelelnek a holland szerencsejáték definíciónak, ennek következtében a játék kiadója engedély nélkül szervezett szerencsejátékot. A vitában döntő elsőfokú bíróság a hatóságnak adott igazat, a másodfokon eljáró tanács viszont hatályon kívül helyezte a kerületi szintű bíróság döntését. A másodfokú tanács érvelésében kifejtette, egy *loot box* akkor nem minősül szerencsejátéknak, ha az olyan nagyobb játék része, ami egyúttal ügyességi játék is, továbbá a *loot box* nem külön felületen, hanem a játékon belül szerezhető meg és használható fel, megszerzése pedig elsődlegesen a játék használatával és nem valódi pénzen történik.⁵⁵ Mivel ezeknek a feltételeknek megfeleltek a FIFA játékokban található *loot boxok*, a bírói tanács álláspontja szerint nem volt rájuk alkalmazható a szerencsejátékokra vonatkozó jogszabály. Mivel a legtöbb videójátékban megvásárolható *loot box* megfelel e feltételrendszernek, így elmondhatjuk, hogy a holland bírói gyakorlatban a piacon megvásárolható szerencsedobozok nagy része nem minősül szerencsejátéknak.

4. Összegzés

A videójáték ipar az utóbbi évtizedekben dinamikus fejlődésen ment keresztül, mára az egyik legprofitábilisabb területévé vált a világgazdaságnak. A videójátékok minőségének növelésére vonatkozó felhasználói igény és a videójáték gyártásának új trendjei hatalmas gyártási költségeket eredményeznek az iparágban, melyre természetszerű válasz az új bevételszerzési megoldások feltérképezése és alkalmazása. A mikrotranzakciók, és azon belül is a *loot boxok* komoly bevételi forrást jelentenek a kiadók számára, gyakran a modellnek hála képesek ingyenesen hozzáférhetővé tenni a nagyközönség számára játékaikat, valamint fenntartani a fejlesztés minőségét. E pozitívumok mellett viszont nem hunyhatunk szemet a *loot boxok* és szerencsejátékok hasonlóságai között. Ebből adódóan pedig indokolt részletes vizsgálat alá vonnunk a *loot*

⁵⁴ Ampuero-Lázaro 2022; Spain – Breaking New Ground With Loot Box Regulation: <https://conventuslaw.com/report/spain-breaking-new-ground-with-loot-box-regulation/> (2025.05.02.) és Lorenzo 2024

⁵⁵ Electronic Arts Swiss Société à responsabilité limitée en de raad van bestuur van de Kansspelautoriteit (2020) AWB-20_3038; Gondos – Nagy – Mikes 2022 és Pour 2024:355

boxok hazai megítélését, valamint a szerencsejátékra vonatkozó hazai szabályozás digitális kornak történő megfeleltethetőségét.

Felhasznált irodalom:

A Playstation Plus hivatalos oldala, <https://www.playstation.com/hu-hu/ps-plus/> (2025.05.02.)

A World of Warcraft hivatalos honlapja, <https://us.shop.battle.net/en-us/product/world-of-warcraft-subscription> (2025.05.02.)

Adam Kiciński nyilatkozatának leirata a CD Projekt oldalán, <https://www.cdprojekt.com/en/wp-content/uploads-en/2021/04/transcript-2020-results.pdf#page=2> (2025.05.02.)

Alva,Brittany: What makes a AAA game a AAA game? In: Epic Games, 2023. október 10, <https://store.epicgames.com/en-US/news/what-makes-a-aaa-game-a-aaa-game> (2025.05.02.)

Ampuero, Santiago de – Lázaro, Clara: Spain leads the race on regulating loot boxes in the EU In: Engage, 2022 július 8., <https://www.engage.hoganlovells.com/knowledgeservices/news/spain-leads-the-race-on-regulating-loot-boxes-in-the-eu> (2025.05.02.)

Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio (Előzetes törvényjavaslat szöveg)
<https://www.consumo.gob.es/sites/consumo.gob.es/files/BORRADOR%20APL%20Y%20MAIN%20MECANISMOS%20ALEATORIOS%20RECOMPENSA%20010722.pdf> (2025.05.02.)

Arnold, Matt: The Origin Of Magic: The Gathering, Explained, In: The Gamer, 2022. március 24., <https://www.thegamer.com/magic-gathering-creation-history/> (2025.05.02.)

Asskoumi, Amit: How To Break A World of Warcraft Addiction In: The Mindful Gamer, 2022. március 2., <https://themindfulgamer.com/how-to-break-a-world-of-warcraft-addiction/> (2025.05.02.)

Atari 2600 10-in-1 (National Videogame Museum), <https://thenvm.org/objects/atari-2600-10-in-1/> (2025.05.02.)

Average spend per in-app mobile game transaction worldwide in 2020 and 2021, by genre. <https://www.statista.com/statistics/1215270/iap-gaming-app-transactions-value-genre/>

Az Electronic Arts vállalat 2020. évi harmadik negyedévi pénzügyi jelentése,

https://s22.q4cdn.com/894350492/files/doc_financials/2020/q3/Q3-FY20-Prepared-Remarks-Final.pdf (2025.05.01.)

Az Xbox Game Pass program hivatalos oldala, <https://www.xbox.com/hu-HU/xbox-game-pass> (2025.05.01.)

Belgische Kansspelcommissie – Research Report on Loot Boxes, <https://www.gamingcommission.be/sites/default/files/2021-08/onderzoeksrapport-loot-boxen-Engels-publicatie.pdf> (2025.05.02.)

Belli, Simone – Raventós, Cristian López: Breve historia de los videojuegos (A brief history of videogame) In: Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigacion Social. 2008; No. 14. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v0n14.570>

Birkás Péter: A mostaninál drágábbak lesznek a PlayStation 5-ös játékok. In: 24.hu, 2020. szeptember 17., <https://24.hu/tech/2020/09/17/playstation-5-jatekok-arak-80-euro/> (2025.05.01.)

Boone, Daniël: What is a Season Pass for a Game? A Complete Guide, TyrAds, 2025. április 7. <https://tyrads.com/what-is-a-season-pass-for-a-game> / (2025.05.02.)

Brandt, Oliver: Fortnite v34.40 Brings New TMNT and Marvel Skins. In: Newsweek, 2025. április 22. <https://www.newsweek.com/entertainment/video-games/fortnite-v3440-brings-new-tmnt-marvel-skins-2062500> (2025.05.01.)

Colargossi, Mike: How Microtransactions Impact the Economics of Gaming In.: Investopedia, 2024. november 16. <https://www.investopedia.com/articles/investing/022216/how-microtransactions-are-evolving-economics-gaming.asp> (2025.05.02.)

Deep – dive: How does candy crush make money? <https://www.juegostudio.com/blog/how-does-candy-crush-make-money> (2025.05.02.)

Derboo, Sam: Double Dragon 3 (Arcade) In: Hardcore Gaming, 2016. november 4. <http://www.hardcoregaming101.net/double-dragon-3-arcade/?clckid=eece78d8> (2025.05.02.)

Drummond, Aaron – Sauer, James D: Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. Nature Human Behaviour, 2 (2018). DOI: <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0360-1> .

E.T. and the U.S Market Crash (National Videogame Museum), <https://thenvm.org/objects/e-t-and-the-u-s-market-crash/> (2025.05.02.)

EA games: Loot boxes aren't gambling, they're just like a Kinder Egg, <https://www.bbc.com/news/newsbeat-48701962> (2025.05.02.)

Fan, Shelly: Lecserél -e minket a mesterséges intelligencia? Budapest, 2020, Scolar Kiadó

Games – Worldwide In: Statista, <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide> (2025.05.01.)

Games Market Reports and Forecasts, <https://newzoo.com/games-market-reports-forecasts> (2025.05.01.)

Golovics Milán: Új trendek a videojátékok piacán 1.rész – Új üzleti modellek In: Hold Blog, 2019. április 18., <https://hold.hu/holdblog/uj-trendek-a-videojatekok-piacan-1-resz-uj-uzleti-modellek/> (2025.05.01.)

Gondos, Orsolya – Nagy, Andrea – Mikes, Andrei: The ultimate loot drop: the Netherlands is planning to ban loot boxes in video games. In: Clifford Chance, 2022. szeptember 6. <https://www.cliffordchance.com/insights/resources/blogs/talking-tech/en/articles/2022/09/the-ultimate-loot-drop-the-netherlands-is-planning-to-ban-loot.html> (2025.05.02.)

Griffiths, Mark D.: Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming? Gaming Law Review, sz. Volume 22, Number 1. (2018) DOI: <https://doi.org/10.1089/glr2.2018.2216>

Henry, Jesmine: EA's Microtransaction Billions Explains Why It's Terrified of Loot Box Laws. In: CNN, 2020 szeptember 23., <https://www.ccn.com/eas-microtransaction-billions-explains-why-its-terrified-of-loot-box-laws/> (2025.05.02.)

Hood, Vic: Are loot boxes gambling? Crate escape. In: Eurogamer, 2017. október 23., <https://www.eurogamer.net/are-loot-boxes-gambling> (2025.05.02.)

King, Daniel L. – Delfabbro, Paul H.: Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder In: Addiction, 113(11), 2018, DOI: <https://doi.org/10.1111/add.14286>

Leack, Jonathan : World of Warcraft Leads Industry With Nearly \$10 Billion In Revenue In: Game Revolution, 2017. január 16., <https://www.gamerevolution.com/originals/13510-world-of-warcraft-leads-industry-with-nearly-10-billion-in-revenue> (2025.05.01.)

Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPO_L_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPO_L_STU(2020)652727_EN.pdf) (2025.05.02.)

Lorenzo, Elisa – Fernandez, Andrea: Loot Boxes: Spanish Government announces its intention to introduce new regulation. In: DLA Piper, 2024. március 8., <https://www.dlapiper.com/en/es-pr/insights/blogs/mse-today/2024/loot-boxes-spanish-government-announces-its-intention-to-introduce-new-regulation> (2025.05.02.)

Łupkowski, Paweł: Turing's 1948 'Paper Chess Machine' Test as a Prototype of the Turing Test. In: Ruch Filozoficzny LXXV 2019 2. DOI: <https://doi.org/10.12775/RF.2019.024>

Morris, Chris: Microsoft is raising video game prices to \$80. Fortune, 2025. május 1, <https://fortune.com/article/microsoft-raising-xbox-video-game-prices/> (2025.05.02.)

Oxford, Nadia: Ten Facts about the Great Video Game Crash of '83, IGN, 2012. január 18., <https://www.ign.com/articles/2011/09/21/ten-facts-about-the-great-video-game-crash-of-83?page=1> (2025.05.02.)

Pour, Seppy: Experience of Legal Regulation of Lootboxes in Different Countries: a Comparative Analysis. In: Journal of Digital Technologies and Law 2024;2(2) (2024). DOI: <https://doi.org/10.21202/jdtl.2024.18>.

Rab Árpád Szörény: Fél évszázad játék – egy új kultúra születése. In: Információs Társadalom, XVIII. évf. (2018) 1. szám. DOI: <https://doi.org/10.22503/inftars.XVIII.2018.1.11>

Ray, Michael: Activision Blizzard, Inc. American electronic games company In: Encyclopaedia Britannica, 2025. április 27. <https://www.britannica.com/topic/Activision-Blizzard-Inc> (2025.05.01.)

Romero, Guillermo: The Great Console Wars: A Brief History of Consoles and How Competition Birthed the Consoles We Know Today. In: Medium, 2019, február 2., <https://medium.com/@gmromero/the-great-console-wars-a-brief-history-of-consoles-and-how-competition-birthed-the-consoles-we-f03d89c8e8fb> (2025. 05. 01.)

Rose, Tristan: How Does Candy Crush Make Money (Business and Revenue Model) In: Entrepreneur, [online]: <https://entrepreneur-360.com/how-does-candy-crush-make-money-28021> (2023. 05. 25.)

Sandle Paul: Candy Crush Saga hits \$20 billion revenue milestone, maker King says. Reuters, 2023. szeptember 27.,

<https://www.reuters.com/technology/candy-crush-saga-hits-20-billion-revenue-milestone-maker-king-says-2023-09-26/> (2025.05.02.)

Schreier, Jason: Former PlayStation Chief Muses on the Future of Gaming In: Bloomberg, 2021. szeptember 3.

<https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2021-09-03/ex-playstation-chief-mulls-future-of-gaming-and-his-new-job?srnd=technology-vp> (2025. 05. 01.)

Schreier, Jason: Why Video Games Cost So Much To Make. In: Kotaku, 2017. szeptember 18. <https://kotaku.com/why-video-games-cost-so-much-to-make-1818508211> (2025. 05. 01.)

Spain – Breaking New Ground With Loot Box Regulation: <https://conventuslaw.com/report/spain-breaking-new-ground-with-loot-box-regulation/> (2025.05.02.)

Statista Market Insights, <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide> (2025.04.12.)

Swaine, Michael R. – Freiburger, Paul A.: EDSAC In: Encyclopaedia Britannica, <https://www.britannica.com/technology/EDSAC> (2025.05.02.)

Video Game History [online]: <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games> (2023.05.18.)

Warren, Tom: Microsoft says Xbox Game Pass is profitable as it sees subscription growth slow. In: The Verge, 2022. október 26. <https://www.theverge.com/2022/10/26/23425029/microsoft-xbox-game-pass-profitable-revenues> (2025.05.02.)

Williams, Callum – Hoolihan, Hannah: Xbox Game Pass Plans, Explained: How Much Does a Subscription Cost? IGN, 2025. április 23. <https://www.ign.com/articles/how-much-does-xbox-game-pass-cost> (2025.05.02.)

Wolf, Mark J. P.: Introduction In: Wolf, Mark J. P. (szerk.): Before the Crash: Early Video Game History, Detroit, 2012, Wayne State University Press [digitális változat]: <https://www.scribd.com/book/251553927/Before-the-Crash-Early-Video-Game-History> (2025.05.01.)

Xia, Leon Y.: Regulating loot boxes as gambling? Towards a combined legal and self-regulatory consumer protection approach. In: Interactive Entertainment Law Review 4(1):27–47 DOI: <https://doi.org/10.4337/ielr.2021.01.02>

Xiao, Leon Y.: Beneath the label: unsatisfactory compliance with ESRB, PEGI and IARC industry self-regulation requiring loot box presence warning labels by video game companies. In: Royal Society Open Science 10: 230270. (2023b) DOI: <https://doi.org/10.1098/rsos.230270> (Xiao 2023a)

Xiao, Leon Y.: Breaking Ban: Belgium's Ineffective Gambling Law Regulation of Video Game Loot Boxes. DOI: <https://doi.org/10.1525/collabra.57641>, <https://osf.io/hnd7w/> (2025.05.02.)

Zendle, David – Meyer, Rachel – Ballou, Nick : The changing face of desktop video game monetisation: An exploration of exposure to loot boxes, pay to win, and cosmetic microtransactions in the most-played Steam games of 2010-2019 In.: PLoS ONE 15(5): e0232780. (2020) DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232780>