

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Geografické aspekty eSportu: vývoj a regionální  
ukotvení hry League of Legends**

**Geographic aspects of eSport: development and  
regional impacts of League of Legends**

Jaromil Vejmola

Plzeň 2024



## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Geografické aspekty eSportu: vývoj a regionální ukotvení hry League of Legends“*

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 21. 4. 2024

v. r. *Jaromil Vejmla*

## **Zásady pro vypracování práce**

1. Proved'te rozbor literatury zaměřený na problematiku geografie sportu a esportu.
2. Stanovte cíle práce a vypracujte metodiku.
3. Představte historii rozvoje eSportu a eSportových soutěží se zaměřením na hru League of Legends.
4. Zpracujte geografické výstupy analýzy vybraných soutěží, hráčů nebo organizací spjatých s League of Legends.
5. Na příkladu League of Legends porovnejte vývoj eSportu v rámci světa a vybraných regionů.
6. Výsledky diskutujte a formulujte závěr

## **Studijní program**

Ekonomická a regionální geografie

## **Poděkování**

Touto cestou bych rád poděkoval vedoucímu své bakalářské práce, panu Mgr. Davidovi Klikovi, který mi v rámci práce poskytoval užitečné odborné rady a korigoval práci správnou cestou. Zároveň že byl vždy vstřícný, pohotový a ochotný pomoci.

# Obsah

Úvod.....	7
1 Pohled na eSport očima geografa.....	9
1.1 Sport a eSport a jejich vztah.....	9
1.1.1 Sport .....	9
1.1.2 eSport .....	10
1.1.3 Srovnání sportu a eSportu .....	13
1.2 Propojení sportu, eSportu a geografie .....	14
1.2.1 Geografie sportu .....	14
1.2.2 Geografie eSportu .....	16
1.2.3 Geografické aspekty v rámci eSportu .....	16
1.2.4 Teorie světového systému a eSport .....	17
2 Historie videoher a online prostředí .....	19
2.1 Vznik komerčních videoher a zařízení.....	19
2.2 Éra počítačů a internetu.....	20
2.3 Multiplayer a videohry v online prostředí.....	22
2.4 ESport a jeho historie .....	23
2.5 Současný stav gamingu a eSportu.....	26
3 Příklad hry League of Legends .....	29
3.1 Základní informace o League of Legends.....	29
3.2 Ekonomická stránka League of Legends a Riot Games.....	30
3.3 Regiony League of Legends a eSportová struktura .....	32
4 Metodika práce .....	35

5	Praktická část.....	37
5.1	Původ a šíření League of Legends .....	37
5.2	Popularita League of Legends dle sledovanosti .....	41
5.2.1	Sledovanost League of Legends v online prostředí .....	41
5.3.2	Sledovanost vrcholových eSportových lig League of Legends .....	42
5.3	Původ profesionálních hráčů League of Legends .....	46
5.3.1	Národnostní zastoupení hráčů v LCK .....	46
5.3.2	Národnostní zastoupení hráčů v LPL .....	47
5.3.3	Národnostní zastoupení hráčů v LCS .....	49
5.3.4	Národnostní zastoupení hráčů v LEC.....	50
6	Diskuze.....	57
6.1	Globalizace a vývoj eSportu .....	57
6.2	Předpoklady pro vývoj eSportu League of Legends .....	57
6.3	Vliv eSportu na ekonomiky.....	59
	Závěr.....	60
	Seznam použitých zkratk.....	62
	Seznam použitých zdrojů .....	63
	Seznam tabulek a grafů .....	69
	Seznam obrázků .....	70
	Seznam map .....	71

# Úvod

Žijeme ve světě, který je stále více propojen digitalizací a kde se setkáváme s informačními technologiemi prakticky denně. IT pak nevyužíváme pouze k práci, či aktivitám, které nám usnadní život, ale mnohdy také ve svém volném čase jako zábavu. Propojení soutěživosti a digitálních technologií vedlo k rozvoji videoher a následnému vytvoření kompetitivní scény. Ta se skrývá pod rozšiřujícím se pojmem eSport. Podobně jako jiné aspekty může mít i eSport geografický rozměr.

Tato práce slouží k naznačení různých geografických pohledů na profesionální hraní videoher pomocí příkladu hry League of Legends. Mezi geografické pohledy lze řadit například rozložení profesionálních týmů, lig, ale i hráčské základny v rámci světa, či jednotlivých regionů. Jedná se tedy převážně o komplexní pohled na kompetitivního hraní, který popisuje, jak se LoL a s ním velmi silná eSportová scéna rozšiřovala ve světě. A to od jejího vzniku s ohledem na regiony či země, kde je hra velmi populární a jaké regionální faktory a předpoklady k popularitě dopomáhají. Například zdali existují rozdíly mezi periferními a jádrovými částmi světa. Jako paralelou eSportu bude využit konvenční sport, který lze použít pro komparaci profesionální scény a struktury kompetitivních lig. Hlavním cílem je pohled na světovou, a také evropskou hráčskou základnu, tedy analýza národnostního složení jednotlivých profesionálních týmů, následná regionalizace dle jader a periferních oblastí odkud profesionální hráči pochází. Výsledek práce poté tvoří syntéza uceleného komplexního pohledu na regiony eSportu League of Legends a následná diskuze o poznatecích z rozvoje eSportu, jeho současném stavu a podmínkách pro jeho vznik a růst v závěru práce.

Mezi cíle práce lze zařadit analýzu historie, vývoje a současného stavu videoher, internetu a online prostředí, tak aby byla představena rostoucí popularita a ekonomický potenciál videoher a samotného eSportu. Dále je práce zaměřena okolo předpokladu, že **ekonomické podmínky mají znatelný vliv na růst a vývoj eSportu v regionech světa**. Cílem je tedy najít odpověď na otázky: Má ekonomická úroveň silný vliv na vývoj a popularitu eSportu? Je růst eSportu a jeho popularita vázaná spíše na ekonomicky silné oblasti, nebo zde hrají roli i jiné faktory? Z hlediska ekonomiky se v práci v menším měřítku zkoumá nejvyšší evropská eSportová liga League of Legends nesoucí název LEC. Na příkladu LEC je blíže zkoumán stejný vědecký

předpoklad. Tedy zdali regiony s vyššími ekonomickými ukazateli produkují větší počet profesionálních hráčů.



# 1 Pohled na eSport očima geografa

## 1.1 Sport a eSport a jejich vztah

Vzhledem k náplni práce je třeba nejprve vytyčit a popsat stěžejní pojmy, které jsou v práci dále využívány, a jejich širší kontext. Dále je tedy představena definice a rozdělení tradičních sportů, z čehož myšlenka elektronického sportu (eSportu) vychází. Ten je definován a vymezen hned poté. Dochází také ke srovnání jejich vzájemných shod a rozdílů.

### 1.1.1 Sport

Dříve než je možné hovořit o eSportu, je důležité si definovat pojem sport. Stejně tak je podstatné představit různé formy a kategorizace sportu, tak aby se daly lépe porovnávat podobnosti a odlišnosti sportu a eSportu.

Samotných definicí sportu je hned několik, jako například: „Sport je hra, soutěž nebo aktivita, která vyžaduje fyzickou námahu či jinou schopnost, nebo je hrána za určitých pravidel pro radost hráče, či jako pracovní náplň.“ (Cambridge Dictionary, 2024a, přeloženo). Český statistický úřad (2016) pak užívá definici Rady Evropy, kdy jsou do sportu řazeny „veškeré formy tělesné aktivity, které jsou provozovány příležitostně nebo organizovaně, usilují o vyjádření nebo vylepšení fyzické kondice a duševní pohody, utvoření společenských vztahů či dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních“. Jak je zjevné z definic výše, tak za sport lze považovat velmi širokou škálu aktivit, proto se sporty dále dělí do jednotlivých kategorií podle jednotlivých podmínek, potřebných vlastností, užívaného nástroje, počtu hráčů a dalších kritérií.

Zřetel musí být kladen také na různé formy participace sportu. I přes to, že klasicky se účastníkem sportu rozumí aktivní účast hráče na dané aktivitě, existuje i pasivní stránka účasti na sportu. Tradičním příkladem pasivní participace jsou fanoušci, kteří podporují sportovce či tým. Zároveň tak mohou být pasivními účastníky sportu také trenéři, rozhodčí apod. (Australian Sports Commission, n.d.).

Samotná kategorizace často není pro řadu sportů jednoduchá, neboť se tradičně sporty rozdělují dle několika kritérií. Jedním ze základních kritérií je *počet zúčastněných*. Dle počtu hráčů můžeme určit, zdali je sport **individuální**, jako například běh, či **týmový**, jako kopaná. Dále se

často sporty dělí dle *prostředí* nebo *ročního období*, v jakém jsou obvykle prováděny. Takto lze dělit sporty kupříkladu na **zimní** nebo **letní** či **venkovní** a **vnitřní**, též uváděné jako **halové** (Koudelková & Kosová, n.d.). Tímto způsobem je možné odlišit třeba kopanou hranou zpravidla na venkovním trávníku a futsal neboli halovou kopanou. Dle prostředí lze však sporty kategorizovat více podrobněji na *vodní*, *lední* apod. Posledním kritériem, které nejčastěji slouží k řazení sportů, je užití *specifického náčiní* či *jiného vybavení*. Takto lze sporty rozdělit na **míčové**, **raketové**, **motorové**, **cyklistické**, **střelecké** a mnoho dalších (Koudelková et al., n.d.).

Existuje však řada dalších kritérií, které sporty odlišují. Jedním z těchto kritérií je rozdělení sportů dle *cíle*. Kritérium založené na rozdělení sportů dle cíle je pro tuto práci velmi stěžejní. Takto sporty lze rozlišit na **rekreační** a **kompetitivní**, nebo také na **amatérské** a **profesionální**. Je nutné však dodat, že i sporty, které jsou často kompetitivní, mají neprofesionální scénu (Koudelková & Kosová, n.d.).

Z geografického pohledu lze také diverzifikovat kategorizace o *prostorovou* a *demografickou* sféru. Proto je sportovní aktivity možné lišit dle *pohlaví*, *věku*, ale i *zdraví sportovců*, neb existují sporty i pro jedince se zdravotním postižením. Z hlediska prostoru lze sportovní aktivity dělit na *lokální*, *regionální*, *nadregionální*, *sporty s tradicí*, *olympijské* či *globální* atd. (Koudelková & Kosová, n.d.). Do této kategorizace se na první pohled nehodí sporty s tradicí, ale i ty jsou vázané z hlediska prostoru. Jako příklad se dá uvést skotský hod kládou (*Caber Toss*), který se tradičně provádí na území ostrova Velké Británie. I přes velkou řadu kategorií pro dělení sportu, je často velmi komplexní některé ze sportů zařadit přesně. Tento problém lze představit na příkladu tématu eSport.

### 1.1.2 eSport

Dalším termínem je samotný pojem **elektronický sport**, většinou zkracovaný jako **eSport**; případně také v obměnách *esport*, *e-sport*, nebo také *progaming*. V práci je nadále používána zkratka eSport. Jak již vyplývá ze samotného názvu eSport, jedná se o určitý druh sportu prováděný v elektronickém, případně internetovém prostředí nejčastěji na osobních počítačích, nebo specializovaných konzolích.

Dle oficiální definice Cambridge Dictionary (2024b, přeloženo) lze říci, že eSport představuje: „Aktivitu hraní počítačových her oproti jiným hráčů v rámci online prostředí za účelem vydělat peníze. Zároveň jsou zápasy často sledovány a natáčeny pomocí internetu, či jsou hrány za pomoci specializovaných událostí.“ Česká asociace esportu (2024) pak o eSportu hovoří takto:

„Jde o organizované soutěžní hraní hráčů nebo týmů v jakékoliv hře, na jakékoliv platformě (PC, konzole, mobil). Soutěže mají jasná pravidla a účastnit se jich mohou jak amatérští, tak profesionální hráči.“ Z těchto dvou definic lze vyzorovat, že konvenční sport a eSport mají řadu podobností. Rozdílné je však obecné chápání termínu eSportu oproti sportu. Samotný eSport ukazuje na *profesionální scénu videoher*, zatímco sport označuje spíše aktivity, které provádí jedinec většinou rekreačně, ale i na profesionální úrovni (Witkowski, 2012). Obdobně obecný význam jako sport by v tomto případě mělo spíše slovo gaming (oproti užšímu ekvivalentu eSportu „progaming“), které znamená obecné hraní her, a to jak v profesionálním pojetí, tak rovněž jako volnočasovou, rekreační aktivitu bez prvku organizované soutěže (Česká asociace esportu, 2024).

Podobně jako u sportů, lze uvažovat i o kategorizaci eSportu dle různých kritérií. Některá kritéria je možné považovat za stejná například počet účastníků, který dělí eSporty na individuální či týmové. Vzhledem k oproštění videoher od reálného světa mohou videohry nabývat neobvyklých a ve skutečném světě neproveditelných herních prostředí a pravidel. Tyto odchylky od reality mohou být například stylistika, změna fyzikálních zákonů, ale velkým faktorem je i morální hledisko. V Mnoho hrách se hráči snaží porazit protihráče v souboji o život. Tyto hry jsou tedy z morálních důvodů ve skutečnosti neproveditelné. Kvůli odlišnostem jednotlivých videoher je nejvíce charakteristickým rysem jednotlivých eSportů právě žánr hry, ve kterém se daná soutěž pořádá. Dle jednotlivých žánrů a subžánrů lze videohry, a s nimi spojený eSport, lépe shlukovat tak, aby byly v jednom žánru jejich pravidla, cíle, mechaniky atd. podobné. Důležité je také podotknout, že v rámci eSportu se uskutečňuje hraní *jednotlivců nebo týmů proti sobě* neboli PvP (player vs. player, hráč proti hráči), ale také snaha *jednotlivce, či kooperace týmu vůči hře samé* neboli PvE (player vs. environment, hráč proti prostředí).

V několika dalších odstavcích budou popsány nejvhodnější a nejpopulárnější žánry videoher v rámci eSportu. Mezi oblíbené kategorie patří takzvané *Shooter Games* neboli „*Střílečky*“. Nejpopulárnější subkategorií tohoto žánru jsou *FPS* neboli *First-Person Shooter*, v překladu „*střílečka z pohledu první osoby*“, mezi které patří například velmi populární série her Counter-Strike (v současnosti konkrétně Counter-Strike 2). Jedná se tedy o hry, kde tradičně dva týmy soupeří proti sobě za účelem eliminace protějšího týmu, či splnění jiného úkolu tak, aby vyhrály kolo či celou hru (Chaloner, 2020). Společnou charakteristikou je již dříve zmíněný první pohled hráčeho postavy a přítomnost mechaniky střelby. Dalo by se tedy naznačit, že podobným konvenčním sportem v reálném prostředí je například paintball. Proto je v těchto hrách za

potřebí právě rychlé kritické myšlení a reflexy, či přesné a rychlé ovládání herních periferií, jakými jsou většinou klávesnice a myš, případně ovladač. Na obr. č. 1 (níže) lze vidět snímek z FPS hry Valorant, která má typické rysy jako pohled z první osoby, ale i informační prvky jako herní mapu, skóre zápasu, nebo časomíru daného kola.

Obr. č. 1: Ukázka z FPS hry Valorant vytvořené studiem Riot Games



Zdroj: Wang (2020)

Další velmi populární kategorií, hlavně historicky, jsou *RTS* neboli *Real-Time Strategy*, česky „strategie v reálném čase“. Základní premisou těchto her je zjednodušená simulace výstavby fungující ekonomiky a armády s použitím herních zdrojů a následné zničení základny nepřítele. Jak název napovídá, důraz je zde kladen na schopnost plánovat dostatečně dopředu. Mezi nejznámější eSporty patří hry ze série *Starcraft* či *Age of Empires* (Chaloner, 2020). Tento žánr videoher je především silně individuální na rozdíl od velkého množství dnes populárních žánrů.

Dalším populárním eSportovním žánrem akčních her, které jsou výhradně individuální, jsou tzv. *Fighting Games* neboli česky „bojové hry“. Každý hráč ovládá jednu herní postavu s určitými specifickými bojovými schopnostmi (Chaloner, 2020). Cílem je eliminovat postavu ovládanou protihráčem. Tento žánr je pak do značné míry inspirován skutečnými bojovými sporty, jako box nebo MMA. Příkladem těchto her mohou být hry ze sérií *Street Fighter*, *Mortal Kombat* či *Tekken*.

Posledním zde zmíněným a v současnosti statisticky nejpopulárnějším eSportovním žánrem jsou *MOBA*, což je zkratka slov *Multiplayer Online Battle Arena*. V českém překladu tato

zkratka znamená „bitevní aréna pro více hráčů“. Do této kategorie pak spadá i vybraná hra League of Legends. Tematicky se jedná o subžánr RTS, který dále představuje hry, jejichž hlavními charakteristikami je bitva 2 týmů na předem determinované mapě, kde každý člověk ovládá jednu herní postavu s charakteristickými schopnostmi, vzhledem atd. (Chaloner, 2020). V průběhu hry pak hráč svoji postavu a herní spojence zdokonaluje a vylepšuje. Obdobně jako u RTS je cílem zničit nepřátelskou základnu. Samotný subžánr vznikl modifikacemi map v žánru RTS a úpravou pravidel Jako první široce uznávanou MOBA hru lze označit herní mapu Aeon of Strife vytvořená hráčskou komunitou v roce 2002 pro RTS hru Starcraft (Dannelly, 2019).

### 1.1.3 Srovnání sportu a eSportu

Jak již bylo řečeno dříve, sport zahrnuje jak aktivity profesionální a kompetitivní, tak rovněž volnočasové a rekreační, kdežto eSport je termín zahrnující primárně profesionální a kompetitivní hraní videoher, respektive hraní na organizovaných turnajích.

Oba termíny mají společné ve většině případů soutěžení proti jiným hráčům či týmům při určených pravidlech. Avšak největším rozdílem eSportu oproti konvenčnímu sportu je, že tradiční sport probíhá v reálném prostředí s reálnými, fyzickými předměty, kdežto eSport se provozuje ve "virtuálním prostředí", které je generováno a ovlivňováno počítačem (Witkowski, 2012). Samotné soutěžení v eSportu pak probíhá na bázi propojení několika počítačů, či konzolí skrze *společnou lokální síť* (tzv. offline), případně prostřednictvím *internetu* (tzv. online) (Česká asociace esportu, 2024). Nejčastěji je pak eSport založen na funkci multiplayeru neboli hry více hráčů, kdy proti sobě jednotliví účastníci soupeří v reálném čase. Počátky eSportu se začaly objevovat i před prvními multiplayerovými tituly, proto se dříve soupeřilo často na bázi dosažení nejvyššího herního skóre.

V rámci eSportu se nejčastěji hovoří o hrách v režimech PvP, mezi které patří i již vybrané důležité žánry. Díky PvP lze přesněji porovnávat a mluvit o paralelách individuálního a týmového sportu. Navíc zde jsou režimy PvE, kde se hráči snaží pokořit hru samotnou, a to kupříkladu efektivněji či rychleji. Tyto režimy jsou v rámci tradičních profesionálních sportů takřka nevídané. Lze však uvažovat o podobnosti nejvyššího skóre videohry a například historicky nejvyšší výšky při skoku do výšky. Díky těmto rozdílům samotné aktivity probíhají velmi odlišně, i když samotné definice jsou si v mnohém velmi podobné.

Nejpodobnějšími sporty k eSportu budou duševní sporty, které podobně jako u většiny eSportů nevyžadují primárně fyzickou námahu a silněji se soustředí na lidské vědomosti a strategii. Avšak ani zde není komparace velmi přesná, protože duševní sporty jakožto *šachy, dáma a go* jsou ovlivněné tahovou strukturou. Zatímco eSport nejčastěji probíhá v reálném čase. Hráči duševních sportů si tedy mohou pečlivěji promyslet svůj tah. Motivaci pro rychlejší tahy tvoří tradičně užívaný časovač, tak aby hra nemohla trvat nekonečně dlouho. Lze tedy předpokládat, že pro tyto sporty jsou potřebné především taktické vlastnosti. Pro eSport budou tyto vlastnosti také důležité, ale potřebná bude také značná mechanická zručnost a rychlé reflexy např. při ovládnutí periférií počítače, nejvíce tedy pokud se hra bude odehrávat v reálném čase. Dle faktorů sportovního výkonu lze předpokládat, že složení faktorů pro celkový sportovní výkon pro duševní sporty a eSport budou podobnější než u eSportu a konvenčního sportu např. fotbalu (Dovalil et al., 2009). Diskutovat lze také, zdali provedení duševních sportů v internetovém prostředí (např. šachů) dle definice nelze považovat za eSport, protože by tato hra plnila všechny kritéria definice.

## **1.2 Propojení sportu, eSportu a geografie**

Jelikož je sport komplexní téma zasahující do mnoha vědních oborů. Jedním z těchto vědních oborů je i geografie, která často spojuje a využívá znalosti, jak přírodních, tak i socioekonomických oborů. Z tohoto důvodu bude v následujících kapitolách znázorněno, čím se geografie sportu zabývá, a zdali se tímto směrem zaobírá i geografie eSportu, která samostatně není často ani vymezena v rámci odborné literatury.

### **1.2.1 Geografie sportu**

Sama geografie sportu se dále dělí na několik dílčích geografických odvětví. Pohledy mohou být čistě fyzickogeografické, jako např. v článku Chambers, Page & Zaidins (2003), kde se autoři zabývají vlivy atmosférických a klimatických podmínek na výkonech hráčů v americkém městě Denver umístěném výše než zbytek měst v dané lize. Další různé geografické pohledy mohou tvořit otázky: Kde se sport hraje? Kde se staví sportovní stadiony a jak se do nich dopravují? Tyto otázky mají poté silně geografický ráz díky své prostorové povaze. Dále v návaznosti na předchozí otázky se lze v poslední řadě let setkat s problémem udržitelnosti (Gaffney, 2014). Z důvodu velkého množství těchto otázek se dle Gaffneyho (2014) geografie sportu nejčastěji váže na témata dané Association of American Geographers and the UK

Council for Graduate Education, kterými jsou **lokace, místo, region, pohyb a interakce člověka s prostředím**.

Studie v tématu **lokace** popisují, kde a proč se nachází nejvíce výdělečné či výherní týmy. Jaké mají místa a sportovní události socioekonomické podmínky, v jakých státech, regionech a městech se nachází nejčastěji apod. Zaměřují se tedy spíše na výzkum provázaný statistickými daty (Gaffney, 2014).

Témata nazvané **místo** jsou poté specializovaná spíše na otázky s pocitovým zabarvením. Dobrým ukazatelem tohoto tématu jsou otázky: Jak daný sport definuje dané místo a zdali lze dané místo přenést jinam, například mohl by být fotbalový stadion Old Trafford přenesen do jiného anglického města? Oproti lokaci se tedy spíše snaží soustředit na tradice a kulturní dědictví jednoho místa (Gaffney, 2014).

**Pohyb** označuje cestování v rámci cestovního ruchu a migraci aktivních i pasivních účastníků sportu, ale také bariéry, které při pohybu vznikají, kupříkladu politické konflikty a jejich vliv na sport (Gaffney, 2014).

**Region** popisuje sporty s náhledem na větší celky např. kontinenty. Snaží se najít spojitosti v tom jaké nadregionální prvky dopomáhají či zamezují sportům. Mezi tyto prvky patří náboženství, jazyk apod. Dále studie s tématem region hledají odpovědi, proč se země řadí i do lig, kam geopoliticky nepatří, typickým příkladem je řazení Izraele do Evropy nebo Austrálie do Asie dle FIFA (Gaffney, 2014).

Posledním tématem je **interakce člověka s prostředím**. Jak už je z názvu patrné, jedná se o antropogenní činnost v krajině za účelem sportu. Popisují se tedy zásahy do krajiny k budování infrastruktury, ale i vliv turismu a dopravy spojené se sportovními událostmi v městském prostředí i mimo něj (Gaffney, 2014).

Dále se práce opírá o článek Tomeše (2012a; 2012b), který podrobně rozebírá vývoj sportu, jeho sledovanosti a popularity v prostoru. Tento článek obsahuje historický pohled rozvoje popularity daného sportu, analyzuje návštěvnost a sledovanost. Tomeš se v tomto článku také věnuje vlivu HDP na úspěšnost národností. Zkoumá svým způsobem vliv ekonomických podmínek zemí na sport. Podobně tak se popisuje národností zastoupení mezi profesionálními běžci.

Lze tedy říct, že se geografie sportu může zabývat širokou analýzou historických, kulturních, socioekonomických a přírodních předpokladů, které tvoří sport. A za pomoci těchto faktorů se

poté snaží vysvětlit jednotlivé problémy, které byly nastíněny ve sportovně-geografických tématech.

### **1.2.2 Geografie eSportu**

Obor geografie eSportu je na rozdíl od geografie sportu o mnoho méně probádán. Lze předpokládat, že jedním z důvodů menšího pokrytí tématu je jeho krátká historie. Dle analýzy Tang et al. (2023) se mezi nejčastěji odborně a akademicky zpracovávaná eSportová témata řadí sportovní psychologie a marketing. I přes to se s geografii v eSportu lze setkat. Často právě v propojení se socioekonomickými tématy. Zanedbat však lze pravděpodobně vliv fyzickogeografických témat, které nejsou v online prostředí velkým problémem.

### **1.2.3 Geografické aspekty v rámci eSportu**

ESport se podobně jako profesionální sporty vyskytuje ve velké části světa. Z těchto důvodů a řady jiných podobností je vhodné použít podobných metod jako u geografie sportu. Důležité je poté zkoumat vliv socioekonomických, kulturních, ale i přírodních podmínek měnících průběh a rychlost růstu eSportu v různých státech, světadílech či regionech podobně jako zkoumá u klasických sportů Tomeš (2012a; 2012b) v článku Sport a Geografie.

ESport je však v mnoha ohledech velmi rozdílný od profesionálních sportů, zejména proto že se odehrává v online prostředí. Lze tedy předpokládat, že i vliv samotných geografických faktorů bude měnit podmínky sportu a eSportu odlišně. Internetové prostředí často nebrání hráčům překonat státní hranice, nebo fyzické bariery jako vzdálenost. I přes to existují státy a regiony, kde jsou eSporty populárnější a jejichž hráči jsou úspěšnější. Z těchto důvodů je možné klást otázky: Proč tomu tak je? Jaké faktory mají na tento jev největší podíl? Podobně také v rámci eSportu lze sledovat provázanost s globalizací. Vzhledem ke krátké historii a vlivu technologického posunu je možné vidět rychlý nadnárodní růst popularity, ale i celosvětových eSportových organizací.

Vlivem stoupající popularity gamingu a eSportů se stává z těchto odvětví stále větší hráč zábavního průmyslu, a tudíž je zde i větší ekonomický potenciál. Zároveň se v online prostředí a eSportu objevují nové marketingové praktiky a způsoby medializace. Mezi tyto způsoby patří například turnaje vysílané pomocí livestreamů, branding uvnitř jednotlivých her apod. Právě proto lze provázat eSport i s odvětvími jako ekonomická geografie či geografie marketingu.



Lze tedy říct, že velká část geografie eSportu se podobá i geografii sportu, která je již z hlediska odborně zpracovávána. V rámci obou těchto odvětví lze sledovat vývoj a historii, národnostní strukturu hráčů a diváků, popularitu dle sledovanosti a počtu turnajů apod. Z těchto důvodů lze použít i sportovně-geografická témata dle Gaffneyho (2014). Přesněji tedy témata **lokace a region**, které se nejlépe hodí k popisu myšlenek spojených s cílem této práce, a úvahy či myšlenky z článku Tomeš (2012a; 2012b).

#### 1.2.4 Teorie světového systému a eSport

I přes podobnosti geografie sportu a eSportu je v práci pro analýzu užitá obdoba Wallersteinovy teorie světového systému (teorie dělení světa), která je velmi ukotvena zejména v ekonomické geografii. Tato teorie se soustředí na funkci států v rámci světového trhu a světové ekonomiky (Holubec, 2007).

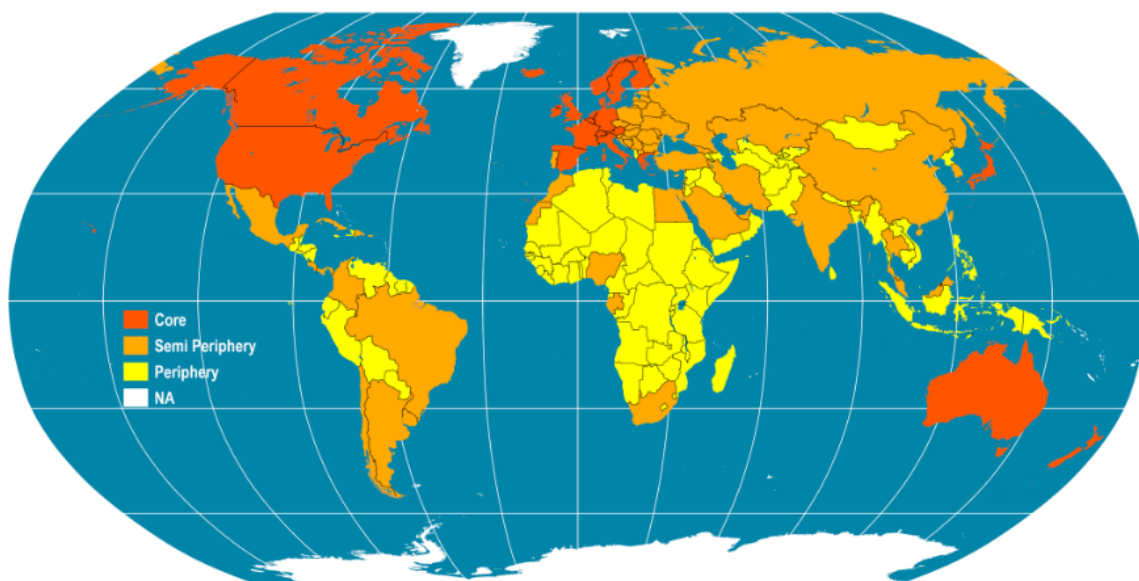
Pojem světové ekonomiky je možné popsat jako nadnárodně propojený a celistvý ekonomický systém, jehož typickým znakem je kapitalismus a volný trh (Holubec, 2007). Pro tuto práci je však stěžejní poslední obdoba tohoto systému a s ní spojené rozdělení světa na **jádra, periferie a semiperiferie**.

Za **jádro** dle Wallersteina lze považovat vyspělou zemi, která je na vyšší ekonomické úrovni. Přesněji tedy tento pojem popisuje země, které vlastní velké množství světového kapitálu a zároveň se do těchto míst soustředí velké množství obchodu. Charakteristickým prvkem jádrových zemí je také investování do výzkumu a vývoje (Holubec, 2007).

Mezi **periferie** řadíme země s nízkými ekonomickými parametry. Jedná se tedy o státy, které tradičně produkují suroviny a mají levnou pracovní sílu. Soustředí se tedy na odvětví s nízkou přidanou hodnotou, jakožto zemědělství či těžbu. Z těchto důvodů jsou dle Wallersteina vykořisťovány jádrovými státy (Holubec, 2007).

**Semiperiferie** jsou tvořeny národy, jejichž podmínky nelze zařadit ani do jedné z předchozích kategorií. Jsou tedy tvořeny zeměmi s kombinací podmínek jader i periferií. Mohou tedy mít levnější pracovní sílu než jádra, ale vyšší ekonomické podmínky než periferie. Díky těmto faktorům mohou levněji vyrábět produkty, které v periferních oblastech zkonstruovat nedokážou (Holubec, 2007).

Mapa č. 1: Rozdělení světa dle teorie světového systému na jádra, semiperiferie a periferie (2024)



Zdroj: Rodrigue (2024)

Z mapy č. 1 lze vidět, jak je dnes dělen svět dle teorie světového systému. Mezi jádra tedy patří nejsilnější ekonomiky světa např. USA či státy západní Evropy s výjimkou Portugalska. Mezi periferie pak patří velká část Afriky.

Podstatné je pak zmínit, že dle Rodrigue (2024) se mnoho dříve semiperiferních částí postupně mění na oblasti podobné centřům. Jako příklady autor uvádí např. Čínu, Brazílii a Jižní Koreu, které prošly v posledních desetiletích silnými ekonomickými změnami, a tak se blíží k jádrovým oblastem (Rodrigue, 2024).

Tato v ekonomické geografii hojně užívaná teorie se na první pohled nejspíše nezdá jako nejlepší volba pro popis tématu eSport. Internetové prostředí, a i nadnárodní společnosti jsou velmi úzce provázané se světovou ekonomikou, a proto lze předpokládat, že i eSport, který bez internetu není možno provádět, bude silně ovlivněn globalizací, světovým trhem a jeho tržními mechanismy.

Proto se lze domnívat, že určitá ekonomická úroveň je potřebná pro úspěšný vznik a růst eSportu na území jednotlivých zemích. Předpoklady pak směřují, že eSport bude nejrychleji vznikat a růst v jádrových oblastech, a následně poté v těch semiperiferních.

## 2 Historie videoher a online prostředí

### 2.1 Vznik komerčních videoher a zařízení

Prvopočátky videoher se datují zpravidla do padesátých let 20. století v USA. První hry vznikaly pouze jako aktivita pro jejich tvůrce. Za první uznávanou videohru lze považovat Tennis for Two, vytvořenou fyzikem W. Higinbothamem v roce 1958 (Chodos, 2008).

Samotné videohry a videoherní zařízení se začaly komerčně popularizovat až mezi roky 1960-1980. Velkým průlomem byl vznik herních konzolí a tzv. arkády. Arkády jsou zařízení, které jsou svým vzhledem a funkcí podobné herní automatům, ovšem místo hazardní hry získal hráč po vhození mince herní čas, nebo jeden pokus dosáhnout co možná nejvyššího skóre (viz obr. č. 2, níže) (June, 2013; Kent 2001). Kvůli velkým rozměrům a vysoké pořizovací ceně si tyto zařízení takřka žádná domácnost nemohla dovolit. Samotné arkády si pořizovali podnikatelé, aby je mohli za účelem zisku pronajímat. Tímto způsobem vznikly podniky se stejnojmenným názvem Arkády, anglicky „Arcades“, které poskytovaly výběr z různých arkádových zařízení s různými hrami na jednom místě. Kvůli těmto faktorům měl tento druh videoher popularitu, a to protože se na jednom místě sdružovalo více hráčů a hraní nabíralo společenský faktor a kompetitivní prostředí (Kent, 2001). Arkádové zábavní střediska byla velmi populární hlavně v USA a Japonsku.

Obr. č. 2: Moderní arkádový automat hry Pac-mania



Zdroj: Alza.cz (2024)

Trh herních konzolí se rozvinul v první polovině 70. let a je silně přítomný až do dnes. Konzole byly důležitým milníkem, neb přinesly možnost hraní videoher přímo do domácností díky nižší pořizovací ceně a praktičnosti propojení konzole s televizorem, který vlastnila takřka každá domácnost vyspělých států s tržním ekonomickým systémem (Wolf, 2007; Kent 2001). Díky těmto vlastnostem, lukrativnosti pro společnost a velké poptávce po těchto herních systémech se strhla mezi jednotlivými výrobci konzolí, událost, která by se dala popsat nejlépe frází „konzolová válka“. Konzolových her a zařízení vyšlo v řadě následujících let velké množství. Začalo se „válčit“, která zařízení budou na trhu nejvíce prodávána. Mezi značky, které se v této době proslavily videoherními konzolemi a hrami na ně, patří např. světoznámé společnosti v zábavním průmyslu jako Sega nebo japonské Nintendo (Harris et al., 2014) a Sony Interactive Entertainment (PlayStation) (Sony Interactive Entertainment, 2024). Zde je nutno podotknout, že se pochopitelně hraní videoher rozšiřovalo nejrychleji především ve vyspělých tržních ekonomikách. Přesněji tedy v západním světě, jako je USA, Západní Evropa, ale i např. v Japonsku či Jižní Koreji. Velký vliv na tento fakt měla určitě ekonomická vyspělost např. HDP per capita těchto území, ale i vliv globalizace, či politických podmínek.

Samotné arkády a konzole tvořily průkopníky v kompetitivním hraní. Velké množství her na tyto zařízení bylo vytvořeno i s možností hraní pro většinou 2, ale i více hráčů (Kent, 2001). Faktor tvořila také kompatibilita jedné konzole s více ovladači, nebo více vestavěných ovladačů v jedné arkádě. Tímto způsobem se zvýšilo nejen povědomí o videohrách, kde např. jeden ze skupiny přátel vlastnil domácí konzoli, na které mohla hrát celá skupina společně, ale i začátek kompetitivních neprofesionálních turnajů (June, 2013). Turnaje se pořádaly pomocí mnoha různých zařízení v různých hrách, nejpobulárnějšími z nich byly však turnaje v bojových hrách např. Street Fighter, kde si hráči mezi sebou především dokazovali, který je nejschopnější anebo soutěžilo o malé peněžní částky či jiné odměny (Wolf, 2007).

## **2.2 Éra počítačů a internetu**

I když se počítače vyskytovaly na světě podstatně delší dobu než např. konzole, tak nebyly pro širokou veřejnost velmi dlouhou dobu dostupné. První počítač ENIAC byl vyroben již v roce 1944, zatímco osobní neboli domácí počítače byly uvedeny na trh v průběhu sedmdesátých let jako celky, dříve byly k dostání pouze počítačové součástky nikoli celé sestavy (Waldrop, 2001). Samotné počítače nebyly v tuto dobu primárně využívány rekreačně ale spíš komerčně.

Vývoj výpočetní techniky a osobních počítačů se ze začátku projevoval spíše v průmyslu, armádě, logistice atd. (Bush, 1995), ale z hlediska investic se i v tuto dobu počítače projevovaly jako další veliký technologický pokrok (Ceruzzi, 2003). USA se stalo průkopníkem ve výpočetních technologiích. Tyto technologie se rapidně zdokonalovaly, a proto se firmy, které je úspěšně zkoumaly a prodávaly na trhu, dostaly do mezinárodního povědomí např. IBM nebo Apple (Ceruzzi, 2003; Waldrop, 2001).

Podobně rychlým tempem se dostal na trh další revoluční produkt se jménem internet, který změnil takřka všechna odvětví. Samotný internet, který ještě nesl svůj původní název ARPANET, měl velmi skromné prvopočátky v šedesátých a sedmdesátých letech minulého století. Jednalo se o technologii vyvíjenou Ministerstvem obrany USA za účelem lepší komunikace jednotlivých stanovišť a podobně. Původní myšlenkou pro vývoj bylo nahrazení rádiové komunikace a zdokonalení bezpečného a diskrétního přesunu dat za pomoci sítě několika zařízení (Abbate, 1999). Postupem času se síť rozrůstala po celém USA a samotné vlastnosti sítě, jakožto bezpečnost, rychlost, stabilita atd., byly zdokonalovány (Abbate, 1999).

Zdokonalování sítí a velký potenciál komerčního využití způsobilo veřejnou popularizaci a využití internetu v devadesátých letech minulého století, které pokračuje dodnes (Castells, 2010). Velkou roli v pokroku hrála právě dostupnost a kompatibilita internetu a osobních počítačů (Abbate, 1999). I když počátek veřejného internetu pomocí tzv. World Wide Webu měl značná negativa, jako bezpečnost, rychlost připojení a přesunu dat, jeho výhody byly revoluční (Castells, 2010). To si lze potvrdit například tak, že dnes si svět bez internetu nedokáže většina lidské populace představit a závisí na jeho chodu i velká většina bankovních převodů atd.

Jak již bylo řečeno, dnes je internet součástí téměř každého člověka, a to jak v pracovní době, tak i ve volném času. Vlivy internetu a technologií na lidské tělo a mysl jsou velmi studovaným a kontroverzním tématem, proto se tato práce bude zaměřovat spíše na geografickou stránku problému. Internet výrazně podpořil globalizaci. Vlivem výpočetních technologií a internetu se silně narušily historické hranice států, ale i regionů. Internet provázal lidi ze všech koutů světa, nejen pomocí sociálních sítí, ale hlavně ekonomicky (Castells, 2010; ITU, 2023). Dělná práce se díky kvalitní a rychlé komunikace v internetovém prostředí velmi změnila. Proto lidé často tráví velkou část svého dne na internetu, jak na počítačích, tak mobilních zařízeních. Z těchto důvodů se vyvinula řada zábavních průmyslů čistě založených na internetu. Jedním z nich je i online hraní a eSport.

## 2.3 Multiplayer a videohry v online prostředí

Online hraní je z velké části založeno na funkci multiplayer. Multiplayer neboli hra více hráčů je koncept, který se vyskytl v historii videoher velmi brzo, avšak v jednoduchých hrách je z počátku komercializace videoher multiplayer velmi rozdílně implementován než ve většině úspěšných her posledních dvou dekad. V dřívějších dobách před nástupem internetu byl multiplayer řešen především dvěma způsoby. Nejdříve formou split-screen a později lokálními sítěmi LAN (Kent, 2001). První jednodušší a nenáročný způsob split-screen neboli „rozdělená obrazovka“ spočívá v tom, že na jednom zařízení, například konzoli, hraje videohru více hráčů. Každý hráč má svůj ovladač, ale obrazovka je sdílena, to znamená, že ve hře je pro hráče nevýhodou omezená viditelnost a hráči musí být přítomni u stejného hracího zařízení.

Způsob, který je dosti podobný internetu v malém měřítku, tvoří síť LAN. Princip je podobný jako internetu, jedná se tedy o několik propojených zařízení. Téměř vždy se jednalo o osobní počítače, které sdílí data hry tak, aby mohli hráči hrát pospolu na více zařízeních s více obrazovkami. Nevýhodou oproti internetu je potřeba fyzického spojení zařízení, to znemožňuje propojení na velké vzdálenosti, ale zároveň jednotliví hráči mohou být od sebe desítky, v krajních případech i stovky metrů. Tento způsob se v kombinaci s internetem používá dodnes, protože síť LAN patří k těm nejstabilnějším a nejrychlejším možnostem připojení (Jansz & Martens, 2005). LAN sítě zaručují dodnes stejné podmínky hráčů v kompetitivní sféře, kde je potřeba co nejmenší vliv rušivých elementů např. odezvy, které mohou znevýhodňovat jednotlivce či tým, a narušit tak kompetitivní integritu (Jansz & Martens, 2005). LAN sítě měly také historicky silný vliv na kompetitivní stránku gamingu a hraní her jako samotné. Podobně jako u arkád se zde tvoří sociální faktor a pouto mezi hráči, kteří se někde sejdou, aby své zařízení propojili, nebo si síť vytvořenou z cizích počítačů pronajali (Jansz & Martens, 2005). Tímto způsobem vznikly sešlosti, kterým se přezdívalo *Lan-Party* v češtině také slangově „Lanky“ (PLAYzone, 2014). Lanky se konaly často v domácnosti jednoho z hráčů, ale také v prostředí například internetových kaváren apod (Jansz & Martens, 2005; Huhh, 2007). Tento trend je dodnes velmi populární hlavně ve východní Asii, nejvíce tedy v Jižní Koreji, Japonsku a Číně. Internetové kavárny byly často prvními místy, kde se hráči scházeli a porovnávali své síly vůči protivníkům v turnajích. Řada her, které byly eSportovními průkopníky, se pomocí internetových kaváren proslavila, a to např. Starcraft, Counter-Strike apod (Huhh, 2007).

Rychlý technologický vývoj samotných zařízení a internetu vedl k stejně rapidnímu vývoji videoherního průmyslu. Jedním z velkých pokroků bylo online prostředí, které umožnilo

spojení hráčů mezi světadíly a ukončilo potřebu fyzického spojení zařízení mezi sebou. První hry, které začaly využívat internet se vyskytly již v devadesátých letech minulého století krátce po komerčním zpřístupnění internetu (Charity, 2023). Online-multiplayer, jak je známý dnes, je spíše definován až po začátku nového milénia. Za vlivu technologického pokroku se stále více domácností napojilo na síť World Wide webu a stále více zařízení bylo s internetem kompatibilní, např. konzole, laptopy apod. Na nové podmínky se musel přizpůsobit i videoherní průmysl, proto se staly populárními hry, které umožnily hraní hráčů s celým světem z pohodlí domácnosti pomocí internetu (Charity, 2023). Vlivem pokroku se více umožnila možnost videohry stahovat přímo z internetu, a to bez potřeby CD nebo jiného přenosného média, což usnadňovalo přístup hráčům k produktům (vizte graf č. 1). Videohry se tak stávaly dostupnější, a tak i nejspíše populární alternativou aktivit jako sledování televizních programů.

Graf č 1: Počet online hráčů na herní platformě Steam mezi roky 2004–2024



*Písmeno A značí den 11. 3. 2020, kdy WHO deklarovalo pandemii Covid-19*

Zdroj: Steam DB (2024)

## 2.4 ESport a jeho historie

Jak již bylo naznačeno v předešlých podkapitolách, eSport je velmi obsáhlý termín popisující kompetitivní hraní řady videoher ve velice rozdílných žánrech za rozdílných podmínek a pravidel. Proto se v této podkapitole práce zaměří na počátky eSportu a jeho vliv na ekonomiku, tak aby lze bylo možné rozklíčovat toto komplexní téma.

Slovní spojení elektronický sport neboli eSport je většinou používáno ve smyslu profesionálního kompetitivního hraní videoher v prostředí turnajů či lig. Videoherní soutěže, a

následně i samotný eSport, se měnily společně s rychlým technologickým vývojem a zvyšující se popularitou videoher. Nadnárodní turnaje vznikly již v dobách, kdy konzole začaly být veřejně dostupné pro domácnosti (Jin & Borowy, 2013). Prvním z turnajů v nadregionální měřítku byl Space Invaders Championship z roku 1980 (Jin & Borowy 2013). Struktura tohoto turnaje byla vícestupňová. Nejdříve proběhly čtyři regionální soutěže, z každého regionu poté postoupili 4 hráči, kteří se následně utkali ve finále v New Yorku. Tato struktura umožnila participaci velkého množství hráčů přesněji přes 10 000 jedinců a několik tisíců diváků (Jin & Borowy, 2013; The Star Press, 1980). Pozoruhodné je, že samotná japonská hra Space Invaders neměla multiplayerový mód, a proto se výsledek určoval nejvyšším skórem jednotlivců.

Jak již bylo napsáno v předchozích odstavcích, tak se na vývoji kompetitivního hraní a později samotného eSportu podílelo mnoho technologických pokroků. Nejvíce se však podílel veřejně dostupný a dostatečně rychlý internet. Turnaje pomocí sítí LAN anebo turnaje konající se v arkádových centrech byly před rokem 2000 velmi populární, a tak byly pořádány pro desítky, stovky či v nejzazších případech tisíce jedinců. Měly tedy spíše hodnotu místního významu. Veřejně dostupný internet globalizoval videohry, a stejně tak profesionální hráčskou scénu. Lidé se nemuseli porovnávat v lokálních soutěžích, ale svůj talent mohli ukázat na světové scéně, proto se samotný eSport rozvíjel nejvíce až v 21. století.

S rostoucí hráčskou základnou se těsně na přelomu milénia v roce 1997 vytvořila eSportová organizace Cyberathlete Profesional League neboli CPL, která pravidelně pořádala mezi lety 1997 a 2008 každoročně 2 velké turnaje většinou FPS her pro jednotlivce, tak i pro týmy (Chaloner, 2020; Welch, 2006). Tato americká organizace se sídlem v Texasu byla průkopníkem eSportu na západní polokouli. Zaměřila se totiž na v té době velmi málo probádaný svět nového druhu zábavního průmyslu. V prostředí těchto turnajů se začaly tvořit nejen dodnes známe eSportové týmy jako například SK Gaming a velmi úspěšný Fnatic (Liquidpedia, n.d.), ale také konkurenční organizace a eSportové ligy, jakožto World Series of Video Games (WSVG) nebo Major League Gaming (MLG) (Chaloner, 2020; Welch, 2006).

eSport se však nerozvíjel na přelomu milénia jen v USA a Evropě, ale i v Asii. Nejvíce však v Korejské republice a Japonsku. Tyto země se zároveň v této době silně angažovaly jako jedny z pionýrských zemí v rámci vývoje a využívání moderní technologie v elektronických odvětvích. Vývoj západní a východní eSportové scény byl v řadách okolností podobný, ale také je zde velmi mnoho odlišností. Podobně jako v USA, se ve východních zemích prvopočátky eSportu datují do 70. a 80. let minulého století, jakožto lokální a později i nadlokální turnaje (Kent,



2001; Jin et al., 2013). Od 90. let se eSportová komunita Japonska a Jižní Koreji výrazně odlišuje.

Japonsko, které bylo jedním ze světově nejsilnějších producentů videoherního softwaru i hardwaru, si samozřejmě rozvinulo i svou profesionální scénu, díky silnému a velkému trhu videoher a videoherních konzolí (Jin & Borowy, 2013). Tento jev se přenesl i do eSportové sféry. Zatímco profesionální a poloprofesionální hráči z jiných koutů světa hráli na přelomu staletí především hry v žánru FPS a RTS na PC (Chaloner, 2020), tak japonská scéna byla tvořená spíše konzolovými hráči a soustředila na tituly, které se lépe ovládaly na ovladačích konzolí. Nejčastěji kompetitivně hraným žánrem tedy byly bojové hry, které zároveň měly v Japonsku historii sahající již do počátků 70. let (Kent, 2001; Chaloner 2020). Konzole a bojové hry jsou i dodnes právě v Japonsku populárnější než rozdíl od zbytku světa (ESM.ONE, 2024). I přes rozdílnosti se zde však utvořila velmi stálá a aktivní eSportová scéna.

Paralelně se na přelomu tisíciletí začala ukotvovat dnes jedna z nejsilnějších eSportových scén vůbec. Hovoříme o Jihokorejské eSportové scéně. Růst eSportu v Koreji ovlivnilo hlavně rapidní osvojení technologií, například internetu (Rea, 2016; Howard, 2018). Dalšími faktory byly vysoká rychlost sítí a dostupnost osobních počítačů na jejich každodenní využívání velmi brzo po jejich komerčnímu zpřístupnění. Již zmíněná dostupnost PC a rychlého připojení byla tak dobrá zejména díky extrémním nárůstu popularity a počtu internetových kaváren, kterým se v Jižní Koreji přezdívalo *PC bang* (Rea, 2016; Howard, 2018). V neposlední řadě stála za popularizací eSportu otevřenost Korejců k novým odvětvím, na rozdíl od západu, kde byly videohry často mediálně více stigmatizovány (Kent, 2001; Chaloner, 2020; Howard, 2018). Velký „boom“ korejského eSportu a počátky masivního eSportového zábavního odvětví, jak je známe dnes, začaly právě v Koreji po zveřejnění hry Starcraft v roce 1998 (Esports Insider, 2023). Hra byla oblíbená po celém světě, ale v Jižní Koreji byla hra takřka národním fenoménem. Dle videoherního časopisu Edge (1999) se v Jižní Koreji prodalo zhruba milion kopií této hry, což bylo takřka 50 % všech kopií prodaných na světě. Pro vizualizaci si lze představit, že při tehdejší populaci 46,6 milionů obyvatel (Worldbank, 2024) si zakoupil hru 1 ze 46 obyvatel, když pomineme tedy fakt, že si jedinec může koupit více kopií apod.

Vlivem popularity hry Starcraft docházelo k pořádání velkých turnajů, budování slavných jmen vrcholových hráčů, a také i možností, jak zpeněžit eSport podobně jako ostatní sporty (Jin & Borowy., 2013; Rea, 2016). Objevila se marketingová strana, kde jednotlivé hráče začaly podporovat známé značky jako například SK Telekom, který v těchto dobách vytvořil jeden

z nejnámějších eSportových týmů vůbec s jménem SKT T1 (Jin, 2010). Zároveň se samotné hry začaly dostávat do médií, nejdříve jako články v novinách, později jako záznamy či živé vysílání her na televizních kanálech. V tomto ohledu byla Jižní Korea výrazně napřed oproti zbytku světa (Jin, 2010). Vlivem těchto okolností musela zakročit a regulovat vzkvétající eSportovou scénu i korejská vláda. Tímto způsobem vznikla v roce 2000 první státem, respektive ministerstvem kultury, sportu a turismu, schválená organizace zabírající se eSportem jménem KeSPA neboli Korean e-Sports Association (LinkedIn, n.d.). Vzhledem k faktu, že být profesionálním hráčem se stalo opravdovým povoláním, bylo nutné nastavit zákony a pravidla tak, aby podmínky hráčů a jejich příjmy byly vhodné pro žití. Zároveň KeSPA sloužila jako propojení státu, hráčů a médií. Tím dohlížela při vysílání na dodržování zákonů o duchovním vlastnictví apod. Asociace dále dopomáhala při organizaci soutěží a vytvoření struktury, pravidel hry a turnajů a tvorbě brandovaných týmů, např. již zmíněného SKT T1 pod záštitou SK Telekom (LinkedIn, n.d.; Jin, 2010).

## **2.5 Současný stav gamingu a eSportu**

V současné době je videoherní průmysl i eSport silně rozrůstajícím se odvětvím. Samotné videohry si dnes může zahrát takřka kdokoli, kdo vlastní osobní počítač, či jiné vhodné zařízení. Technologickými, marketingovými a sociálními změnami se gaming dostal do povědomí takřka celého světa.

Velkým pozitivem je, že dnes nejsou zařízení určené jen pro hraní her jako například staré herní konzole, ale jedná se o multifunkční zařízení, které často neslouží jen k volnočasovým aktivitám, např. mobilní telefon nebo osobní počítač. Tato skutečnost dopomáhá k tomu, že potřebná zařízení mohou sloužit během dne nejen pro pracovní činnost, ale i tu rekreační, proto obyčejný člověk nemusí vynaložit žádné vstupní náklady, jakožto tomu bylo dříve.

Další kladem je pro gaming i online prostředí. To velmi usnadňuje koupi samotného herního obsahu pomocí internetových obchodů, ale i následnou instalaci, která v dnešní době nevyužívá fyzických disků či jiných médií. Stejně tak je více videoher na trhu ke stažení bezplatně.

Internet také umožňuje bez poplatků požívat videoherní obsah v jiných formách. Vysoce populární jsou živé záznamy tedy streamy, ale i videa na platformách YouTube či Twitch, ale i na tradičních sociálních médiích např. Facebook, Tik Tok, X dříve známý jako Twitter, nebo také Instagram. Je nutno zmínit, že tyto platformy jsou „západní“, ale existuje mnoho čistě asijských platform, které jsou z hlediska sledovanosti často ještě úspěšnější. Mezi ně patří

kupříkladu streamovací platformy jako čínský Tencent video, bilibili nebo Jihokorejská platforma AfreecaTV a mnoho dalších (Tan, 2019). Z těchto důvodů je být hráčem, i když jen občasným, o poznání jednodušší.

Díky vyšším počtům hráčů a dostupnosti herního obsahu se videoherní průmysl posunul v rámci marketability. Dle Frankeho (2015) se z knihy eSports Yearbook 2014/2015 lze přesvědčit, že eSport v dnešní době podobá dle výdělků řadě populárních tradičních sportů např. hokeji, fotbalu, boxu apod. Vlivem těchto skutečností se do sféry eSportů zapojila řada světoznámých sponzorů. Podobně jako v minulosti jihokorejského eSportu se i v ostatních částech světa stal branding velkou částí eSportu, neboť nadnárodní firmy chtějí oslovit svým produktem rostoucí hráčskou a eSportovou komunitu (Lefebvre et. al., 2020). Branding slavných značek lze pozorovat například v názvech týmů, soutěží, na dresech hráčů i uvnitř samotné hry. Branding ve videohrách velmi dobře popsal Matt Wolf, představitel společnosti Coca-Cola v rámci gamingu, který pronesl: „eSport je ve stavu, který je vhodný pro investice společností. eSport je skutečný, udržitelný a jeho růst je astronomický“ (Franke, 2015).

Dalším faktorem popularity eSportu a hraní, který navazuje na ekonomickou stránku, je provázanost gamingu a kultury mladých, ale i starších generací (Franke, 2015; Lefebvre et. al., 2020). Nejen že se dostává do takzvaného *mainstreamu*. *Mainstream* je soubor myšlenek a názorů, které reprezentují většinu společnosti (Cambridge Dictionary, 2024c). Videohry a eSport jsou všudypřítomné. Lze je najít na obalech výrobků v obchodech, na sociálních sítích, nebo i v televizních přenosech. Z těchto důvodů pro velkou část mladých obyvatel tvoří značnou část jejich zájmů a světové kultury podobně jako sporty (Franke, 2015; Korpimies, 2019).

Samotný eSport procházel řadou změn podobně jako povědomí veřejnosti o něm. V dřívějších dobách se jednalo především o turnaje organizované např. internetovými kavárnami. Dodnes také samozřejmě existuje řada těchto turnajů. eSport se ale posunul dále spíše ke strukturovaným a regulovaným ligám ve spolupráci s národními a nadnárodními orgány podobně jako u konvenčních sportů (Witkowski, 2012). Samotné struktury turnajů, lig, ale i třeba tréninků jsou velmi podobné těm sportovním. Za předpokladu, že jsou tedy porovnávány jednotlivé sporty a eSporty podobného charakteru např. individuální sport jako box a individuální eSport jako Starcraft (Franke, 2015; Witkowski, 2012). V mnohém se také zlepšily podmínky pro profesionální hráče. Jedním z těchto zlepšení je kontrola a stanovení pravidel ohledně životních a platových podmínek pro hráče (WESA, n.d.). Druhá důležitá změna je

podpora karierního vzestupu pro mladé hráče, kupříkladu podporou národních a regionálních profesionálních lig, ale také například univerzitní scény (Witkowski, 2012).

## 3 Příklad hry League of Legends

Tato kapitola se již blíže zaměřuje na konkrétní videohru a její eSportovou scénou. Jedná se o divácky nejpoblárnější počítačovou videohru League of Legends, zkracováno jako LoL (ESM.ONE, 2024). Tato hra oslovuje velkou řadu hráčů od příležitostných, až po ty, kteří preferují velmi kompetitivní prostředí profesionální scény. Účelem práce je představit hru jako takovou, jakým způsobem tato hra vznikla a jak se stala populární. Následně si dává za cíl představit jednotlivé geografické aspekty, které jsou s touto hrou spjaté.

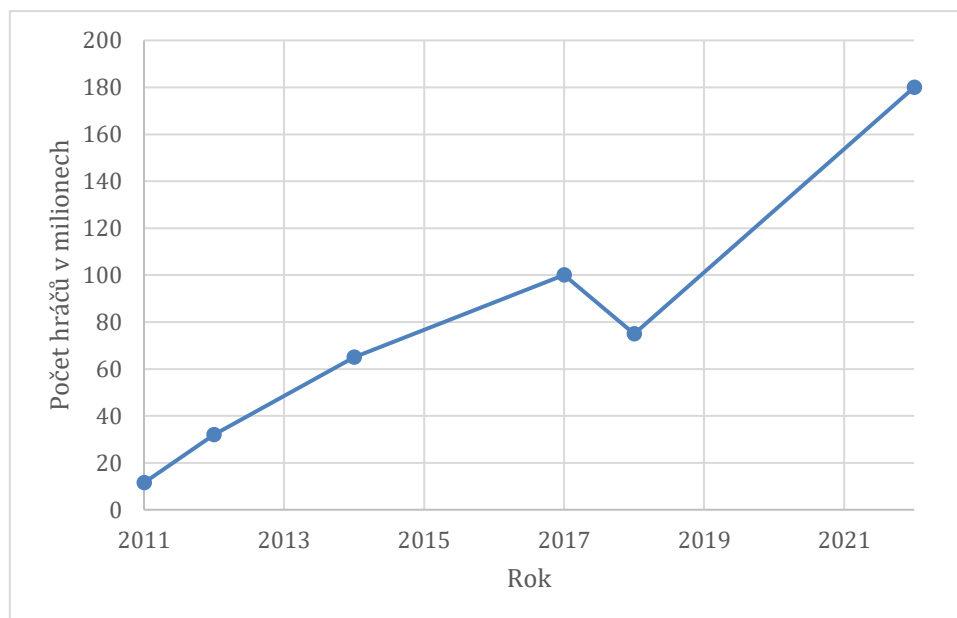
### 3.1 Základní informace o League of Legends

Vybranou počítačovou hrou je League of Legends vytvořenou americkou společností Riot Games, Inc v roce 2009 (Riot Games n.d.a). Hru lze zařadit jako příkladovou MOBA hru. Lépe je však možné specifikovat League of Legends jako hru s několika mapami a módy, které spojují základní cíl a videoherní mechaniky. Základním módem, který se používá i při hře na eSportových turnajích, je mód pět hráčů modrého týmu proti pěti hráčům červeného týmu na herní mapě s jménem Vyvolávačův žleb (Riot Games n.d.a).

Nezákladnější pravidla tvoří, že týmy jsou dva, a jsou sestaveny z pětičlenné skupiny rozdílných hráčských charakterů nazývaných šampioni. Každý šampion tvoří velmi důležitou část každého zápasu v LoL, neboť má vlastní sadu schopností, které pomáhají jeho týmu k vítězství. Šampioni získávají výhody nad svými protivníky různými metodami, společně však mají zdroje, kterými jsou zlaťáky a zkušenosti. Zlaťáky jsou zdrojem, který umožňuje šampionům kupovat v obchodě každé základny předměty, které zvyšují jeho statistiky, např. sílu schopností či brnění, tak aby lépe čelil nepřátelským hrozbám. Tento zdroj získávají šampioni v malém množství pasivně, ale také z větší části likvidováním nepřátelských šampionů, poskoků a struktur, či neutrálních monster. Zkušenosti získávají šampioni podobně, avšak zde neplatí pasivní příjem časem. Vyšší množství zkušeností a zlaťáků oproti nepřátelskému týmu tedy poté zvětšuje výhodu týmu, a tak usnadňuje cíl týmu na zničení základny, což je jediný způsob, jak tým může vyhrát, pokud je pominuta možnost kapitulace nepřátelského týmu.

### 3.2 Ekonomická stránka League of Legends a Riot Games

Graf č 2: Odhadované měsíční průměry počtů aktivních uživatelů za roky 2011, 2012, 2014, 2017 a 2022



Zdroj: Riftfeed (2023), vlastní zpracování

LoL má velmi silnou a stálou hráčskou základnu. V roce 2022 to bylo až 180 milionů aktivních hráčů za měsíc viz graf č. 2 (Riftfeed, 2023). Jedním z důvodů je, že hra je volně a zadarmo ke stažení na internetu. Byla jedním z průkopníků metody *Free-to-Play*, která je nyní velice populárním způsobem, jak na hru nalákat velké množství lidí, kteří jí mohou bezplatně vyzkoušet.

Hra je zmonetizovaná tzv. mikrotransakcemi, neboť hru podporují příjmy za dodatečný obsah do hry. V případě LoL se jedná například o jiné modely šampionů zvané *skins* viz obr. č. 3 a 4. (níže). Důraz je kladen i na kompetitivní scénu, a tak je veškerý placený obsah tvořen estetickými úpravami hrdinů či hráčského účtu, nebo předměty které jsou zpřístupnitelné i pouhým hraním. Dodatečný obsah by neměl přidávat žádné výhody tak, aby se zachovala *fair-play*, který je základním předpokladem všech sportů, nejen těch internetových.

Obr. č. 4: Základní model šampiona Bard



Zdroj: Riot Games (n.d.a)

Obr. č. 3: Placený skin šampiona Bard



Zdroj: Riot Games (n.d.a)

Další atraktivitou pro nové, stávající anebo vracející se hráče je takzvaný *life-service*. Life-service označuje hry, které i po svém vydání přidávají nový herní obsah. V případě LoL se jedná o spoustu různých změn. Mezi tyto změny patří nový šampioni, zásahy do statistik jednotlivých hrdinů či nové herní mody. Tyto zásahy do hry lákají nové hráče a udržují hru „svěží“ pro ty stávající. Zároveň se v těchto shlucích změn, které se do hry přidávají někdy i několikrát v rámci jednoho měsíce, vstupují i nové kosmetické mikrotransakce, které financují hru.

V neposlední řadě je důležité, že League of Legends není jenom videohrou, kterou je možné považovat za vlajkovou loď dnes světoznámého videoherního studia Riot Games, ale i samostatnou značkou nesoucí se mimo videoherní průmysl (Crecente, 2019). Svět hry zvaný Runeterra a postavy spojené s League of Legends lze vidět i mimo obrazovky. Riot Games velmi často spolupracuje s řadou firem apod. Podobně jako řada videoher i LoL tematika zdobí řadu obalů potravin či videoherního příslušenství.

Zajímavější je však branding LoL v rámci zábavního průmyslu mimo ten videoherní. Existuje řada povídek, které prohlubují příběhy šampionů a svět hry. Velké množství z nich je bezplatně k přečtení na webu [leagueoflegends.com](http://leagueoflegends.com), ale existují i tištěné knihy k zakoupení. Populární je hudba s tematikou LoL ve spolupráci s umělci, např. hymna Warriors napsaná skupinou Imagine Dragons pro mezinárodní turnaj Worlds 2014, která se dostala do povědomí i mimo videoherní fanoušky (Riot Games, n.d.b). Veřejností velmi oblíbený byl také seriál Arcane odehrávající se ve světě LoL, který je českými fanoušky hodnocen jako 17. nejlepší seriál vůbec (Česko-Slovenská filmová databáze, 2024).

### 3.3 Regiony League of Legends a eSportová struktura

Jak již bylo zmíněno v kapitole o současném stavu gamingu a eSportu, tak je členění v rámci LoL a jeho eSportu obdobné s členěním u tradičních sportů. Herních regionů existuje k 06.03.2024 jedenáct (Riot Games, n.d.a). Můžeme předpokládat, že tyto regiony neboli servery jsou určeny z mnoha důvodů. Hlavními z nich jsou přijatelná odezva a shlukování stejných kultur zejména kvůli podobnosti jazyků (Riot Games, n.d.a).

Tab. č. 1: Servery hry League of Legend pořádané Riot Games k roku 2024

Server	Kontinent	Státy
EU West	Evropa	Státy západní Evropy
EU NE	Evropa	Střední a Východní Evropa
Russia	Evropa	Rusko
Brasil	Jižní Amerika	Brazílie
LA South	Jižní Amerika	Argentina, Bolívie, Chile, Paraguay, Uruguay,
LA North	Jižní Amerika a Mexiko	Mexiko, Státy střední Ameriky, Kolumbie, Ekvádor, Peru
Japan	Asie	Japonsko
Korea	Asie	Jižní Korea
Philippines	Asie	Filipíny
Taiwai, Hong Kong and Macao	Asie	Čína, Hong Kong, Taiwan
Thailand	Asie	Thajsko
Vietnam	Asie	Vietnam
Oceania	Austrálie	Austrálie a Nový Zéland
Turkey	Evropa / Asie	Turecko
North America	Severní Amerika	USA a Kanada

Zdroj: Riot Games (n.d.a), vlastní zpracování

Dle tab. č. 1 lze vidět všech 15 serverů Riot Games. Je ovšem nutné zdůraznit, že existují i regiony, které jsou rozděleny na několik serverů, místo jednotného regionálního serveru. To je typické zejména pro asijské regiony.

Obr. č. 5: Mapa regionu EU NE



Zdroj: Fandom.com (2024)

Obr. č. 6: Mapa regionu EU West



Zdroj: Fandom.com (2024)



Regiony jako Vietnam, Thailand apod. byly zřizovány společnostmi mimo Riot Games, dnes však fungují pomocí spolupráce herního studia Riot a tamějších telekomunikačních společností. Na starším principu stále pracují servery v Číně, které jsou také velmi populární, ale v tabulce nejsou znázorněny, neboť je spravuje společnost Tencent Gaming a China Telecom (Riot Games, n.d.a; Liquidpedia, n.d.).

ESportová scéna je pak dělena na ligy. Tyto ligy jsou rozloženy podobně jako regiony LoL a dá se říct, že ve většině případů kopírují hranice regionů, či spojují několik regionů dohromady. Samotné ligy mají rozdílná pravidla, turnajové struktury apod. Jedná se tedy o autonomní ligy, které fungují samostatně dle pravidel přizpůsobených tamějším zákonům. Takovýchto lig je mnoho, ale jenom několik z nich má nárok vyslat svůj nejlepší tým na světové šampionáty (Riot Games, n.d.a; LoL Esports, 2023).

Světovými šampionáty se rozumí každoročně pořádané MSI (Mid-Season Invitational) a Worlds. Obě soutěže pořádá samotný Riot Games za pomoci mnoha sponzorů a nadnárodních a i národních společností a orgánů, hlavně ze zemí, ve kterých se v daný rok šampionát fyzicky uskutečňuje.

Tab. č. 2: Ligy s možností kvalifikace na světové šampionáty

Jméno ligy	Obsažené herní regiony
LEC	EU West, EU NE
LCS	North America
LCK	Korea
LPL	China
LLA	LA South, LA North
CBLOL	Brasil
PCS	Taiwan, Hong Kong, Macao
VCS	Vietnam
LJL	Japan
OCE	Oceania

Zdroj: LoL Esports (2023), vlastní zpracování

Jak již bylo dříve řečeno, na tyto turnaje se mohou dostat jen ty nejúspěšnější týmy z těch nejlepších lig světa. Těmito ligami jsou čínská LPL, korejská LCK, evropská LEC a severoamerická LCS, které jsou považované za tzv. *Major Leagues (Major Regions)*. Dále se na turnaj mohou kvalifikovat nejlepší z týmů tzv. *Wildcard Regions*, mezi které patří ligy jako vietnamská VCS, brazilská CBLOL, latinskoamerická (mimo Brazílii) LLA, japonská LJL a PCS, která zahrnuje hráče z Hong Kongu a Taiwanu (LoL Esports, 2023). Zároveň je ale nutno

podotknout, že historicky úspěšnější ligy mají právo vyslat na světové soutěže více týmů dle určitých pravidel.

## 4 Metodika práce

Teoretická část práce se skládá především z literární rešerše odborné literatury na téma geografie sportu a geografie jako takové, ale také z odborné literatury na témata internetu, videoher a profesionálního hraní. Literatura zaměřující se na sport byla užita zejména v první kapitole práce, která slouží k definici základních termínů jako sport a eSport, a jejich kategorizace, či při komparaci rozdílů a podobností. Kvůli nedostatku odborné literatury na téma eSportu je práce doplněna vhodně z jiných oblastí, zejména tedy z oblastí sportu a geografie sportu.

Práce také využívá mnoho internetových zdrojů atypických pro kvalifikační práci. Hlavně kvůli příhodnému tématu eSportu, které je úzce provázáno s online prostředím, jsou v práci užity data z internetových databází. Lze tedy hovořit o datech jako informace o soupiskách eSportových týmů, sledovanost na online platformách a podobně.

Co se týče teoretického základu, tak se práce obrací nejčastěji na Wallersteinovu teorii světového systému a její rozdělení světa na jádra, semiperiferie a periferie. Tato teorie se v práci vyskytuje především proto, aby poukázala na disparity mezi jednotlivými částmi světa. Tyto rozdíly ekonomické úrovně potom naznačují možné důvody k různému růstu a vývoji eSportů.

Praktickou část práce tvořila především analýza empirických dat z webových databází např. ESM.ONE, která shromažďuje velké množství dat ohledně eSportu a s ním spojených témat. V těchto internetových databázích jsou data však velmi často v nevhodném formátu a často nad rámec této kvalifikační práce. Proto velká část empirických dat musela být vhodně graficky upravena. Pro vlastní tvorbu map byl využit software ArcGIS Pro a jeho úložiště podkladových souborů. Vytvoření grafů a tabulek bylo umožněno využitím programu Microsoft Excel.

Z takto vytvořených podkladů se v praktické části analyzuje nejvíce vznik, sledovanost a národnosti složení jednotlivých regionálních eSportových lig hry LoL. Hlavní náplní kapitol praktické části je vyvození závěrů z empirických dat a zodpovězení výzkumných otázek.

Mezi výzkumné otázky patří například: Májí ekonomické podmínky zemí vliv na počet profesionálních hráčů LoL? Je prokazatelné, že se eSport vyvíjí nejdříve v jádrových oblastech a poté v semiperiferních se zpožděním? Existují na světě centra eSportu?

Při bližším pohledu na ligu LEC v podkapitole 5.3.4 je využito metody kartogramu, která slouží k prostorovému zobrazení relativních dat. V tomto případě lze hovořit zobrazení jednotlivých

států v mapě dle poměru počtu hráčů v lize LEC na milion obyvatel, tak aby je bylo možné lépe komparovat.

Důležité je však zmínit, že praktická část práce je zaměřena jen na hráče nastupující v ligových zápasech, tedy pouze 5 startujících hráčů za tým. Celé týmy a jejich organizace se skládají z většího počtu osob, počínajíc záložními hráči, trenéry až po kuchaře a maséry podobně jako u konvenčních sportů. Analýza všech osob podílených na chodu týmu by byla nad rámec práce a pro týmy s vyšším počtem těchto osob nejspíše i zavádějící.

Zároveň je v této kapitole využit Pearsonův korelační koeficient k potvrzení či vyvracení vlivu HDP PPP země na počet zástupců stejné země v LEC, a podobně tak i u počtu obyvatel dané země na počet zástupců v LEC stejné země. Dle Českého statistického úřadu (2023) se parity kupní síly využívají ke srovnání hrubého domácího produktu (HDP) různých zemí, aniž by tyto údaje byly zkresleny různými cenovými úrovněmi v těchto zemích. Přesně pro tyto vlastnosti byl ekonomický ukazatel HDP PPP na osobu vybrán, neboť se jedná o veličinu, která dostatečně přesně představuje ekonomickou úroveň zemí.

Pearsonův korelační koeficient, který je obvykle označován písmenem  $r$ , je druhem korelační analýzy. Sleduje tedy souvislost 2 veličin a určuje jejich variabilitu v rámci lineárního trendu (Pavlík & Dušek, 2012). Pro výpočet Pearsonova korelačního koeficientu byl v práci použita funkce PEARSON v programu Microsoft Excel.

Vzorec pro výpočet Pearsonova korelačního koeficientu užitý programem Microsoft Excel:

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

Zdroj: Microsoft Podpora (n.d.)

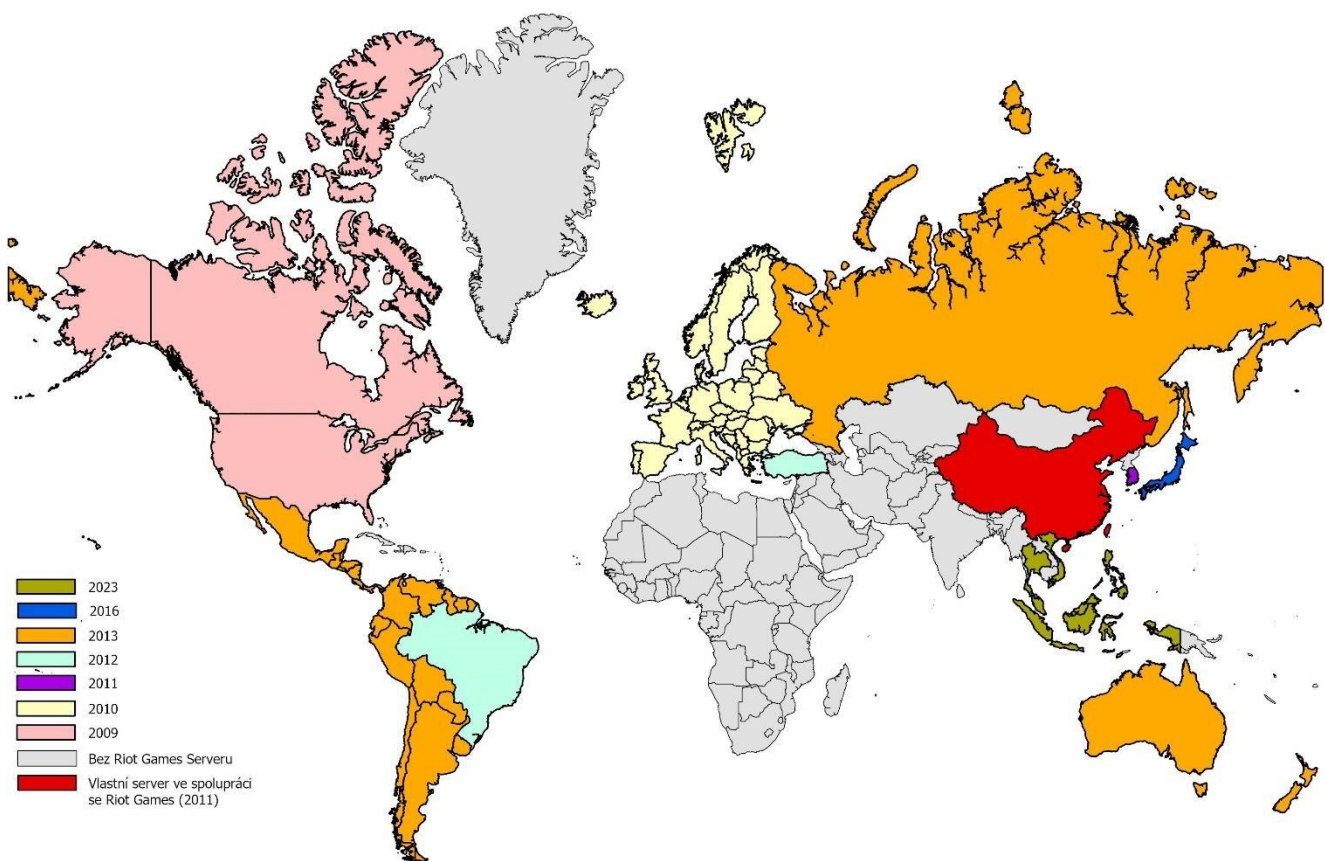
## 5 Praktická část

### 5.1 Původ a šíření League of Legends

Dnes je hra League of Legends považována za jednu z nejpoblárnějších a nejhranějších na světě, ale nebylo tomu tak vždy, proto je důležité popsat růst a podmínky, které ji doprovázely.

Důvodem pro vytvoření League of Legends byla myšlenka autorů vytvořit samostatnou hru podobnou oblíbené hráčské mapě z populární hry Warcraft 3 s názvem *DOTA All-Stars*. Tato mezi hráči velmi oblíbená mapa byla jedním z průkopníků žánru MOBA, podobně jako již zmíněná hráčská mapa Aeon of Strife. Studio Riot Games však nebylo jediné, které kolem 2009 chtělo naplnit poptávku po hrách v novém a atraktivním žánru MOBA (Minotti, 2014).

Mapa č. 2: Oficiální Riot Games servery League of Legends s roky spuštění do roku 2024



Zdroj: Riot Games (n.d.a), vlastní zpracování pomocí ArcGIS Pro

Je tedy zřejmé, že se hra s původem v USA nejdříve rozšiřovala v Severní Americe. Avšak narozdíl od šíření sportů v reálném prostoru se v rámci online prostředí mohla hra LoL velmi rychle rozšiřovat, i na dlouhé vzdálenosti bez ohledu na hranice států či přírodní překážky. O této skutečnosti se lze přesvědčit prostřednictvím mapy č. 2, která ukazuje, kdy se v jednotlivých regionech spustily servery League of Legends.

Mapa č. 2 ukazuje, že se hra krátce po svém vydání rozšířila do Evropy prostřednictvím serverů EUW (Evropa Západ) a EUNE (Evropa Sever a Východ), které byly oficiálně spuštěny v roce 2010. Tento tah lze považovat za přirozený vývoj kvůli podobným podmínkám Evropy a Severní Ameriky. Mezi tyto podmínky mohou patřit např. ekonomické podmínky a dostupnost osobních počítačů a internetu pro veřejnost, ale také podobné kulturní podmínky. Roli také zajisté tvořila obecná znalost angličtiny, která je součástí povinných učebních osnov velké části evropských škol. Kromě jazyka však mezi Evropou a Severní Amerikou existuje i jistá politická a ekonomická provázanost, která se datuje až do společné historie.

Podobně je možné předpokládat, že k průniku LoL na evropský trh dopomáhala i rostoucí poptávka po videohrách a videoherním obsahu na internetu. Jak již bylo řečeno v teoretické části, Evropa podobně jako USA tvořila jeden z prvních průkopnických jádrových regionů, kde se videohry, a později i internet rychle uchytil. Proto se lze domnívat, že se bude jednat o jednu z prvních destinací, kam dorazí budoucí globální fenomén s názvem League of Legends.

V roce 2011 se oficiální LoL server rozšířil i do takzvané „*Mekky eSportu*“, tedy do Jižní Koreji. Jižní Korea byla a je i dodnes právě pomyslným domovem eSportu, z velké části právě díky hrám Starcraft a League of Legends. Z teoretické části je zřejmé, že jihokorejský eSport je asi nejvíce podobný konvenčním sportům. K eSportu se zde pojí kultura podobně jako např. k fotbalu v Anglii.

Jihokorejská republika se podobně jako Evropa pyšnila rychlým osvojením internetu a technologií obecně. Zároveň se také jednalo o novou a silně rostoucí ekonomiku, kde již eSport měl strukturu a byl považován za legitimní a marketabilní zdroj zábavy. Z těchto důvodů velká část korejských hráčů rychle přesedlala z upadající hry Starcraft na novou populární a silně kompetitivní hru League of Legends ještě dříve, než dorazil oficiální server (LEC EUPhoria Podcast, 2024).

Pro Riot Games dr tato země nabízela jako další z přirozených míst pro expanzi, možná ještě více než samotná Evropa. Lze však předpokládat, že se LoL rozšířilo do Jižní Koreji později právě kvůli rozdílnému jazyku a menší propojenosti trhu.

Okolo roku 2011 se hra a její servery dostaly i do Číny a většiny jižní a jihovýchodní Asie. Na mapě č. 2 je možné vidět, že Čína nevlastní server od Riot Games, a podobně tomu bylo do nedávna i u zemí jihovýchodní Asie. Příčinou je spolupráce Riot Games se společností Tencent, která v roce 2011 odkoupila většinu Riot Games (Russell, 2015), a singapurskou herní platformou Garena (Andi, 2022). Tyto servery pro hru League of Legends fungovaly autonomně v kooperaci s Riot Games (Andi, 2022).

Lze je však považovat za oficiální servery, i když nebyly pod záštitou společnosti Riot Games. Na rozdíl od Jižní Koreje neměl eSport v Jižní a Jihovýchodní Asii, když vyjmeme Japonsko, historii ani strukturu. Příčinou pro expanzi do těchto území bude nejspíše velikost a rostoucí trendy trhů zemí jako například Čína, Indonésie a Vietnam. Zároveň k rozšíření do Číny zajisté dopomohla akvizice Riot Games čínským konglomerátem Tencent.

Problémem poté mohla být velmi odlišná kultura a jazyky, právě z těchto důvodů vznikla spolupráce herních společností Garena a Riot Games, tak aby zjednodušila převod hry vyrobené v USA do prostředí kulturně striktnějších zemí jakožto Čína, kde jsou některé motivy a systémy hry nevyhovující. Čína a velká část východní Asie má řadu kulturních výsad, kvůli kterým se obsah západních médií musí přizpůsobovat. Jedním z těchto kulturních rozdílů je vyobrazování krve a kostí, či jiných motivů spojených se smrtí. Tyto motivy jsou ve východní Asii považovány za tzv. tabu, tedy sociální či nábožensky zakázané symboliky v rámci videoher. (Andi, 2022).

I přes dlouholetou spolupráci v roce 2023 servery provozované společností Garena přestaly operovat. Z těchto důvodů lze vidět na mapě č. 2, že většina asijských serverů Riot Games byla vytvořena v roce 2023 po ukončení kooperace se singapurskou firmou. Nelze tedy na mapě č. 2 zelenou barvou vyznačené servery, jako např. Filipínský či Vietnamský server, považovat za rozšiřování hry do nových končin, ale spíše jako sjednocení herních serverů pod značku Riot Games.

V roce 2012 se LoL servery objevily v Brazílii a Turecku. Obě země spojuje několik parametrů, které je možné považovat za motivátory pro brzké zhotovení vlastního herního serveru. Obě země představují masivní populační základnu s rostoucím videoherním trhem. Tyto trhy jsou zároveň vlivné v rámci své polohy. Brazílie tvoří největší trh Jižní Ameriky a Turecko je velkým a stabilním trhem v rámci západní Asie. Jedná se tedy o neprozkoumané centrální oblasti větších geografických celků, do kterých Riot Games chtělo proniknout.

Tyto země nevyčnívají mezi ostatními ve svém regionu jen ekonomicky, ale i v rámci eSportu. V obou státech je soutěžní hraní videoher historicky velmi populární, zejména díky úspěšnosti tamních hráčů v celosvětových turnajích herní série Counter-Strike (Mahfoud, 2019; Esport Insider, 2023).

Největší zvýšení počtu serverů proběhlo v roce 2013, kdy se zhotovily servery Latinská Amerika sever a jih, pokrývající celou střední a jižní Ameriku s výjimkou Brazílie. Dále se přidaly servery Rusko a Oceánie, do kterého spadá Austrálie a Nový Zéland.

Odlišně od předchozích expanzí se tyto regiony neřadí mezi známé pro hraní videoher. Obdobně se nejedná, pokud vyjmemme server Oceania, o země, které by byly ekonomicky na předních světových příčkách.

Lze tedy předpokládat, že primárním motivátorem růstu bylo vyplnit hluchá místa tak, aby se hráči z těchto oblastí mohli lépe nacházet s kulturně a jazykově podobnými spoluhráči, zejména v latinskoamerických regionech. Popřípadě aby odezva internetu v rozsáhlých oblastech a odlehlých Ruska či Austrálie byla přijatelná.

Posledním serverem přidaným v roce 2016, když nepočítáme přechodné servery jižní a jihovýchodní Asie, je Japonsko. Samotné Japonsko je velmi osobitou oblastí. Jak velikostí ekonomiky, tak i z hlediska oblíbenosti videoherního a internetového zábavního průmyslu je Japonsko velmi silné. Globálně nejznámější videoherní tituly zde často nesklízejí stejně velké počty průměrných hráčů (Steam DB, n.d.). Podobně tomu tak je i u hry League of Legends. Z těchto důvodů pravděpodobně i přes velmi dobré podmínky velkého trhu Japonska, který je o poznání zajímavější v rámci videoher než kupříkladu turecký, neměl vlastní server dříve.

Při pohledu na celkový vývoj pomocí serverů z mapy č. 2 lze tvrdit, že největšími činiteli ve vývoji LoL byly hlavně ekonomická úroveň a dostupnost internetu, či popularita videoher. Země, které měly velké množství potencionálních hráčů, dostaly vlastní server předně. Jak již bylo očekáváno, oproti tradičním sportům se ty internetové mohou pohybovat více globálně. Nepoutají je geografické překážky jako reliéf, či klima.

Je možné však diskutovat, že největším činitelem pro šíření LoL byly tržní mechanismy spojené s globální trhem. Nejrychleji se hra vyskytla pochopitelně tam, kde po ní byla největší poptávka. Příkladem tohoto jevu je právě Jižní Korea, která byla jednou z prvních zemí



s vlastním serverem, i když oproti „západnímu světu“ je zde velká kulturní a jazyková bariéra. Velkými pozitivy jako je historie a popularita videoher i kompetitivního hraní a velký počet hráčů bylo pravděpodobně zapříčiněno vytvoření serveru dříve než v zemích s početnější populací základnou nebo mohutnějším trhem.

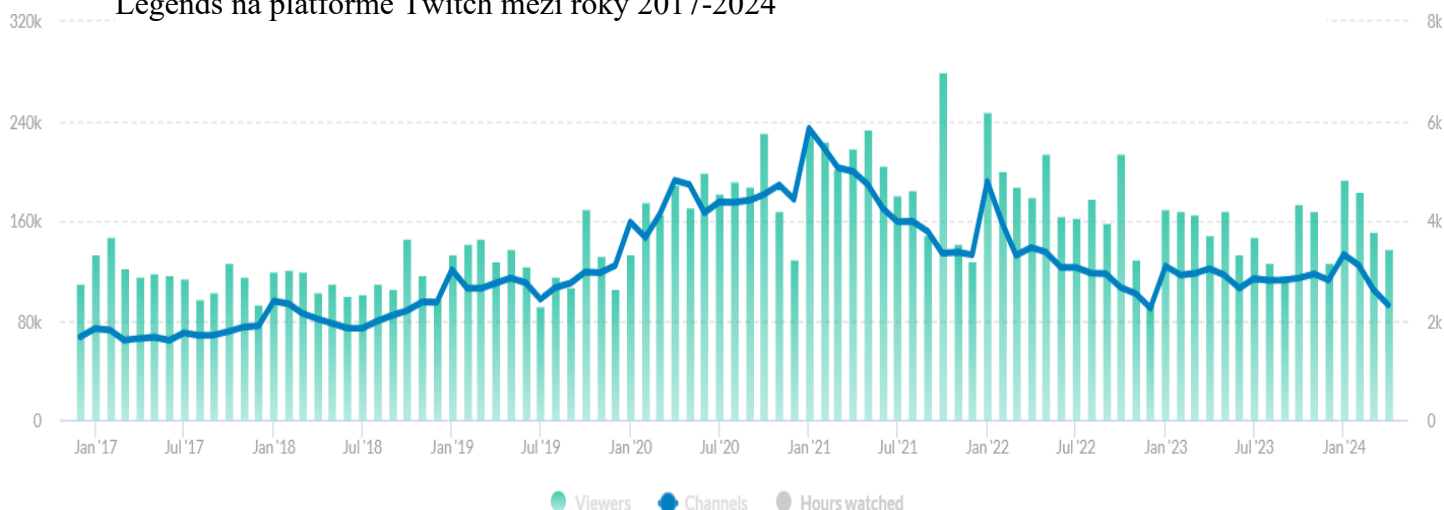
Samotná rychlost šíření je také vlivem globalizace o mnoho značnější. Zatímco většina populárních sportů jako kopaná, které se šířily desítky či stovky let tzv. „z úst do úst“ či pomocí fyzických medií, eSporty se mohou stát globálními v rámci několika let a hra League of Legends je tomu důkazem.

## 5.2 Popularita League of Legends dle sledovanosti

### 5.2.1 Sledovanost League of Legends v online prostředí

League of Legends lze považovat za eSport medializovaný především pomocí livestreamů a sociálních sítí. V dnešní době je tento trend možné zajisté sledovat i u sportovních utkání, která tradičně nejvíce využívali televizních vysílání. ESportové televizní přenosy samozřejmě také existují, ale i ve východoasijských zemích, kde jsou populárnější, tak nepřekonávají výše zhlédnutí z internetových zdrojů.

Graf č 3: Měsíční průměry denních diváků a počty aktivních kanálů v kategorii League of Legends na platformě Twitch mezi roky 2017-2024



Zdroj: TwitchTracker (n.d.)

Mezi nejpopulárnější a celosvětově využívané livestreamové platformy patří Twitch. Z těchto důvodů se v této části práce zaměřuje právě na statistické data z této platformy. Dle grafu č. 3

Lze pozorovat, že LoL průměrně sleduje zhruba od 100 000 do 300 000 denních diváků. Nejsledovanější bylo LoL během pandemie Covid-19, kdy lidé trávili více času doma.

Je nutné zmínit, že platforma Twitch neexistuje pouze pro vysílání eSportových událostí. Ve statistikách jsou tedy započítány zhlédnutí vysílání obyčejných hráčů či významných osobností a profesionálních hráčů hrajících ve volném čase.

V porovnání s populárními sporty, jakožto fotbalem či hokejem, je sledovanost LoL poměrně nižší. Denní počet uživatelů je však velmi stabilní, z tohoto důvodu je obsah s tematikou LoL sledován takřka 24 hodin denně. Zároveň také průměrný stream trvá zhruba 4 hodiny (TwitchTracker, n.d.), proto lze předpokládat, že divák sleduje livestream o poznání déle než běžný sportovní přenos.

Z grafu č. 3 lze také vyčíst, že nejvyšší roční vrcholy sledovanosti ze zvyku bývají okolo září či října. Není tomu tak náhodou. V těchto měsících se obvykle koná nejprestižnější šampionát Worlds, tudíž sledovanost bude vyšší podobně jako u turnajů konvenčních sportů.

### **5.3.2 Sledovanost vrcholových eSportových lig League of Legends**

Podobně jako samotné League of Legends, tak i regionální soutěže a ligy stejného titulu jsou hojně sledovány na internetových platformách.

Struktura těchto vrcholových lig je ve všech regionech podobná. Zjednodušeně se jedná o roční sezónu, která se dělí tradičně na dvě části nazvané splity. Tyto splity mají část, kde každý tým hraje s každým. Po této části určitý počet nejúspěšnějších týmů postoupí do play-offs, kde se týmy utkají v několika sériích zápasů o titul. Podobnou strukturu má například česká Extraliga ledního hokeje.

Tab. č. 3: Sledovanost lig hlavních regionů League of Legends mezi roky 2021-2023

Název turnaje	Peak sledovanosti	Průměrná sledovanost
LCK Summer 2023	1 528 729	214 573
LCK Spring 2023	1 467 849	234 233
LCK Summer 2022	1 306 442	224 220
LCK Spring 2022	1 374 155	246 878
LCK Summer 2021	1 315 849	205 173
LEC Summer 2023	343 576	172 558
LEC Spring 2023	572 391	219 007
LEC Winter 2023	555 521	271 373
LEC Summer 2022	732 573	211 743
LEC Summer 2021	842 967	242 631
LPL Summer 2023	288 463	33 825
LPL Spring 2023	200 576	29 526
LPL Summer 2022	281 919	42 858
LPL Spring 2022	212 832	38 749
LPL Summer 2021	339 703	37 624
LCS Summer 2023	223 943	76 889
LCS Spring 2023	271 376	109 759
LCS Summer 2022	370 178	115 545
LCS Spring 2022	387 072	123 407
LCS Summer 2021	364 328	125 248

Zdroj: ESM.ONE (2024), vlastní zpracování

Z tab. č. 3 lze analyzovat, jak populární jsou jednotlivé ligy z hlavních regionů. Již na první pohled je vidět, že jihokorejská liga LCK je populárnější než ostatní ligy. Možné důvody byly již v práci naznačeny, jedná se tedy především o mainstreamovou popularitu LoL v rámci široké veřejnosti. Díky vysoké popularitě se o eSportu v Jižní Koreji obecně dá hovořit jakožto o národního sportu.

Velkou roli, nejen v Jižní Koreji, hraje takzvaný *Co-Streaming*. Tento pojem ukazuje na praktiku, kde populární osoba např. streamer na platformě Twitch streamuje naživo obsah oficiálního livestreamu profesionální ligy či jiného obsahu s povolením od dané organizace. Tito tvůrci internetového obsahu přitahují na své vysílání často i více diváků než samotné oficiální kanály. Tato praktika způsobí, že obsah osloví větší publikum, a tak i sponzoři původního vysílání. Zároveň se eSportová liga dostane i do povědomí diváků, kteří sledují daného tvůrce, ale ne samotný eSport. Data o těchto vysílání se však často nevyskytují ve statistikách a jsou těžko dohledatelné.

Druhou nejsledovanější regionální ligou dle tab. č. 3 je evropská LEC. Zde díky vyšší heterogenitě evropského prostředí nelze mluvit o celém regionu stejně kohezně jako o jihokorejské LCK. Mezi předpoklady pro vyšší sledovanost lze řadit nejen velkou popularitu a evropskou hráčskou základnu, ale stejně tak i silnou historii v rámci kompetitivního hraní. Zároveň zde zajisté budou mít vliv i dobré pracovní podmínky a ekonomická úroveň, a to zejména v západní Evropě. Přesněji lze hovořit o větším množství volného času.

Nadále lze z dat tab. č. 3 vidět klesající trend sledovanosti LEC. Příčin může být hned několik, ale mezi nejpravděpodobnější lze řadit fakt, že v posledních dvou sezonách evropskou ligu tvoří 3 sezonní splity, jednotlivé turnaje jsou tedy častější. Je možné předpokládat, že díky vyšší saturaci zápasů play-offs, nejsou jednotlivé hry tak přívětivé. Zároveň jsou evropské týmy v rámci světových šampionátů méně úspěšné, což může také vést k ztrátě fanoušků.

Předposlední ligou hlavních regionů je čínská LPL. Tato liga je velmi specifická svou strukturou a organizací. Podobně jako herní servery je tato liga více autonomní oproti ostatním ligám, které úzce spolupracují s Riot Games. Proto je například počet týmů velmi rozdílný.

Z toho důvodu jsou kvantitativní data v tab. č. 3 méně přesná, neboť v čínské eSportové scéně existuje o mnoho víc medií, které nejsou k dosažení z užitých zdrojů v práci. Z těchto důvodů lze v rámci tab. č. 3 pozorovat data ze „západních“ streamovacích platforem. Právě proto jsou figury v tabulce průměrných sledujících mnohokrát nižší, než u ostatních lig.

Zároveň u čínské eSportové scény lze uvažovat o problému stárnoucí populace. Tedy o vyšším zastoupení starší populace, pro které obecně není eSport populární. Důležité je také zmínit, že značnou část obyvatelstva Číny tvoří lidé s horšími socioekonomickými podmínkami, a proto pro tyto domácnosti eSporty a online prostředí není v mnoho případech dostupné.

Poslední z takzvaných Major Leagues je severoamerická LCS. I přes fakt, že se jedná o jednu z prvních profesionálních League of Legends lig, tak se její sledovanost dle tab. č. 3 řadí mezi ty nejnižší z hlavních regionů a trend je podobně jako u LEC klesající.

Podobnost s LEC nekončí u klesajícího trendu zhlédnutí. Stejně tak se nejedná o mezinárodně úspěšnou ligu, proto může být i sledovanost nižší. Současně v celém severoamerickém regionu paradoxně popularita hry LoL a s ní spojená eSportová scéna upadá, i když se jedná o region, kde hra vznikla. Tyto špatné podmínky způsobily i ekonomické problémy tamějších týmů (Hitt, 2024)

Tab. č. 4: Sledovanost lig Wildcard regionů League of Legends mezi roky 2023-2021

Název turnaje	Peak sledovanosti	Průměrná sledovanost
CBLOL Split 2 2023	329 887	82 188
CBLOL Split 1 2023	276 078	111 855
CBLOL Split 2 2022	331 367	100 724
CBLOL Split 2 2021	252 506	107 492
LJL Summer 2023	87 879	17 054
LJL Spring 2023	58 361	18 656
LJL Summer 2022	52 408	16 068
LJL Summer 2021	48 265	19 353
LLA Closing 2023	136 712	21 370
LLA Opening 2023	69 606	24 297
LLA Closing 2022	94 183	18 912
LLA Closing 2021	83 046	22 392
VCS Dusk 2023	182 368	38 375
VCS Dawn 2023	230 814	37 544
VCS Summer 2022	177 000	39 054
VCS Spring 2021	232 461	60 731
PCS Summer 2023	85 374	22 950
PCS Spring 2023	44 642	16 489
PCS Summer 2022	67 708	17 904
PCS Summer 2021	93 528	21 841
LCO Split 2 2023	6 007	2 553
LCO Split 1 2023	9 908	4 142
LCO Split 2 2022	17 894	5 214
LCO Split 2 2021	13 351	2 269

Zdroj: ESM.ONE (2024), vlastní zpracování

V tab. č. 4 lze vidět sledovanost jednotlivých Wildcard neboli vedlejších regionů. I přes pojmenování vedlejší regiony, které jsou zpravidla méně kompetitivní v rámci světových turnajů, je sledovanost některých z těchto regionů vyšší než u těch hlavních.

Existují zde však i ligy s malou popularitou, jmenovitě sem jde zařadit LCO, která v posledních letech již ztratila možnost kvalifikace na světové šampionáty. Právě z důvodů malé konkurenceschopnosti týmů a nízké sledovanosti.

Dále mezi ligy s menší sledovaností patří asijské ligy PCS, VCS a LJL a Latinskoamerická LLA. U těchto lig je nutné zdůraznit o mnoho menší hráčské základny a obecně se v rámci LoL jedná o méně rozvinuté regiony, i přestože PCS je historicky nejúspěšnějším Wildcard regionem v rámci světových turnajů.

Nejsilnějším regionem nejen z hlediska sledovanosti, ale i popularity LoL je brazilská liga CBLOL, jejíž statistiky sledovanosti překonávají i severoamerickou LCS. Podobně, jak bylo již zmíněno v předchozí kapitole, zde nabývá eSportová scéna League of Legends oblibu podobnou klasickým sportům. Samotná Brazílie je známá silnou a věrnou fanouškovskou základnou v mnoha sportech, nejvíce však tou fotbalovou. Tento zápal pro sport, zde přerostl i do eSportové scény, nejen LoL, ale i jiných populárních eSportů např. CS:GO a Rocket League. Brazílii lze tedy vnímat jako ekonomicky a rovněž i eSportově rozvíjející semiperiferní centrum, které se postupem času může stát i největším centrem eSportové scény celé západní polokoule. Stojí zde však překážky, obzvláště tedy jazyková bariéra, která brání postupu mimo Jižní a Střední Ameriku.

### 5.3 Původ profesionálních hráčů League of Legends

I přes vliv internetového prostředí a globálního rozsahu hry League of Legends existují regionální a nadregionální rozdíly v národnostním složení profesionálních týmů ve vrcholových ligách a na světových šampionátech. Proto tato kapitola slouží ke zvýraznění rozdílů či podobností mezi regiony a následné diskusi o pravděpodobných důvodech, které tyto disparity způsobují.

Jelikož se servery a k nim přiřazené ligy rozprostírají po celé zeměkouli, tak jsou i jejich podmínky velmi rozdílné. Právě proto lze předpokládat, že existují i národnosti, které mají v ligách větší zastoupení nebo jsou na světových turnajích úspěšnější, podobně jak je tomu i u sportovních týmů.

#### 5.3.1 Národnostní zastoupení hráčů v LCK

Tab. č. 5: Národnostní zastoupení jihokorejské LCK během LCK Summer 2023

Státní příslušnost	Počet	% z celku
Korejská	50	100,00%
Celkem	50	100%

Zdroj: ESM.ONE (2024), vlastní zpracování

Jak je zřejmé z tab. č. 5, tak celá liga LCK je tvořena pouze jihokorejskými hráči. Pro tento fakt lze diskutovat velké množství pravděpodobných důvodů. Jedním z těchto příčin je právě popularita League of Legends, která zajišťuje velké množství potencionálních hráčů. Dle

databáze ESM.ONE (2024) se k 7. 4. 2024 jedná okolo 680 aktivních profesionálních hráčů LoL, což Jižní Koreu řadí na první světovou příčku. 2. místo patří Číně s počtem 530. Mezi prvním a druhým místem je tedy i přes několikanásobně menší populaci a rozlohu Jižní Koreji velký rozdíl (ESM.ONE, 2024).

Dalším důvodem, který se váže na velké množství talentu, je právě skutečnost, že v Jižní Koreji je hra LoL a eSport obecně považován za novodobý národní sport (Howard, 2018). Proto zde existuje i rozsáhlá eSportová struktura turnajů amatérských a poloprofesionálních lig, kde se hráči mohou zdokonalovat. Podobné prostředí pro nadané eSportové hráče jsou vytvářeny i v jiných regionech. Jihokorejský systém rozvíjení, ale i skautingu talentů, se obecně považuje za nejúspěšnější a nejvyvinutější. K tomu určitě dopomáhá poměrně delší historie státních i soukromých eSportových organizací v Koreji vytvořených již v dobách popularity hry Starcraft.

Vzhledem k velkému množství talentu lze předpokládat, že pro týmy ligy LCK není potřeba vyhledávat hráče v zahraničí. To ovšem nebude jediný důvod. Import talentu z jiných regionů bude značně složitější i z kulturních důvodů. Velkou nepříjemností pro hráče z cizích regionů bude velká jazyková bariéra. Korejšтина je velmi odlišná od ostatních jazyků i v rámci jižní Asie a užívá se z geografického hlediska na velmi malém území v rámci světa. Z těchto důvodů bude pro cizí hráče obtížné a nejspíš i méně atraktivní naučit se korejsky. Podobně tak se na území Korejského poloostrova užívá rozdílná abeceda a písmo.

### 5.3.2 Národnostní zastoupení hráčů v LPL

Tab. č. 6: Národnostní zastoupení čínské LPL během LPL Summer 2023

Státní příslušnost	Počet	% z celku
Čínská	73	85,88%
Korejská	8	9,41%
Taiwan	3	3,53%
Hong Kong	1	1,18%
Celkem	85	100,00%

Zdroj: ESM.ONE (2024), vlastní zpracování

Jak je zřejmé z tab. č. 6, tak čínská soutěž LPL je podobně jako LCK méně heterogenní. Přesněji tedy se v LPL vyskytují jenom asijské hráči, kde velká většina je domácích Číňanů a minorita hráčů importovaných z Jižní Koreji. Dále se zde vyskytuje několik hráčů z Tchaj-wanu a Hong Kongu. Tyto státy dnes patří pod ligu PCS, ale v dřívější době řada hráčů s tchajwanským či

hongkongským občanstvím volila i čínskou LPL. Jsou zde tedy jak kulturní, tak i historické důvody, proč se v týmech někteří z hráčů těchto oblastí stále nacházejí.

Co se týče čínské profesionální scény League of Legends, tak ji k LCK lze přirovnat nejen nízkou diverzitou národností, ale i strukturou a množstvím domácích prospektů. Za příčinou bude právě pomyslný boj o první příčku na světovém žebříčku nejúspěšnějších zemí v eSportu hry LoL, o kterou Čína soupeří právě s Jižní Koreou.

Právě z těchto důvodů není pro čínskou profesionální scénu nutné vyhledávat talent ze zahraničí. Samozřejmě, že zde budou i kulturní důvody, jakožto jazyk a písmo, ale také politické důvody, které import hráčů mohou ztížit. Právě vliv politických rozdílů poté mohl způsobit oddělení Hong Kongu, a zejména Tchaj-wanu z LPL, a tak i zamezení možnosti importu hráčů z těchto území.

Pravděpodobně díky kulturním a politickým důvodům lze také předpokládat, že Čína neimportuje hráče mimo východní Asii. Na druhou stranu lze považovat rozsáhlý trh východní Číny za místo, kde např. korejští vrcholoví hráči mohou nabídnout své herní dovednosti za vyšší platové ohodnocení.

Další odlišností, kterých si je možné povšimnout v tab. č. 6, je celkový počet hráčů v lize LPL. Čínskou LPL totiž tvoří 17 různých týmů na rozdíl od zbytku lig hlavních regionů. Počet týmů bude pravděpodobně větší autonomitou čínského regionu podobně jako u jeho serverů. Proto i přes menší procentuální zastoupení Číňanů oproti celku je jejich absolutní počet vyšší než jakékoliv jiné národnosti v majoritních ligách, které mají zpravidla 10 týmů.



### 5.3.3 Národnostní zastoupení hráčů v LCS

Tab. č. 7: Národnostní zastoupení severoamerické LCS během LCS Summer 2023

Státní příslušnost	Počet	% z celku
USA	16	32%
Korejská	15	30%
Kanadská	7	14%
Australská	3	6%
Dánská	3	6%
Švédská	3	6%
Turecká	1	2%
Filipínská	1	2%
Čínská	1	2%
Celkem	50	100%
Severní Amerika	23	46%
Importovaní	27	54%

Zdroj: ESM.ONE (2024), vlastní zpracování

Z tab. č. 7 je zřejmé, že národnostní složení LCS je velmi odlišné od zbytku hlavních regionů. Na první pohled lze vidět rozdíl v zastoupení domácích hráčů, jejichž počet je vůči ostatním ligám velmi malý. Pochopitelně je zde pak vyšší počet importovaných hráčů.

Dá se tedy přemýšlet o problematice z mnoha různých úhlů pohledu. Mezi nejpravděpodobnější důvody patří jistě ekonomická situace USA, kde se zápasy LCS pořádají. Jelikož je USA jednou z nejsilnějších jadrových oblastí světa, tak je možné se domnívat, že tyto podmínky budou lákat hráče z jiných regionů.

Zároveň je zde menší kulturní bariéra, neboť angličtina je globálně užívaným jazykem. Angličtina je také provázaná s herním průmyslem, neboť velké množství videoherního průmyslu se dnes i v historii soustřeďovalo právě do USA. Podobně tak se anglický jazyk hojně užívá v rámci internetového prostředí.

I samotná kultura mimo jazyk bude u LCS více přívětivá cizincům. Především díky výskytu velkých center v USA, které jsou multikulturní a velmi heterogenní z hlediska národností. Z těchto důvodů bude migrace do LCS pro eSportovce jistě atraktivnější než do regionu jako Čína, kde je kultura a populace více homogenní a méně zvyklá migranty.

Při pohledu na nejprestižnější sportovní ligy jako např. NBA či NHL lze vidět, že sporty v severní Americe mají více globální charakter. Z tohoto důvodu lze uvažovat, zdali se tato charakteristika nepřenáší i do eSportu.

Další faktem je, že liga LCS se historicky řadí mezi ty nejméně úspěšné na světových šampionátech. Je možné tedy předpokládat, že se jedná o méně kompetitivní ligu. Importování hráči, kteří jsou z velké části z nejúspěšnějšího jihokorejského regionu, zde mohou dostat šanci prokázat svoje schopnosti za vyšší platové ohodnocení. LCS tedy může využívat silně vyvinuté struktury na vývoj talentu Jižní Koreji, pokud hráče pobídnou větší mzdou nebo lepšími herními podmínkami např. startujícím místem v týmu LCS. Zároveň podobně mohou nabídnout stejné podmínky již ověřeným evropským eSportovým veteránům, u kterých budou kulturní a jazykové bariery minimální.

#### **5.3.4 Národnostní zastoupení hráčů v LEC**

Díky většímu počtu zemí v prostředí serverů EUNE a EUW, ze kterých pochází hráči ligy LEC, se v tomto regionu vyskytuje větší diverzita národností jednotlivých profesionálních hráčů. Můžeme tedy předpokládat, že se zde vyskytují i země či skupiny států, které budou mít větší či menší zastoupení na profesionální scéně.

Díky těmto rozdílům mezi jednotlivými zeměmi bude tato liga sloužit jako médium pro prokázání či vyvrácení vlivu ekonomických podmínek na počet profesionálních hráčů.

Tab. č. 8: Národnostní zastoupení profesionálních hráčů League of Legends v LEC pro letní split sezóny 2023.

Státní příslušnost	Počet	% z celku
Francouzská	6	12%
Korejská	6	12%
Německá	5	10%
Dánská	5	10%
Španělská	4	8%
Česká	3	6%
Švédská	3	6%
Řecká	3	6%
Chorvatská	2	4%
Nizozemská	2	4%
Polská	2	4%
Slovinská	2	4%
Čínská	1	2%
Bulharská	1	2%
Belgická	1	2%
Rumunská	1	2%
Norská	1	2%
Turecká	1	2%
Japonská	1	2%
Celkem	50	100%
EMEA	43	86%
Mimo EMEA	7	14%

Zdroj: ESM.ONE (2024), Liquidpedia (n.d.)

Jak je zřejmé z tab. č. 8, tak evropská eSportová liga LEC je opravdu jednou z těch národnostně nejpestřejších. I přes to je velká většina hráčů z regionů seskupení **EMEA**, které zahrnuje nejvýznamnější z evropských regionálních lig a ligu TCL zahrnující státy centrální a středovýchodní Asie. Tyto ligy se nazývají **ERL** neboli European Regional Leagues. Jmenovitě sem patří Španělská Superliga, Francouzská La Ligue Francaise, Prime League (Německo, Švýcarsko, Lichtenštejnsko a Rakousko), Ultraliga (Polsko, Baltské státy, Ukrajina a Izrael) a již zmíněná TCL (Turecko, Ázerbájdžán, Tádžikistán, Turkmenistán, Uzbekistán a Mongolsko). Do EMEA tedy patří i několik zemí, které se řadí geopoliticky do Asie. EMEA také zahrnuje nižší ligy s menším významem např. českou Hitpoint Masters. Hráči proto mohou být i ze zemí mimo ERL, ale nejčastěji přejdou do LEC právě z týmů patřících do jedné z ERL (Riot Games, 2023).

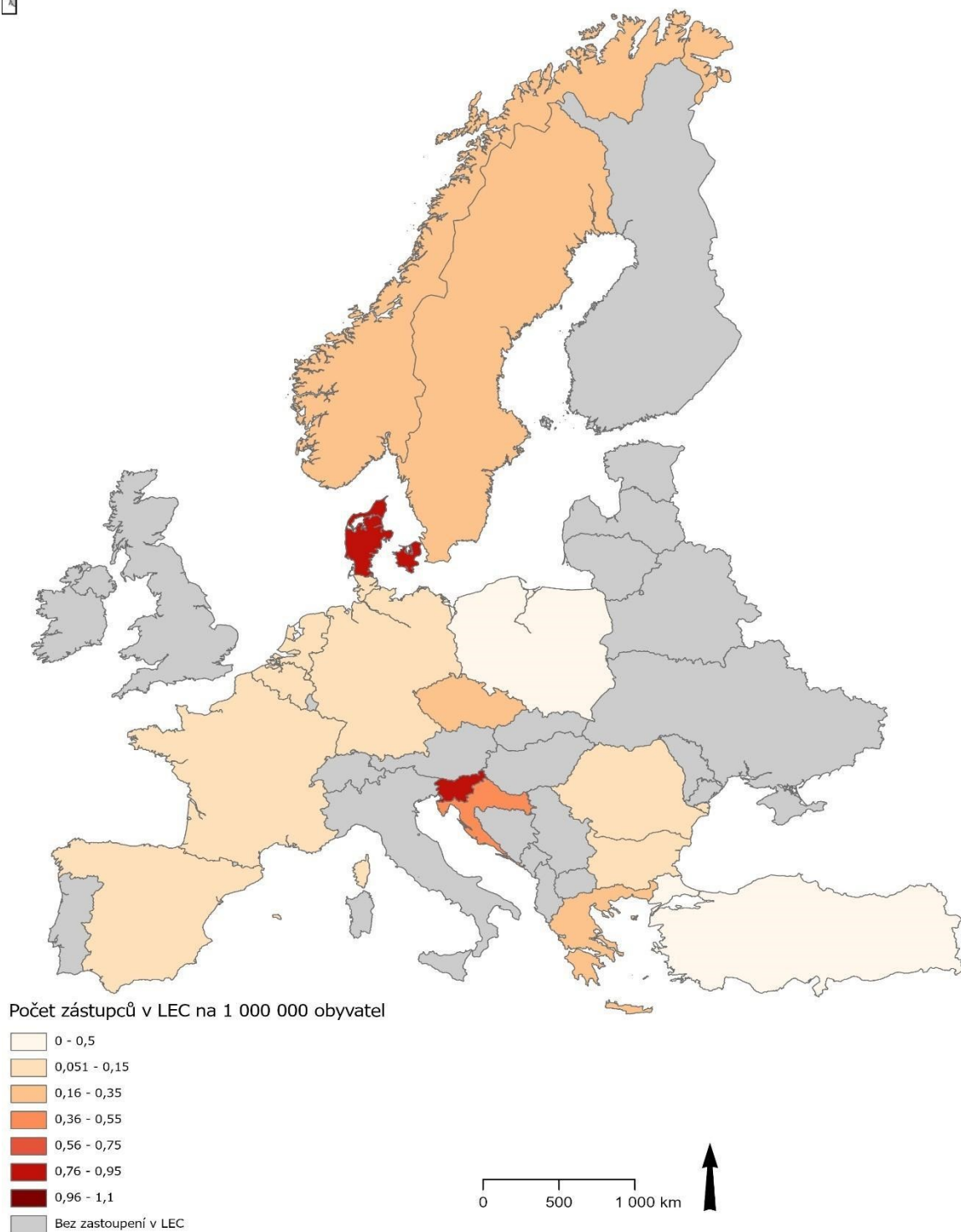
Lze tedy říct, že většina hráčů pochází ze zemí, které spadají do území EMEA. Je zde tedy nižší zastoupení importovaných hráčů oproti LCS, ale více než v asijských Major Leagues. I přes nižší podíl importovaného talentu se dle tab. č. 8 dělí hráči z Jižní Koreje s francouzskými hráči o první příčku dle počtu.

Francie je dle ESM.ONE (2024) zemí s třetím největším počtem profesionálních hráčů League of Legends. To je zejména díky vysoké popularitě eSportové scény LoL a hry obecně. Toto tvrzení lze potvrdit faktem, že tým hrající ve francouzské ERL se jménem Karmine Korp často překonává sledovanost samotné LEC (ESM.ONE, 2024; LEC EUphoria Podcast, 2024). Je možné tedy předpokládat, že v rámci evropské ligy existuje jakási národní identita některých týmů.

Samotné týmy mají určitou fanouškovskou základnu dle národnosti. Tato základna se pravděpodobně tvoří díky místu vzniku týmu. Příkladem může být například tým MAD Lions, kde první část MAD je odvozena od sídla ve španělském Madridu. Národní identita se pak může přerývat i do hráčského prostředí uvnitř týmů, kde poté jednotliví hráči mohou například komunikovat stejným jazykem.

Mezi týmy s regionální identitou, hrající během LEC Summer 2023, lze považovat například tým BDS, jehož velká část hráčů pochází z Francie. Samotný tým dříve soupeřil právě ve francouzské regionální lize. Popularita týmu pravděpodobně zapříčinila expanzi v rámci týmů s regionálním charakterem. Pro sezónu 2024 se do LEC připojil již dříve zmíněný Karmine Korp. Tohoto trendu ovšem nevyužily jen francouzské týmy, ale právě i druhý dříve zmíněný tým MAD Lions. Tento tým změnil svou soupisku, aby v něm hráli pouze hráči ze španělského regionu. V týmu pro sezónu 2024 nastoupí 4 španělští hráči a 1 hráč s polskou národností, který pochází ze španělské regionální ligy (ESM.ONE, 2024.; LoL Esports, 2023).

Mapa č. 3: Počet hráčů na 1 000 000 obyvatel zemí v LEC během LEC Summer 2023



Zdroj: Riot Games (n.d.a); ESM.ONE (2024), vlastní zpracování pomocí ArcGIS Pro

Krom národností identity bude samozřejmě působit i vliv ekonomických podmínek v jednotlivých státech. Jak je možné vidět na mapě č. 1 v teoretické části práce, tak se Evropa dělí na západní jádrové oblasti a východoevropské semiperiférie.

V mapě č. 3 se lze přesvědčit, že velká část národností patřící do jádrových oblastí má zástupce v nejvyšší evropské lize hry League of Legends, zatímco většina států východní Evropy reprezentanta nemá. Na první pohled se tedy potvrzuje tvrzení, že ekonomický stav zemí podporuje růst eSportu. K této myšlence také dopomáhá fakt, že i semiperiferní části zastoupené v LEC ve většině případů sousedí s jádrovými státy.

Dle mapy č. 3 mezi nejsilnější producenty hráčů LEC na milion obyvatel patří Dánsko a Slovinsko. Obě tyto země sdílí řadu podobností. Jedná se o populačně menší země s velmi dobrými ekonomickými podmínkami. Mezi další státy, které jsou více zastoupeny, patří Česko a skandinávské země bez Finska. Státy Skandinávského poloostrova se řadí na vrchol světa z hlediska sociálního a ekonomického zajištění svých obyvatel. České hospodářství je průměrné v porovnání se státy EU. Česko je však silně ekonomicky vázáno s EU a zejména se sousedním Německem. Proto u těchto zemí lze naznačit možné predispozice pro zastoupení eSportovců v LEC.

Existují však i výjimky, které navzdory svým horším ekonomickým podmínkám v rámci Evropy mají zástupce. Jmenovitě se jedná o Rumunsko, Bulharsko, Řecko a Chorvatsko. Rumunsko a Bulharsko se obecně řadí mezi nejslabší ekonomiky v rámci EU. Řecko a Chorvatsko jsou zase ekonomiky silně ovlivněné cestovním ruchem díky své přímořské poloze, takže ani zde nejsou velké predispozice k růstu eSportu. Zároveň ani jedna ze zemí nemá tradici v jiných eSportových titulech (ESM.ONE, 2024). Tyto okolnosti svědčí, že ekonomická úroveň není jediným ukazatelem, který dopomáhá k výskytu eSportu.

Tab. č. 9: Pearsonův korelační koeficient vlivu HDP PPP na obyvatele na množství hráčů v LEC za rok 2023

Státní příslušnost	Počet aktivních hráčů v LEC (Summer 2023)	HDP PPP na obyvatele 2023 (v USD)
Francouzská	6	58 765
Německá	5	66 038
Dánská	5	74 958
Španělská	4	50 472
Česká	3	49 025
Švédská	3	66 209
Řecká	3	39 864
Chorvatská	2	42 873
Nizozemská	2	43 420
Polská	2	45 538
Slovinská	2	51 407
Bulharská	1	33 780
Belgická	1	65 813
Rumunská	1	41 029
Norská	1	82 264
Turecká	1	41 881
Pearsonův korelační koeficient počet hráčů a HDP per capita		0,338

Zdroj: ESM.ONE (2024); IMF (2023), vlastní zpracování

V tab. č. 9 je možné vidět, z jaké míry koreluje vliv ekonomických podmínek na počet hráčů jednotlivých národností. Pearsonův koeficient může nabývat hodnot od -1 do +1, kde +1 tvoří úplnou kladnou korelaci a -1 úplnou zápornou korelaci. Výsledek s hodnotou 0,338 tedy ukazuje, že v Evropě existuje pouze malá kladná souvztažnost mezi HDP PPP na osobu a počtem profesionálních hráčů LoL v LEC.

Tab. č. 10: Pearsonův korelační koeficient vlivu počtu obyvatel na množství hráčů v LEC za rok 2023

Státní příslušnost	Počet aktivních hráčů v LEC (Summer 2023)	Počet obyvatel v roce 2023
Francouzská	6	64 756 584
Německá	5	83 294 633
Dánská	5	5 910 913
Španělská	4	47 519 628
Česká	3	10 495 295
Švédská	3	10 612 086
Řecká	3	10 341 277
Chorvatská	2	4 008 617
Nizozemská	2	17 618 299
Polská	2	41 026 067
Slovinská	2	2 119 675
Bulharská	1	6 687 717
Belgická	1	11 686 140
Rumunská	1	19 892 812
Norská	1	5 474 360
Turecká	1	85 816 199
Pearsonův korelační koeficient počet hráčů a počet obyvatel		0,366

Zdroj: ESM.ONE (2024); IMF (2023), vlastní zpracování

Z tab. č. 10 lze pozorovat podobné hodnoty Pearsonova koeficientu i pro vliv počtu obyvatel na počet hráčů. Výsledek korelačního koeficientu je zde 0,366. Rozdíl mezi hodnotami obou koeficientů tvoří tedy pouze 0,028, což je z hlediska této práce zanedbatelné. Lze tedy říct, že ekonomické podmínky mají podobný vliv jako počet obyvatel jednotlivých zemí. Dá se předpokládat, že země s vyšší populací mají větší počet potenciálních hráčů, kteří se mohou do LEC dostat.

Zároveň je z důvodu rozsahu bakalářské práce zkoumán pouze rok 2023 v lize LEC, kde se každoročně mění určitá část hráčů, takže i národností, a podobně tak se občas mění i jednotlivé týmy. Proto je zde značná šance, že data roku 2023 dostatečně necharakterizují národností zastoupení LEC a následně tedy i vliv ekonomických podmínek.



## 6 Diskuze

### 6.1 Globalizace a vývoj eSportu

Jak je patrné z teoretické části práce, tak existuje jen malé množství odborné literatury na téma eSportu v oboru geografie, i přes skutečnost, že se jedná o rychle se rozvíjející druh zábavního průmyslu. ESportový internetový obsah láká denně obrovské množství lidí podobně jako samotné hraní videoher, které je možno považovat za globálně prováděnou volnočasovou aktivitu.

Se slovem globální se dá setkat v rámci online prostředí velmi často. Stejně tak se v závěru práce lze přesvědčit o vlivu globálního trhu a globalizace v rámci eSportu na praktickém příkladu hry League of Legends. Vlivy světového trhu a globalizace měly nepopíratelný dopad na vznik a pozdější vývoj této hry a její eSportové scény.

Při porovnání s obyčejnými sporty se eSport v globálním prostředí vyvíjel o mnoho rychleji. Internetové sítě překonávají hranice a fyzické překážky rychleji než mluvené slovo v reálném světě. Zároveň je zde možno diskutovat o rapidnějším růstu díky světovému trhu. Světový trh umožnil hře putovat po celé zeměkouli odlišně oproti sportům v reálném prostředí. Vývoj se nesoustředil na jeden region a následně na přilehlé území, ale putoval po celé Zemi.

### 6.2 Předpoklady pro vývoj eSportu League of Legends

V praktické části je možno se přesvědčit, že vývoj neprobíhal náhodně. Jedním z největších motivátorů byl právě kapitalistický trh, který expanzi směřoval především do lokalit s velkou poptávkou po kompetitivním hraní, např. Jižní Korea, či do trhů s největším potenciálním počtem hráčů, např. Čína a následně do hluchých míst, kde byl určitý potenciál. Obecně lze tedy argumentovat, že největším důvodem pro expanzi hry League of Legends a její eSportové scény je právě zvýšení potenciálního zisku nadnárodní společnosti Riot Games.

I přes skutečnosti, že se hra vyvíjela rozdílně než klasické sporty v historii, tak se mimo svou zemi původu nejdříve dostala do Evropy. Lze tedy diskutovat o kulturních a politických predispozicích, které první expanze korigovaly právě do regionu, který je z hlediska kultury, společné historie a ekonomických podmínek nejpodobnější a nejprovázanější. Dá se tedy tvrdit, že vývoj eSportové scény LoL zpomalovaly i kulturní rozdíly, mezi které může patřit například jazyk.

V rámci analýzy vývoje bylo také zkoumáno působení ekonomické úrovně zemí rozčleněných dle Wallersteinovy teorie světového systému. Z jednoho pohledu lze prokázat spojitost mezi silnější ekonomikou zemí jádrových a semiperiferních oblastí a rozvoje internetu s vývojem eSportu. Státy označené jako jádra jsou prokazatelně jedny z prvních oblastí, kde se objevily nové technologie jako osobní počítače či internet a následně i League of Legends eSport. Podobně tak se z jádrových regionů s mírným zpožděním dostávají tyto produkty i do semiperiferních částí světa.

Mezi semiperiférie, kde je hra nejpobulárnější, patří například Čína, Brazílie, Indonésie, či Turecko. Tyto země mají semiperiferního charakteru, ale jedná se o země, které se v posledních několika desetiletí snaží více zapojit do světového hospodářství. Nejedná se tedy o ekonomicky slabé regiony, ale spíše na rozrůstající se světové ekonomiky.

Výjimkou je v příkladu League of Legends Japonsko a Austrálie, které jsou řazeny jako jádra. Expanze se do těchto regionů proběhla až po semiperiferních regionech nejspíše kvůli nižší poptávce, kterou lze vidět i na sledovanosti profesionálních lig těchto regionů

Za zmínku však stojí, že disparity mezi periferními oblastmi jsou díky rychlému vývoji ekonomik obrovské. Tento fakt se dá představit na příkladech zemí jako Jižní Korea, Brazílie a Egypt. Ekonomické podmínky těchto zemí jsou velmi rozdílné. V dnešní době by nejspíše šlo zařadit Jižní Koreu mezi jádrové oblasti hlavně díky výrobě a výzkumu v elektronických odvětví, zatímco Egypt je z velké části závislý na těžbě a turismu. Brazílii naopak tvoří obrovský rozvíjející se trh jižní Ameriky díky své vysoké populaci a relevanci v rámci Jižní Ameriky.

V poslední řadě se nové produkty a technologie dostávají na trh v periferních oblastech. ESport je v těchto regionech v etapě pomalého vzniku. Samotné League of Legends nemá pro regiony jako Afrika a západní Asie vlastní dedikovaný server, tudíž ani eSportovou scénu. Důvodem bude zajisté menší poptávka, ale také méně volného času obyvatelů těchto regionů.

Velké množství informací směřuje k tvrzení, že ekonomická úroveň má vliv na výskyt a popularitu eSportu. Při bližším pohledu na ligu LEC lze však vidět, že se nejedná o jediný důvod, který určuje jaké národnosti produkují eSportovce.

Při pohledu na evropskou nejvyšší ligu League of Legends se problematika komplikuje. Z výsledků z empirických dat je zřejmé, že bohatší země západní Evropy produkují větší část profesionálních hráčů v LEC než chudší východní semiperiferní oblasti. Není však pravidlem,

že země s ekonomicky lepším zázemím produkují více eSportových hráčů. Země jako Spojené království, Švýcarsko nebo Irsko, které lze považovat za jedny z nejvyspělejších ekonomik světa nemají žádné zástupce v LEC, zatímco ekonomicky nejméně vyspělá členská země EU Bulharsko ano. Datům poté vypovídala i nízká kladná hodnota Pearsonova koeficientu.

Jak již bylo zmíněno v praktické části, tak by bylo vhodné rozebrat region LEC více podrobně v rámci jiného výzkumu. Data pouze za letní split sezóny 2023 jsou nedostatečná pro konkluzi celistvého tvrzení o vlivu ekonomické úrovně států na počet eSportovců. Komplexní analýza by také byla vhodná i pro nižší ligy než jen nejvyšší LEC, které budou mít zajisté větší podíl profesionálních hráčů těchto regionů.

Nutné je však podotknout, že z hlediska HDP PPP na obyvatele jsou méně silné ekonomiky Evropy na vyšších světových příčkách než například země afrického kontinentu. Proto se zde nelze setkat s tak výraznými rozdíly v životních podmínkách mezi jednotlivými zeměmi.

Ve shrnutí lze tvrdit, že ekonomická úroveň měla vliv na globální vývoj eSportové scény LoL a hry samotné, ale v rámci evropského regionu jsou data málo konkluzivní.

### **6.3. Vliv eSportu na ekonomiky**

Z jiného úhlu pohledu je možné, že u Jižní Koreji by bylo zajímavé pozorovat, zdali eSport nemá vliv na ekonomickou úroveň Koreji. Podobně jako klasické sporty v jiných částech světa. Z teoretické části a z dat sledovanosti v praktické části je zřejmé, že eSportový internetový obsah požívá značná část tamější populace, a tak se dostává i do mainstreamové kultury.

Prolínáním eSportů do životů běžných občanů se zvyšuje i atraktivita pro investory, kteří se snaží v online prostředí např. o propagaci produktu. ESport může mít však vliv i na odvětví jako cestovní ruch. Jak již bylo zvýrazněno v kapitole o sledovanosti, tak eSport láká velké množství diváků. ESport by tedy pro mnoho z nich mohl být podnětem pro navštívení země. Důvodem pro zvolení Jižní Koreji jako cestovní destinace může být pro turisty i pořadatelství světového šampionátu, který se tradičně jednou za několik let koná na jihokorejském území, ale také například i vyšší soutěživost v rámci korejského herního serveru.

Pokud tedy bude popularita a poptávka po eSportu nadále stoupat, lze předpokládat, že se vliv eSportu bude stále více projevovat na ekonomikách zemí jako Jižní Korea, kde eSport začíná mít tradici podobně jak sporty v jiných částech světa.

## Závěr

Při pohledu na eSport z hlediska geografie je možné tvrdit, že se jedná o globálně rostoucí odvětví zábavního průmyslu, které není v rámci odborné literatury často zpracováváno. I přes to lze za použití literatury jiných témat vybudovat lepší náhled na toto téma.

Tato práce se soustředí nejvíce na pohled ekonomicko-geografický. Počínaje vývojem eSportu hry League of Legends lze říci, že se hra vyvíjela předpokládaným směrem. Vznik byl v USA tedy v jádrové zemi, odkud se poté dostala do další jádrové části světa, kterou byla Evropa. Se zpožděním se hra, a i její eSportová scéna dostala do velkých trhů rozvíjejících se semiperiferních regionů např. Jižní Korea, Čína, ale také Brazílie.

Díky vývoji hry byla tedy zodpovězena výzkumná otázka: Je prokazatelné, že se eSport vyvíjí nejdříve v jádrových oblastech a poté v semiperiferních se zpožděním? Odpověď na tuto otázku je ano, ale neplatí to pro všechny jádrové oblasti světa. Země, které jsou označeny jako jádra např. Japonsko a Austrálie, neměly svůj dedikovaný server daleko déle než již zmíněné periferie. Právě proto je předpokládána velká role poptávky v rámci světového trhu, která tvoří motivátor k expanzi produktu od Riot Games.

Potvrdit roli ekonomické úrovně zemí nebylo jednoduché ani v rámci menšího měřítka ligy LEC. Stejně nelehké je jednoznačně odpovědět na otázku: Májí ekonomické podmínky zemí vliv na počet profesionálních hráčů LoL? Výzkum v práci však naznačuje, že zde lehká korelace je, a tak se potvrzuje vědecký předpoklad. Země s vyšším HDP PPP na osobu mají o něco větší predispozice k vyššímu počtu zástupců v nejvyšších eSportových ligách.

Při pohledu na zástupce zemí v jiných ligách je evropská LEC značně nejvíce heterogenní. Jistě z důvodů většího počtu národů v regionu. Malou podobnost s LEC lze pozorovat pouze u americké LCS, která je však více tvořená importovanými hráči než ostatní nejvyšší světové ligy.

Na rozdíl od lig západní polokoule jsou východoasijské nejvyšší soutěže zastoupeny pouze asijskými hráči. Čínská LPL i jihokorejská LCK jsou velmi málo národnostně pestré. Jihokorejská LCK je tvořena pouze jihokorejskými hráči.

Přehršel jihokorejského eSportového talentu není ovšem vázán jen na eSport ve hře LoL. Jak již bylo řečeno v literární části, tak Jižní Korea je světovým centrem eSportu. Popularitu

eSportu je možné sledovat nejen na počtu profesionálních hráčů League of Legends a nepřítomnosti jiných národností v LCK, ale i na příkladu vyšší sledovanosti LCK.

Lize LCK patřily obecně nejvyšší číselné hodnoty v rámci sledovanosti na streamovacích platformách. Další populární ligou z hlediska sledovanosti byla Evropská LEC, kde je možné diskutovat o jakési národní identitě, která může navyšovat čísla zhlédnutí. Překvapivé bylo vidět, že eSportová scéna Wildcard regionu Brazílie soupeří v rámci sledovanosti s méně sledovanými ligami hlavních regionů, jmenovitě tedy s LCS a LPL. Čínská eSportová scéna je však více autonomní, a využívá tak i jiné streamovací platformy, u kterých jsou data těžko dohledatelná, a tak nejsou zahrnuty.

Na konec lze shrnout práci do několika vět, které jí vystihují. ESport je ovlivněn globalizací a ekonomickými podmínkami zemí a společného světového trhu v regionálním i globálním měřítku. Tato provázanost umožnila jeho rychlý růst a expanzi nevídanou u klasických sportů. Práce však díky svému rozsahu a struktuře pouze načala komplexní téma, které v přítomnosti roste a mění zábavní průmysl.

## Seznam použitých zkratek

LoL – hra League of Legends

PvP – (Player versus Player) herní režim, kde hráči soupeří naproti sobě

PvE – (Player versus environment) herní režim, kde hráči nesoupeří mezi sebou, ale snaží se pokořit videohru samotnou.

RTS – žánr videoher, který simuluje budování infrastruktury a armády za účelem vymýcení protihráčů.

FPS – žánr videoher, který charakteristický simulací střelby v pohledu z první osoby-

MOBA – žánr videoher, v němž každý z hráčů ovládá postavu se specifickými schopnostmi na předem determinované mapě. Mezi tento žánr patří i League of Legends

MMA – (Mixed martial arts) sportovní disciplína, která je charakterizována bojem 2 protivníků za určitých pravidel. Jedná se o bojový sport, v kterém mohou soupeři používat i jiné styly bojového umění např. jiu-jitsu proti kick-boxingu apod.

## Seznam použitých zdrojů

Abbate, J. (1999). *Inventing the Internet*. MIT Press.

Alza.cz (2024). *Arcade1up Pac-Mania Legacy 14-in-1 Wifi Enabled*. Dostupné 14.4.2024 z <https://www.alza.cz/gaming/arcade1up-pac-man-couchcade-d7328037.htm>

Andi, C. (2022). *Riot games ends partnership with Garena to Launch League of Legends, teamfight tactics own sea server*. Tech Times. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.techtimes.com/articles/283129/20221109/riot-games-ends-partnership-garena-launches-league-legends-teamfight-tactics.htm>

Australian Sports Commission (n.d.). *What is sport?*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.clearinghouseforsport.gov.au/kb/what-is-sport>

Bush, E. J. (1995). *Internet publishing an introduction and discussion of Basics*. Distributed by ERIC Clearinghouse.

Cambridge Dictionary (2024a). *Sport english meaning*. Dostupné 8. 1. 2024 z <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sport>

Cambridge Dictionary (2024b). *Esport english meaning*. Dostupné 8. 1. 2024 z <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sport>

Cambridge Dictionary (2024c). *Mainstream english meaning*. Dostupné 8. 1. 2024 z <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sport>

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell. DOI:10.1002/9781444319514

Ceruzzi, P. E. (2003). *A history of modern computing*. MIT Press.

Crecente, B. (2019). *League of Legends is now 10 years old. this is the story of its birth*. the Washington Post. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.washingtonpost.com/video-games/2019/10/27/league-legends-is-now-years-old-this-is-story-its-birth/>

Česká asociace esportu (2024). *Co je to eSport?*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.esport.cz/co-je-to-esport>

Česko-Slovenská filmová databáze (2024). *Arcane (2021)*. ČSFD. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.csfd.cz/film/1085963-arcane-league-of-legends/prehled/>

Český statistický úřad (2016). *Statistika sportu: základní ukazatele*. ČSÚ.

Český statistický úřad (2023). *Evropský srovnávací program*. ČSÚ.

Dannelly, D. (2019). *The Origin of the MOBA: Aeon of Strife and Defense of the Ancients*. Faculty, Technical Art & Design, Ringling College. Dostupné 14. 4. 2024. z <https://daviddannelly.com/blog/zjYm/the-origin-of-the-moba-aeon-of-strife-and-defense-of-the-ancients>

Dovalil, J., Choutka, M., Svoboda, B., Hošek, V., Perič, T., Potměšil, J., Vránová, J., & Bunc, V. (2009). *Výkon a trénink ve sportu* (3rd ed.). Praha: Olympia.

Edge (1999). *The future of interactive entertainment: Battlestation*. Edge Magazine UK, (79) Future Publishing. *Console Wars* 2. Dostupné 8. 1. 2024 z [https://retrocdn.net/images/b/bb/Edge\\_UK\\_079.pdf#page=134](https://retrocdn.net/images/b/bb/Edge_UK_079.pdf#page=134)

ESM.ONE (2024). *Esports charts – esports viewership, Popularity and analytics*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://escharts.com/>

Esports Insider (2023). *Esports around the World: Brazil*. Esportsinsider. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://esportsinsider.com/2023/08/esports-around-the-world-brazil>

Franke, T. (2015). The Perception of eSports – Mainstream Culture, Real Sport and Marketisation. In Hiltcher, J., & Scholz, T. M. (2021). *eSports Yearbook 2013/2014* (pp. 111–144). Books on Demand.

Gaffney, C. (2014). Geography of sport. In Maguire, J. *Social Sciences in sport* (1st ed., pp. 109–134). Human Kinetics.

Harris, B. J., Rogen, S., & Goldberg, E. (2014). *Console wars: Sega vs Nintendo, and the battle that defined a generation*. Atlantic Books.

Hitt, K. (2024). *Less guaranteed money could hurt smaller teams in League of Legends Esports*. Sports Business Journal. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.sportsbusinessjournal.com/Articles/2024/03/21/new-lcs-economics>

Holubec, S. (2007). Teorie světového systému Immanuela Wallersteina. In Šubrt, J. *Soudobá sociologie I. Teoretické koncepce a jejich autoři* (pp. 9–39), Karolinum.



Howard, M. J. (2018). *Esport: Professional league of legends as cultural history* [Diplomová práce, University of Houston]. Digitální knihovna University of Houston. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://uh-ir.tdl.org/items/bb20cbfa-5cd4-4d19-b2fa-66347f833e6d>

Huhh, J.-S. (2007). *PC bang inc.: The culture and business of PC bangs in Korea*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.975171>

Chaloner, P. (2020). *This is esports (and how to spell it): An insider's guide to the world of pro gaming*. Bloomsbury Sport.

Chambers, F., Page, B., & Zaidins, C. (2003). *Atmosphere, weather, and baseball: How much farther do baseballs really fly at Denver's Coors Field?* *The Professional Geographer*, 55(4), 491–504. <https://doi.org/10.1111/0033-0124.5504007>

Charity, J. (2023). *The golden age of multiplayer: How online gaming conquered video games*. *The Ringer*. Dostupné 14. 4. 2024 <https://www.theringer.com/video-games/2023/1/26/23572057/online-multiplayer-gaming-video-game-culture-single-player>

Chodos, A. (2008). *October 1958: Physicist invents first video game*. *American Physical Society*, 17(9). Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.aps.org/publications/apsnews/200810/physicshistory.cfm>

International Communication Union (2023). *Facts and figures 2023 - report index*. ITU. Dostupné 14. 4. 2024 <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2023/index/>

International Monetary Fund (2023). *World Economic Outlook Database*. IMF. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2023/October>

Jansz, J., & Martens, L. (2005). *Gaming at a LAN event: The social context of playing video games*. *New Media & Society*, 7(3), 333–355 <https://doi.org/10.1177/1461444805052280>

Jin, D. (2010). *Korea's online gaming empire*. MIT Press.

Jin, D., & Borowy, M. (2013). "Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests." *International Journal of Communication* 7, 2254-2275. Dostupné 14.4. 2024 z [https://www.researchgate.net/publication/275652195\\_Borowy\\_Michael\\_and\\_Dal\\_Yong\\_Jin\\_2013\\_Pioneering\\_eSport\\_The\\_Experience\\_Economy\\_and\\_the\\_Marketing\\_of\\_Early\\_1980s\\_Arcade\\_Gaming\\_Contests\\_International\\_Journal\\_of\\_Communication\\_7\\_2254-2275](https://www.researchgate.net/publication/275652195_Borowy_Michael_and_Dal_Yong_Jin_2013_Pioneering_eSport_The_Experience_Economy_and_the_Marketing_of_Early_1980s_Arcade_Gaming_Contests_International_Journal_of_Communication_7_2254-2275)

June, L. (2013). *For amusement only: The life and death of the American Arcade*. The Verge. Dostupné 14.4. 2024 z <https://www.theverge.com/2013/1/16/3740422/the-life-and-death-of-the-american-arcade-for-amusement-only>

Kent, S. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond*. Three Rivers Press.

Korpić, S. (2019). Sponsorships in eSports. In Hiltcher, J., & Scholz, T. M. *eSports Yearbook 2018/2019*, (pp. 58–73). Books on Demand.

Koudelková, A., & Kosová, J. (n.d.). *Sport Studies Fundamental terminology in English*. Dostupné 14. 4. 2024 z <http://web.ftvs.cuni.cz/eknihy/jazyky/sportstudiesfundamentalterminologyinenglish/Texts/2-Concept.html>

League of Legends Esports (2023). *Deep Dive: LoL Esports International Event Formats*. LoL Esports. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://lolesports.com/article/deep-dive-lol-esports-international-event-formats/bltac16367d7bb27001>

LEC EUphoria Podcast (2024) *New Rivalry? (ft. Nisqy & Isma) | EUphoria | 2024 LEC EP2*[Video]. YouTube. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.youtube.com/watch?v=atHioWFS56g>

Lefebvre, F., Djaballah, M. & Chanavat, N (2020). *The deployment of professional football clubs' eSports strategies: a dynamic capabilities approach*. *European Sport Management Quarterly*, 23 (2), 315-333. <https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1856165>

LinkedIn (n.d.). *Korea e-Sports Association*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.linkedin.com/company/korea-e-sports-association>

Liquipedia (n.d.). *League of Legends*. Dostupné 9.12. 2023 z [https://liquipedia.net/leagueoflegends/Main\\_Page](https://liquipedia.net/leagueoflegends/Main_Page)

Mahfoud, A. (2019). *Turkey's booming esports market*. Norton Rose Fulbright. Dostupné o 14. 4. 2024 <https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/628d8783/turkeys-booming-esports-market>

Microsoft Podpora (n.d.). *PEARSON (funkce)*. Microsoft. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://support.microsoft.com/cs-cz/office/pearson-funkce-0c3e30fc-e5af-49c4-808a-3ef66e034c18>

Minotti, M. (2014). *The history of mobas: From mod to sensation*. VentureBeat. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://venturebeat.com/games/the-history-of-mobas-from-mod-to-sensation/2/>

Pavlík, T., & Dušek, L. (2012). *Biostatika*. Masarykova Univerzita. ISBN 978-80-7204-782-6

PLAYzone (2014). *Lancraft se v roce 2014 předvede hned třikrát*. PLAYzone.cz. Dostupné 14. 4. 2024 <https://www.playzone.cz/clanky/27636-lancraft-se-v-roce-2014-predvede-hned-trikrat>

Rea, S. (2016). *Crafting Stars: South Korean E-sports and the Emergence of a Digital Gaming Education about Asia*, 21(2), 22–27. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.asianstudies.org/publications/ea/archives/crafting-stars-south-korean-e-sports-and-the-emergence-of-a-digital-gaming-culture/>

Riftfeed (2023). *League of Legends Player count: These are the stats*. RiftFeed. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://riftfeed.gg/more/player-count-league-of-legends>

Riot Games, Inc. (2023). *Introducing EMEA 2023*. lolesports. Dostupné 14. 4. 2024 <https://loleMEA.com/>

Riot Games, Inc. (n.d.a). *League of Legends*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.leagueoflegends.com/cs-cz/>

Riot Games, Inc. (n.d.b). *Music – League of Legends*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.leagueoflegends.com/en-au/news/tags/music/>

Rodrigue, J.-P. (2024). *Transportation and Spatial Organization*. The Geography of Transport Systems. <https://doi.org/10.4324/9781003343196>

Russell, J. (2015). *Tencent takes full control of “League of Legends” creator riot games*. TechCrunch. Dostupné 14. 4. 2024 <https://techcrunch.com/2015/12/17/tencent-takes-full-control-of-league-of-legends-creator-riot-games/>

Sony Interactive Entertainment. *Our company*. (2024). Dostupné 14. 4. 2024 <https://sonyinteractive.com/en/our-company/>

Steam DB (n.d.). *Steam Charts*. Dostupné 14. 4. 2024 <https://steamdb.info/>

Tan, Z. (2019). *Live streaming in Southeast Asia: From “in-real-life” broadcasting to shopping and gaming*. KrASIA. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://kr-asia.com/live-streaming-in-southeast-asia-from-in-real-life-broadcasting-to-shopping-and-gaming>

- Tang, D., Sum, R. K., Li, M., Ma, R., Chung, P., & Ho, R. W. (2023). *What is esports? A systematic scoping review and concept analysis of Esports*. *Heliyon*, 9(12). Dostupné 14.4. 2024 z <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23248>
- The Star Press (1980). *Space Invaders Championship*. Newspapers.com. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://www.newspapers.com/article/the-star-press-space-invaders-championsh/80000335/>
- Tomeš, J. (2012a). *Sport a geografie I*. *Geografické rozhledy*, 21(4), 6–9
- Tomeš, J. (2012b). *Sport a geografie II*. *Geografické rozhledy*, 21(4), 18–20.
- TwitchTracker (n.d.). *League of legends – twitch statistics and charts*. Dostupné 14. 4. 2024 <https://twitchtracker.com/games/21779>
- Waldrop, M. M. (2001). *the Origins of Personal Computing*. *Scientific American*, 285(6), 84–91. Dostupné 14.4. 2024 z <http://www.jstor.org/stable/26059463>
- Wang, B. (2020). *Valorant shaders and gameplay clarity*. Riot Games Tech. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://technology.riotgames.com/news/valorant-shaders-and-gameplay-clarity>
- Welch, T. (2006). *History of CPL – Part I-V*. Cyberathlete Professional League. Dostupné 14. 4. 2024 z [https://web.archive.org/web/20060328142316/https://www.thecpl.com/gamers/?p=art\\_cplhistoryII](https://web.archive.org/web/20060328142316/https://www.thecpl.com/gamers/?p=art_cplhistoryII)
- Witkowski, E. (2012). *On the Digital Playing Field*. *Games and Culture*, 7(5), 349–374. <https://doi.org/10.1177/1555412012454222>
- Wolf, M. J. P. (2007). *The medium of the video game*. University of Texas Press.
- World Bank Open Data (2024). *Population, total*. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?view=chart>
- Worlds Esports Association (n.d.). *Code of Conduct Teams and Players*. WESA. Dostupné 14. 4. 2024 z <https://wesa.gg/rr/rules-and-regulations/>

# Seznam tabulek a grafů

## Seznam tabulek

Tab. č. 1: Servery hry League of Legend pořádané Riot Games k roku 2024.....	32
Tab. č. 2: Ligy s možností kvalifikace na světové šampionáty .....	33
Tab. č. 3: Sledovanost lig hlavních regionů League of Legends mezi roky 2021-2023 .....	43
Tab. č. 4: Sledovanost lig Wildcard regionů League of Legends mezi roky 2023-2021 .....	45
Tab. č. 5: Národnostní zastoupení jihokorejské LCK během LCK Summer 2023 .....	46
Tab. č. 6: Národnostní zastoupení čínské LPL během LPL Summer 2023 .....	47
Tab. č. 7: Národnostní zastoupení severoamerické LCS během LCS Summer 2023 .....	49
Tab. č. 8: Národnostní zastoupení profesionálních hráčů League of Legends v LEC pro letní split sezóny 2023.....	51
Tab. č. 9: Pearsonův korelační koeficient vlivu HDP PPP na obyvatele na množství hráčů v LEC za rok 2023 .....	55
Tab. č. 10: Pearsonův korelační koeficient vlivu počtu obyvatel na množství hráčů v LEC za rok 2023.....	56

## Seznam grafů

Graf č 1: Počet online hráčů na herní platformě Steam mezi roky 2004–2024 .....	23
Graf č 2: Odhadované měsíční průměry počtů aktivních uživatelů za roky 2011, 2012,2014,2017 a 2022 .....	30
Graf č 3: Měsíční průměry denních diváků a počty aktivních kanálů v kategorii League of Legends na platformě Twitch mezi roky 2017-2024 .....	41

## Seznam obrázků

Obr. č. 1: Ukázka z FPS hry Valorant vytvořené studiem Riot Games .....	12
Obr. č. 2: Moderní arkádový automat hry Pac-mania .....	19
Obr. č. 4: Placený skin šampiona Bard .....	31
Obr. č. 3: Základní model šampiona Bard .....	31
Obr. č. 5: Mapa regionu EU NE.....	32
Obr. č. 6: Mapa regionu EU West.....	32

## Seznam map

Mapa č. 1: Rozdělení světa dle teorie světového systému na jádra, semiperiferie a periferie (2024) .....	18
Mapa č. 2: Oficiální Riot Games servery League of Legends s roky spuštění do roku 2024..	37
Mapa č. 3: Počet hráčů na 1 000 000 obyvatel zemí v LEC během LEC Summer 2023 .....	53

## **Abstrakt**

Vejmola, J. (2024). *Geografické aspekty eSportu: vývoj a regionální ukotvení hry League of Legends* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

**Klíčová slova:** eSport, geografie eSportu, ekonomické podmínky, jádra a periferie

Bakalářská práce se zabývá geografickým pohledem na téma eSportu na příkladu hry League of Legends. Nejvíce je však práce zaměřena na popis vývoje, popularity hry a národnostního složení v rámci jednotlivých eSportových lig hry League of Legends. V menším měřítku se poté práce zaměřuje na evropský region a evropskou nejvyšší ligu hry League of Legends s názvem LEC. Hlavním cílem práce je vysvětlit vliv ekonomických podmínek na vývoj, popularitu a národnosti profesionálních hráčů League of Legends v rámci světa ale i jednotlivých regionů. Vzhledem k malému počtu prací k tématu geografie eSportu byla v práci použita Wallersteinova teorie světového systému. Dle této teorie byl rozřazen svět na jádrové, semiperiferní a periferní oblasti.



## **Abstract**

Vejmola, J. (2024). *Geografické aspekty eSportu: vývoj a regionální ukotvení hry League of Legends* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

**Key words:** eSports, geography of eSports, economic conditions, core and periphery regions,

The bachelor's thesis deals with a geographical view of the topic of eSports using the example of the game League of Legends. However, the work focuses on the description of development, popularity of the game and the national composition within the individual eSports leagues of League of Legends. On a smaller scale, the work then focuses on the European region and the European top league of League of Legends called LEC. The main goal of the thesis is to explain the influence of economic conditions on the development, popularity, and nationality of professional League of Legends players within the world as well as individual regions. Due to the small number of works on the topic of geography of eSports, Wallerstein's theory of the world system was used in the work. According to this theory, the world was divided into core, semi-peripheral and peripheral regions.