

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Post-pandemická situace v českých
esportových soutěžích**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Martin Veverka

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Jan Švelch, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

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

V Praze dne 30. 4. 2023

Martin Veverka

Bibliografický záznam

VEVERKA, Martin. Post-pandemická situace v českých esportových soutěžích. Praha, 2023. 90 s.

Diplomová práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a

žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jan Švelch, Ph.D.

Rozsah práce: 121 697 znaků

Anotace

Tato diplomová práce se zaměřuje na fenomén esportu, tedy profesionálního hraní počítačových her, po pandemii koronaviru. Teoretická část se věnuje odvětví jako takovému, zaměřuje se na vývoj globálního esportu, offline turnajů a vysílacích platforem. Praktická část pomocí smíšeného výzkumu zkoumá český esport podrobněji, jeho proměnu během pandemie a stav v roce 2023.

Annotation

This thesis focuses on the phenomenon of esports, i.e. professional computer gaming, after the coronavirus pandemic. The theoretical part is devoted to the industry as such, focusing on the development of global esports, offline tournaments and broadcasting platforms. The practical part uses mixed-methods research to explore in depth the Czech esport, its transformation during the pandemic and its state in 2023.

Klíčová slova

esport, esport v Česku, počítačové hry, gaming, profesionální hráči, Counter Strike: Global Offensive, League of Legends

Keywords

esport, esport in Czechia, computer games, gaming, professional players, Counter Strike: Global Offensive, League of Legends

Title

The post-pandemic situation in czech esport leagues

Poděkování

Rád bych poděkoval panu Mgr. Janu Švelchovi, Ph.D. za vedení práce, čas, ochotu a cenné připomínky. Dále bych chtěl poděkovat respondentům, kteří se výzkumu účastnili.

Obsah

Úvod.....	3
1 TEORETICKÁ ČÁST	4
1.1 Fenomén esportu.....	4
1.1.1 Lze esport považovat za sport?	5
1.2 Profesionalizace esportu	6
1.2.1 Rozvoj nových povolání spojených s esportem	7
1.3 Vývoj offline esportových eventů.....	8
1.3.1 Začátek World Championship a pravidelná offline liga v League of Legends.....	9
1.3.2 Ekonomické benefity pro rozvoj lokální ekonomiky	10
1.3.3 DreamHack a Jönköping.....	11
1.4 Vysílací platformy	12
1.4.1 YouTube	13
1.4.2 Twitch	14
1.4.3 Mixer a Facebook Gaming.....	15
1.4.3.1 Esport v tradičních médiích	16
1.4.4 Vysílací platformy v době pandemie	17
1.5 Esport jako nafouklá bublina	17
1.5.1 Championship Gaming Series.....	17
1.5.2 Jak vydělávat na esportu	19
1.5.3 Problémy s League of Legends v letech 2022 a 2023.....	20
2 PRAKTICKÁ ČÁST	Chyba! Záložka není definována.
2.1 Esport v České republice.....	24
2.1.1 Největší úspěchy českých hráčů	24
2.1.2 Esportové týmy v ČR.....	25
2.1.3 Esportové eventy v České republice před pandemií	26
2.1.4 Esportové eventy v ČR během pandemie	27
2.1.5 Rozmach esportu v ČR po pandemii a jeho budoucnost.....	29
2.1.6 CS:GO v České republice v roce 2023	30
2.1.7 Predikce CEO esportových týmů pro rok 2023	31
2.1.8 Cílová skupina fanoušků esportu a gamingu v České republice a na Slovensku.....	32
2.2 Metodologie výzkumu	32
2.2.1 Výzkumné strategie.....	32

2. 2. 1. 1	Cíl dotazníkového šetření.....	34
2. 2. 1. 2	Hypotézy	34
2. 2. 1. 3	Výsledky dotazníkového šetření	34
2. 2. 1. 4	Zodpovězení hypotéz	37
2. 2. 1. 5	Limitace dotazníkového šetření	38
2. 2. 1. 6	Diskuze.....	39
2. 3	Výzkumná otázka.....	40
2. 3. 1	Respondenti hloubkových rozhovorů	40
2. 3. 2	Metoda sběru dat.....	42
2. 3. 3	Metoda analýzy dat	42
2. 4	Vyhodnocení hloubkových rozhovorů.....	43
2. 4. 1	Esport jako profese před koronavirovou pandemií	43
2. 4. 1. 1	Herní zázemí a náročnost povolání	43
2. 4. 1. 2	Finanční ohodnocení a pomocný personál	45
2. 4. 1. 3	Trénink a online turnaje	46
2. 4. 1. 4	Prezentace na sociálních sítích.....	47
2. 4. 1. 5	Offline turnaje	48
2. 4. 1. 6	Vývoj segmentu před pandemií	48
2. 4. 2	Změna způsobené pandemií.....	49
2. 4. 2. 1	Hraní během pandemie	49
2. 4. 2. 2	Působení v esportových týmech během pandemie.....	51
2. 4. 2. 3	Prezentace na sociálních sítích během pandemie.....	52
2. 4. 3	Situace po pandemii	53
2. 4. 3. 1	Dopad pandemie na esportové týmy	54
2. 4. 3. 2	Turnaje po pandemii	54
2. 4. 4	Dopady koronaviru	56
2. 4. 5	Budoucnost česko-slovenského esportu.....	57
2. 5	Diskuze	58
2. 5. 1	Limitace výzkumu.....	59
Závěr	60
Summary	61
Zdroje	62
Seznam příloh	70

Úvod

Diplomová práce se zaměřuje na fenomén kompetitivního hraní počítačových her. Esport v posledním desetiletí zaznamenává nárůst popularity, postupně se o něj začíná zajímat i akademická obec (Southern, 2017). Specifika esportu jsou různorodá jak regionálně, tak v jednotlivých herních titulech. Ty mají své určité fanoušky, kteří podle výzkumu sledují ze 71 % pouze jeden herní titul (NewZoo, 2019). V České republice zažil segment velký nárůst popularity díky pandemii koronaviru. Sledovanost i finanční odměny na turnajích výrazně vzrostly, podle posledních dat se ale v roce 2023 celosvětově chystají majitelé esportových týmů na finanční krizi a na stagnaci odvětví (Daniels & Nordland, 2023). Tato diplomová práce porovnává tuzemskou scénu se zahraniční esportovou kulturou, hodnotí vývoj od přelomu minulého desetiletí a zkoumá, zda esport není pouze nafouklá bublina.

Teoretická část se zabývá definicí esportu, představuje diskuzi o esportu jako sportu a rozvádí téma profesionalizace odvětví. Dále popisuje vývoj kompetitivního prostředí a nastiňuje důležitost streamovacích platform. Do závěru teoretické části práce je zahrnuta úvaha o validitě esportu a přirozeném růstu samotného segmentu.

V praktické části je definována metodologie výzkumu a výzkumná otázka. Výzkum byl prováděn smíšenou metodou kvalitativních hloubkových rozhovorů a kvantitativního dotazníkového šetření. Cílem výzkumu bylo komplexně přiblížit stav esportové scény v Česku.

V porovnání s tezí došlo po konzultacích s vedoucím práce k úpravě metody výzkumu. Výzkumná otázka „*Jakým způsobem se proměnila česká esport scéna v důsledku pandemie?*“ zůstala zachována. K lepšímu porozumění problematiky esportového segmentu jsem zhotovil kvantitativní dotazníkové šetření zaměřené na diváky esportu po pandemii s 1 154 respondenty. Další změnou je zaměření na validitu samotného odvětví a shrnutí kritického pohledu na udržitelnost esportu.

1 Teoretická část

1.1 Fenomén esportu

Počátky esportu se datují do osmdesátých let minulého století, kdy byl tento pojem spojován s hraním arkádových her. Po sečtení publikací o esportu roku 2018 zahrnoval výsledek bezmála 150 publikací z širokého spektra zaměření. Od mediálních a informačních studií po byznysové, právní nebo sportovní publikace. Od roku 2002 se z téměř neexistujícího pojmu esport stal celosvětový fenomén (Reitman, 2019). Rozmach zažil ale i zábavní průmysl spojený s esportem, který přinesl kromě nových streamovacích platforem alternativu tradičních sportů, jako fotbal nebo basketbal.

Esport, zkratka pro „elektronický sport“, reprezentuje hraní online videoher na profesionální úrovni. Jednotlivci nebo týmy hráčů se setkávají na turnajích, aby se utkali a zjistili, kdo je nejlepší v herních dovednostech, týmové práci a strategii v daném herním titulu. Vědecká obec definuje esport jako oblast sportovních aktivit, v níž lidé rozvíjejí a trénují duševní nebo fyzické schopnosti při využívání informačních a komunikačních technologií (Southern, 2017). První esportový turnaj se odehrál již v roce 1972 na Stanfordské univerzitě, a to ve hře „Spacewar“ (Kim et al., 2020). Esport je momentálně stále na vzestupu. Profesionální týmy kupují ty nejlepší hráče za miliony dolarů, univerzity mají dokonce vlastní esportové programy a stipendia pro talentované hráče, podobně jako například v hokeji (Schaepkoetter, 2017).

Co se návštěvnosti turnajů týče, již v roce 2016 bylo na finále světového šampionátu v nejpoblárnější MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)¹ League of Legends přítomno přes 47 tisíc diváků. Pro porovnání Super Bowl drží rekord v návštěvnosti z roku 1980, kdy se na zápas přišlo podívat přes 103 tisíc diváků (Damon, 2023). Co se týče online sledovanosti, Super Bowl se stále těší větší popularitě než esportové zápasy, ale je nutné dodat, že esportové přenosy neběží v žádné tradiční televizi, zatímco Super Bowl roku 2023 sledovalo 113 milionů diváků (Stoll, 2023). V roce 2022

¹ MOBA je herní žánr, který se obvykle hraje se dvěma týmy hráčů. Před začátkem zápasu si hráči musí vybrat jednu z postav. Hlavním cílem každého týmu je zničit nepřátelskou základnu, k čemuž je potřeba spolupráce a strategické rozhodování. Mezi nejoblíbenější hry MOBA patří Dota 2, League of Legends nebo Smite (Çakır, 2021).

oproti tomu sledovanost finále League of Legends přesáhla 5 milionů sledujících najednou, což je druhá největší sledovanost esportového eventu v historii streamovací platformy Twitch (Reuters, 2022). Před bližším popisem fenoménu esportu a kultury okolo něj je nutné definovat, zda lze esport řadit mezi „tradiční“ sporty či nikoliv.

1. 1. 1 Lze esport považovat za sport?

V rámci diskuze ohledně zařazení esportu na Olympijské hry vyvstává mezi odborníky otázka, zda je esport opravdovým sportem, čili zda esport splňuje náležitosti „tradičního“ sportu. Tento spor se podle Schaeperkoettera datuje ke konci minulého tisíciletí, kdy byla v roce 1999 vytvořena Online Gamers Association v rámci Sports Academy of London. Její zakladatel Mat Bettison tvrdil, že: „*Nebude trvat dlouho, než budou esportové zápasy pokrývány v televizi stejně jako sporty tradiční.*“ (Jenny et al., 2017)

Jenny s kolegy si kombinací definic „tradičních“ sportů z pohledu sportovní sociologie A. Guttmanna a sportovní filozofie B. Suitse vytvořili souhrn pravidel, které definují esport jako sport. Tuto teorii vystavěli na sedmi základních předpokladech, které disciplína musí obsahovat, aby byla považována za sport.

Sport Characteristic	Sample Activity NOT considered a “Sport” due to Sport Characteristic	Do eSports Qualify?
A “sport” must... Include play (voluntary, intrinsically motivated activity)	Any activity not intrinsically motivating	Yes
Be organized (governed by rules)	Tag	Yes
Include competition (outcome of a winner and loser)	Solitaire (card game)	Yes
Be comprised of skill (not chance)	Dice games	Yes
Include physical skills—skillful and strategic use of one’s body	Board games	Debatable
Have a broad following (beyond a local fad)	Clarkball ^a	Yes
Have achieved institutional stability where social institutions have rules which regulate it, stabilizing it as an important social practice	Hula-hoop	Debatable

(Jenny et al. 2017)

Sport musí obsahovat hraní, což znamená dobrovolné konání věci pro zábavu. Sport musí být organizovaný (musí mít jasně nastavená pravidla); musí obsahovat kompetitivnost (na konci klání musí být vždy vítěz a poražený); vítězství musí být definováno hlavně faktorem dovednosti, nikoliv faktorem štěstí, a také musí být definováno schopností těla jedince; musí mít širší diváckou cílovou skupinu (nikoliv pouze

lokální výstřelek); a v neposlední řadě musí mít institucionální stabilitu, kdy může docházet k regulacím pravidel a dohlížení na mezinárodní scénu.

Jenny et al. se shodují na tom, že momentálně splňuje esport pět ze sedmi výše zmiňovaných kritérií, jelikož esport stále nelze považovat za fyzický sport a esportová scéna je roztržena mezi mnoho herních titulů, které nemají vždy jeden regulační orgán. Většinou se jedná o herní vývojáře, ale například ve hře Counter Strike: Global Offensive, kterou se tato práce bude podrobněji zabývat, nepodnikají herní vývojáři téměř žádné kroky na profesionální scéně a pořádání největších turnajů nechávají na externích společnostech. Vědecké vysvětlení fyzického vyčerpání esportovců lze promítnout na porovnání šachů a basketbalu. Hráč šachů musí vzít figurku a fyzicky ji postavit na příslušné místo. Výsledek hry ale nijak neovlivní, jak vysoko figurku zvedá nebo jak rychle ji vezme do ruky. Oproti tomu v basketbalu záleží na výšce výskoku a přesnosti střely, pokud chce hráč střílet koš. Esportu tyto faktory chybí, a proto dává smysl, že není širokou veřejností považován za sport. Výjimkou jsou takzvané motion-based video games (MBVG), které sledují hráčův reálný pohyb, přičemž hráč ovládá více částí těla svého herního avatara (Nintendo Wii, Xbox Kinect...) (Jenny et al., 2017).

Zařazení na Olympijské hry také zatím neproběhlo i přes jasné benefity pro pořadatele. Esport sleduje mladší cílová skupina, čímž by mohli organizátoři „omladit“ svou diváckou základnu. Esport má také jasně daná pravidla, která nejsou nijak v rozporu s pravidly olympijského výboru, a hráči splňují i náročnost tréninku jako profesionální atleti. Mezinárodní olympijská asociace (IOC) chce ale momentálně spíše vést hráče her k aktivnímu sportu a ke zlepšení fyzického a mentálního zdraví. Na Letních olympijských hrách v Paříži se ale přeci jen objeví demonstrace esportu, která má ukázat možnost virtuálního spojení sportovců s hráči počítačových her (Kim et al., 2020).

1.2 Profesionalizace esportu

Esport je pro hráče obživou a povoláním srovnatelným s vrcholovými sportovci. Toto tvrzení je pravdivé vzhledem k náročnosti práce. Hráčský plat se sice ještě nepohybuje na úrovni vrcholových fotbalistů nebo basketbalistů, ale hraním her se už od začátku nového tisíciletí, kdy se v roce 2000 v Soulu konal první turnaj World Cyber Games (Larch, 2023), živí velké množství profesionálních hráčů. Podle statistik se odhaduje, že v roce 2019 přesáhly prize pooly elektronických sportů 300 milionů dolarů.

Právě ty patří k velké části platu hráčů, pro které je vyhrávání turnajů společně se stálým platem hlavním zdrojem obživy. Co se týče extrémů, tak mezi konstantně nejvýdělečnější hráče patří veterán hry League of Legends Lee „Faker“ Sang-hyeok, který už přes deset let hájí barvy korejského celku T1 a jehož výplata se pohybuje okolo 1,2 milionu dolarů (L., 2023). Poslední složkou platu hráčů jsou sponzoři a partnerství se značkami z nejrůznějších segmentů. Od značek oblečení po energetické nápoje. Platy v Americe se podle serveru Headphones Addict pohybují mezi několika tisíci dolary po desítky tisíc dolarů měsíčně (Susic, 2023).

<i>Hra</i>	<i>Roční plat nejlépe hodnocených profesionálních hráčů</i>	<i>Roční plat průměrných profesionálních hráčů</i>	<i>Roční plat nejméně úspěšných profesionálních hráčů</i>
Dota 2	\$420 000 (maximum v ligách)	\$24 000-\$180 000	\$6 000-\$12 000 (minimum v ligách)
League of Legends	\$410 000	\$105 000 (průměr v lize)	\$75 000 (minimum v USA)
Call of Duty	\$363 000 (průměr mezi nejlepšími hráči)	-	\$55 225 (minimum v ligách)
Counter-Strike: Global Offensive	\$480 000	\$180 000-\$240 000	\$60 000
NBA2K	-	-	\$33 000-\$38 000 (minimum v ligách)
Fortnite	\$77 000 (v USA)	\$46 874 (průměr v USA)	\$27 500 (minimum v USA)
Rocket League	\$139 000 (v USA)	\$56 445 (v USA)	\$18 000 (v USA)

(Susic, 2023)

1. 2. 1 Rozvoj nových povolání spojených s esportem

S vývojem esportu se na trhu objevilo i mnoho nových povolání, které buďto nebyly s esportem přímo spojované (psychologové profesionálních hráčů, kondiční trenéři...), nebo byly pro něj přímo vytvořeny (herní observeři, tedy pozorovatelé, kteří, kteří sledují zápas a přepínají kamery ve hře).

Se vznikem esportových týmů a s jejich finanční podporou od sponzorů a investorů se nutně muselo rozvinout i zázemí pro hráče, a to jak hmotné v podobě gaming housu, tak i v podobě těch, kteří se zaměřují na maximalizaci potenciálu hráčů. V asijských zemích (hlavně v Jižní Koreji a Číně) je běžné, že hráči trénují i patnáct hodin denně (Lambrechts, 2019). Tato fyzická a mentální námaha není dlouhodobě udržitelná, a hráči jsou proto pod pravidelným dohledem expertů. Mezi povolání, která se o hráče starají, tedy patří již zmínění psychologové, kteří dohlíží na mentální zdraví hráčů (jinak známí jako mentální koučové) společně s jejich trenéry. O fyzickou stránku se starají fitness trenéři. Hráči mají pevně daný harmonogram, který dodržují, a to včetně pravidelného cvičení. Ke správnému fungování těla potřebují i vyváženou stravu, proto ty nejlepší profesionální týmy zaměstnávají i výživové poradce, kteří sestavují hráčům jídelníček (Park, 2019).

Co se týče samotného fungování ve hře, mají nad sebou hráči hlavního trenéra. Poté záleží čistě na herním titulu a velikosti týmu. Úspěšné zahraniční týmy mají také in-game analytiku, kteří se snaží přinášet co nejlepší data o tom, co je ve hře nového nebo co je aktuálně nejlepší herní strategií. Hlavní trenéři mívají po svém boku i asistenta. Trenérské funkce často zastávají bývalí profesionální hráči, kteří jsou v „herním důchodu“. Z českých hráčů stojí za zmínku asistent hlavního trenéra Aleš „Freeze“ Kněžinec, který tento post zastával v úspěšné americké organizaci 100 Thieves. V létě 2021 pomohl týmu k trofeji americké LCS a na konci roku 2022 ohlásil změnu funkce na hlavního trenéra týmu Evil Geniuses (Randuška, 2022).

1.3 Vývoj offline esportových eventů

Mediální trh esportu je jedním z nejrychleji rostoucích na světě, přičemž celosvětové publikum vzrostlo ze 134 milionů v roce 2012 na 644 milionů v roce 2022. Esport následuje opačnou trajektorii než ostatní nedigitální sporty. Ty se snaží získat diváky i v online prostředí a rozšířit se do globálního měřítko, zatímco esport má tento segment přirozeně pokrytý a snaží se naopak pořádat offline turnaje (McCauley, 2022).

1. 3. 1 Začátek World Championship a pravidelná offline liga v League of Legends

Velké turnaje a franšizy herních titulů nebyly vždy samozřejmostí. Velkým průkopníkem přenesení esportu do offline světa a vytvoření pravidelné ligy byl herní titul League of Legends.

V rámci DreamHack 2011 došlo k prvnímu offline finále League of Legends World Championship. Turnaj s prize poolem 100 tisíc dolarů byl pokusem vývojářů hry Riot Games, během něhož chtěli zkusit, jestli formát světového turnaje bude populární. V té době bylo nutné brát „světový“ šampionát s rezervou. Turnaje se zúčastnilo osm týmů, z toho tři z Ameriky, tři z Evropy, jeden ze Singapurů a jeden z Filipín. Oproti světovým šampionátům nadcházejících let se jedná o zlomek zastoupených regionů, turnaje se nezúčastnila dominantní Jižní Korea nebo Čína, protože herní titul nebyl v těchto zemích ještě dostupný. Ačkoliv finále nakonec vyhrál evropský celek Fnatic (a do dnešní doby se jedná o jediný světový šampionát, který vyhrál tým z Evropy), berou toto vítězství z nedostatku celosvětových zástupců fanoušci i odborníci s rezervou (Almughrabi et al., 2021).

Úroveň World Championship v roce 2012 byla s jeho předchůdcem nesrovnatelná. Vítězný tým si odnesl milion dolarů, turnaje se účastnily mezinárodní týmy z mnoha asijských zemí a turnaj se pořádal ve velkých halách, ale i na venkovním pódiu. Právě na něm se během playoff stala událost, která mohla zničit celé momentum tohoto herního titulu.

Většina her v League of Legends trvá přibližně třicet minut. Během hry, která trvala téměř hodinu, náhle vypadl internet a hra musela být hrána celá od znovu. Internetový problém se ale nevyřešil a po sedmihodinových restartech se organizátoři rozhodli turnaj ukončit a přesunout do haly, kde se mělo hrát čtvrtfinále. Organizátoři vrátili divákům lístky a darovali merch zdarma, což fanoušci přijali velmi pozitivně. Tato divácká shovívavost prokázala, že je League of Legends velmi populární herní titul, který fanoušci při první chybě neopustí. Finále turnaje bylo velmi úspěšné a v roce 2013 na světový šampionát navázali vývojáři vytvořením americké ligy LCS (Iwerks, 2023).

Nakonec byly vytvořeny pravidelné ligy pro americký a evropský trh, tedy NA League Championship Series a EU League Championship Series (NA LCS, EU LCS).

V daném regionu proti sobě zápasí osm nejlepších týmů, kteří se ve dvou splitech (jarní a letní) utkávají o vítězství. K tomu všemu bylo potřeba najmout profesionální komentátory, moderátory celé události a analytiku (Heffelfinger, 2021a).

Riot se inspiroval u tradičních sportů a chtěl divákům přinést zážitek, který je srovnatelný s jakýmkoliv profesionálním sportovním přenosem. V rámci tohoto procesu bylo nutné z komentátorů a všech osob před kamerou udělat osobnosti. Spolu s nimi bylo nutné „vychovat“ i hráče, kteří se dle vlastních slov stali přes noc „celebritami“. Pro mnoho hráčů bylo velmi obtížné se vypořádat s tím, že už nehrají sami doma před kamerou, ale naživo před zraky několika stovek lidí (a dalších několika desítek tisíc diváků na streamu). (Iwerks, 2023). Z LCS se ale postupně stala stálice na streamovacích platformách, posléze došlo i k rozdělení a přejmenování EU LCS na LEC. Po změně jména pojala liga svou značku uvolněnějším způsobem, nechala komentátory například vytvářet písničky a tvořili obsah, který byl fanoušky velmi dobře přijímán (Heffelfinger, 2021b).

1. 3. 2 Ekonomické benefity pro rozvoj lokální ekonomiky

Esport má oproti jiným sportovním odvětvím výhodu ve sledovanosti na regionální úrovni. Regionální ligy jsou pro určité národnosti mnohdy důležitější než zápasy během sezóny evropské ligy. Národnosti jako Francie nebo Španělsko mají velmi vysokou sledovanost zápasů lokálních týmů. Jejich ligy LFL (Francie) a LVP Superliga (Španělsko) dokázaly sledovaností předstihnout americkou stálici LCS. Na zápas Solary vs. Karmine Corp se v rámci LFL dívalo 221 000 diváků najednou a 218 000 lidí sledovalo střetnutí KOI proti Team Heretics ve čtvrtém týdnu regulérní sezóny LVP Superligy (Esguerra, 2022). Tento fakt se také potvrdilo v roce 2021, kdy přátelský zápas mezi francouzskými celky KOI a Karmine Corp sledovalo více lidí než americkou ligu LCS během regulérní sezóny. Důvodem sledovanosti mohl být také debut legendárního švédského hráče Martina „Rekklese“ Larssona, který sestoupil z evropské ligy právě do francouzské LFL a jednalo se o jeho první zápas v barvách Karmine Corp. Na streamovací platformu Twitch tento přátelský zápas dvou regionálních organizací přilákal přes 477 000 diváků najednou a potvrdil tak zájem fanoušků i o lokální turnaje (ONG, 2021).

Dalším případem úspěchu na lokální úrovni je město Jönköping.

1.3.3 DreamHack a Jönköping

Švédsko se dlouhodobě řadí mezi jednu z esportových „velmocí“. Podle Parshakova a Zavertiaeva patří dokonce mezi top pět nejkompetitivnějších esportových zemí na světě (McCauley, 2022). Švédové patří mezi špičky ve hrách jako Counter Strike, League of Legends, Dota 2 nebo Hearthstone s ikonickými hráči jako Martin „Rekkles“ Larsson (LoL), Olof „olofmeister“ Kajbjer (CS:GO) nebo Ludwig „Zai“ Wåhlberg (Dota 2), který drží švédský rekord za vyhrané prize pooly na turnajích (přes 3,6 milionu dolarů) (Ain, 2022).

Pro Švédy je esport velmi důležitý, a to i na úrovni široké veřejnosti. Jönköping si díky nespočtu pořádání DreamHacku dokonce vysloužilo titul „město DreamHacku“. Úspěch nového odvětví je v zájmu mnoha investorů i politiků. Mezi aktéry, kteří se výrazně podílí na rozvoji esportu, patří přirozeně komerční herní subjekty, studentské organizace nebo sportovní týmy. Esport je ale také podporován místní samosprávou, neziskovými organizacemi nebo vzdělávacími institucemi (McCauley, 2022).

Výzkum McCauleyho, který podrobil sedmnáct respondentů zainteresovaných v esportu (od majitelů esportových týmů po vládní digitální strategy) z Jönköpingu hloubkovým rozhovorům ohledně esportu, ukázal čtyři základní zjištění. Všichni respondenti se snaží tvořit vhodné podhoubí pro mladé hráče, nehledě na pohlaví nebo rasu. Jejich cílem je vytvořit z mnohdy velmi asociálního trávení za počítačem (i když tato představa se během pandemie koronaviru ukázala mylnou, jelikož právě hry sloužily jako spojovací prvek mezi mladými) sociální aspekt života mladých lidí, a to právě formou esportu. U esportu se mohou setkávat naživo a společně prožívat napínavé a nezapomenutelné momenty. Také chtějí dát aspirujícím mladým hráčům možnost, jak posouvat svou ambici dál. Respondenti také tvrdí, že velké herní organizace dostatečně nesponzorují lokální scénu a vývoj mladých talentů, takže to musí dělat za ně.

Dalším zjištěním byla legislativní stránka věci. Studenti, kteří v roce 2015 založili první švédský esportový spolek JUSTICE, museli dle svých slov dlouho bojovat za legitimitu spolku. Esport zkrátka podle respondentů nebyl považován za plnohodnotné trávení volného času, rovnocenné k tradičním sportům.

Třetím zjištěním je vývoj na institucionální úrovni. DreamHack dal díky svému patnáctiletému působení jistotu investorům a společností, že v Jönköpingu esport

funguje. Organizace začaly zakládat esportové týmy díky tomu, že úspěch událostí ve švédském městě dokázal, že esport má smysl. V neposlední řadě je pro respondenty velmi důležité, že tvoří jednu komunitu, již lze přirovnat k obýváku, v němž je člověk s jinými neznámými lidmi, z nichž se ale velmi rychle stanou kamarádi. Respondenti se aktivně snaží propojit online svět s tím offline a edukovat zájemce o tomto propojení, jak vytvořit dobrou LAN party a jak vytvořit příjemné prostředí pro diváky. Ač respondenti byli z různých odvětví esportu, offline akce mezi nimi vytvořily silné pouto, které imponuje hráčské komunitě po celém světě (McCauley, 2022). Právě fungování a úspěch DreamHacku inspirovaly herní vývojáře League of Legends k tomu, aby začali více přemýšlet nad offline turnaji a nad navázáním osobnějšího spojení s hráči.

1.4 Vysílací platformy

Esport splňuje předpoklad sportu ve faktoru široké divácké základny, kterou mají herní tituly po celém světě. Velké popularity her napomáhají hlavně platformy, které buďto vznikly za účelem živého vysílání esportových utkání, nebo se mu postupem času přizpůsobily vzhledem k enormnímu zájmu diváků.

Mezi největší streamovací platformy patří Twitch a YouTube. Obě platformy jsou přístupné zdarma, dokonce velmi často odměňují diváky za to, že online utkání sledují. Oproti tradičnímu televiznímu vysílání jsou odměny za sledování výhodou, kterou tradiční média nemohou divákům vzhledem k povaze platformy, na které sledují přenos, nijak kompenzovat. Vedle odměn je dalším velmi důležitým faktorem streamovacích platform živý chat. Společnosti nebo streameři, kteří používají výše zmíněnou platformu Twitch, mohou do živého chatu vkládat ankety nebo soutěže, a během her udělovat divákům věrnostní body za správné predikce zápasu nebo za interakci jako takovou. Divák si poté za věrnostní body může vyzvedávat fyzické odměny v podobě dáreků od reklamních partnerů nebo in-game odměny streamovaného herního titulu (měna ve hře, kosmetické doplňky, sezónní dárky...).

Pro herní společnosti, profesionální týmy a hráče je Twitch velmi užitečnou platformou pro budování věrné komunity. Samotní hráči mohou streamovat, mimo velké turnaje, jak trénují či odpovídat na otázky diváků v chatu. Tím budují hlubší konexi s fanoušky a stávají se celebritami. Narozdíl od běžných filmových nebo hudebních celebrit se ale pravidelně věnují své fanouškovské základně, odpovídají jim na dotazy nebo

si dokonce pamatují přezdívky nejméně fanoušků v chatu (Southern, 2017). Je nutné podotknout, že komunikace v chatu při nejsledovanějších utkáních ztrácí smysl, jelikož na stream kouká několik stovek tisíc diváků a není tedy skoro možné sledovat nebo odpovídat na jednotlivé otázky a komentáře. Diváci se poté během důležitých momentů ve hře uchylují pouze k posílání například překvapivých smajlíků nebo log jejich oblíbených týmů, popřípadě jména důležitých hráčů. Streamovací platformy si od svého vzniku vytvořily zcela novou diváckou kulturu, která se chová jinak než televizní diváci (Hope, 2019).

1.4.1 YouTube

YouTube sice nebyl první internetovou platformou, která se zabývala správou online videí, ale na trhu si probojoval dominantní postavení pomocí sociálních funkcí. První pokusy o obdobnou platformu probíhaly už v roce 1997, kdy s touto technologií přišla stránka Shareyourworld.com. Tato stránka ale předběhla dobu a vzhledem k technické nevyspělosti společnosti nebyla příliš používána (Soukup, 2014). YouTube byl založen zaměstnanci PayPalu v roce 2005. Sledovanost YouTube začala velmi rychle stoupat a brzy bylo na této platformě zhlédnuto více než 100 milionů videí denně. Svým rekordním růstem předčil YouTube dokonce i v té době dominantní MySpace a porazil konkurenci v podobě Yahoo! video a Google video. Právě poslední zmíněná společnost v říjnu 2006 YouTube odkoupila (Cheng, 2008). Důležitost této platformy nelze opomenout, protože právě YouTube byl první platformou pro streamery a tvůrce herních videí.

YouTube ale už primárně neslouží pouze jako „knihovna“ videí, hraje také důležitou roli ve streamování esportových turnajů. V roce 2022 proběhl na YouTube Gaming (platforma pro streamování na YouTube) druhý nejsledovanější stream roku napříč všemi vysílacími platformami. Jednalo se o FIFA World Cup Semifinals: Argentina vs. Croatia na kanále CazeTV, což sice nebyl esportový event, ale nejvyšší sledovanost 2,16 milionu diváků v jeden čas dokazuje zájem diváků o streamovací platformy i v případě sportovních přenosů. Nejúspěšnějším esportovým eventem na YouTube byl přenos Mobile Legends (MPL Indonesia S9 Playoffs) s 945 tisíci diváky najednou. Oproti vedoucí platformě na streamovacím trhu Twitch je YouTube Gaming stále minoritní platformou. V roce 2022 bylo na Twitchi sledováno 22,8 miliardy hodin streamů, zatímco

na YouTube Gaming zaznamenal sledovanost pouhých 4,5 miliardy shlédnutých hodin. Oproti roku 2021 došlo ale k 9% propadu ve sledovanosti. Tento pokles je viditelný i u jiných platforem, takže se dá vyvodit závěr, že s rozvolněním celosvětových pandemických opatření došlo k poklesu zájmu o streamovací služby (Montserrat, 2022). Celkově se ale dá YouTube Gaming považovat za druhou volbu organizátorů esportových turnajů, kteří běžně používají Twitch i YouTube Gaming na streamování identického obsahu.

1.4.2 Twitch

Twitch vznikl výrazně později než YouTube. Rozdíl mezi těmito platformami je diametrální. Twitch se specializuje čistě na živé vysílání, zatímco YouTube umožňuje videa nahrávat a sledovat zpětně. Streaming, tedy živé vysílání, je zde až vedlejším produktem. Streaming je technologicky mnohem náročnější, proto dává smysl, že Twitch vznikl až v roce 2011 jako odnož tehdejší Justin.tv. V roce 2014 se vzhledem k úspěchu Twitche Justin.tv přejmenovala na Twitch Interactive a posléze ukončila původní produkt z důvodu soustředění se na rostoucí Twitch komunitu (Hope, 2019). V roce 2014 se o Twitch ucházeli Amazon a YouTube, a nabízely za něj stovky milionů dolarů. Tuto akvizici nakonec získal Amazon, který jej koupil za 970 milionů dolarů. Twitch v té době také umožnil tvůrcům obsahu, aby kromě tradičního počítače streamovali i z Xbox One a z Playstation 4, což výrazně rozšířilo potenciální počet streamerů i jejich diváků (Burroughs, 2015).

Momentálně je Twitch největší streamovací platformou, která především v roce 2022 několikrát překonala světové rekordy ve sledovanosti. Streamer David „TheGrefg“ Cánovas Martínez v lednu pokořil veškeré dosavadní rekordy, když při oznamování vlastního skinu v populární Battle Royale hře Fortnite v jednu chvíli dosáhl sledovanosti necelých 2,5 milionu diváků. Tento rekord byl ale záhy překonán už v červnu, a to dalším španělsky mluvícím streamerem. Streamer Ibai v rámci boxerské události La Velada Del Año II přilákal na svůj stream 3,3 milionu diváků (Patterson, 2022). Platforma se ale i přes svou popularitu potýká se závažnými problémy.

V září 2022 oznámilo vedení streamovací platformy, že se mění finanční rozdělení podílů z reklamy se streamery – původní podíl 70 % pro tvůrce obsahu a 30 % pro platformu se změnil na poměr 50/50 od vydělané částky 100 tisíc dolarů. Twitch President

Dan Clancy uvedl, že pro ně není byznysově udržitelný model, ve kterém velcí streameré operují se 70% podílem. Twitch dle slov Clancyho odvysílá 2,5 milionu hodin obsahu denně, přičemž je tato služba, která funguje přes Amazon Web Services, velmi drahá. Platforma se ale zjevně potýká s problémy ve sféře vysokého managementu, jelikož začátkem letošního roku přišel Twitch o ředitele pro obsah, i provozního ředitele, a experti nejsou spokojeni s Clancyho přístupem (D'Anastasio, 2022).

„Dan je dokonalým ztělesněním zkušeného profesionála v oblasti podnikových technologií, který přišel ze společnosti, jež není zaměřena na tvorbu, a snaží se napravit loď, která se zdála být ztrátová,“ řekl Zachary Diaz, bývalý ředitel pro nově vznikající obsah společnosti Twitch, který byl také osm měsíců vedoucím správy tvůrců pro platformu Live společnosti TikTok v USA (D'Anastasio, 2022). Toto vyjádření přinutilo některé z hlavních streamerů na Twitchi přehodnotit, zda jim působení na platformě stojí za to. Tyler „Trainwreck“ Niknam v prosinci 2022 oznámil, že přestupuje na novou streamovací platformu Kick.com, která nabízí streamerům 95 % z veškerého zisku. Tato platforma je velmi atraktivní pro tvůrce obsahu, kteří streamovali na Twitchi hazardní hry, protože je úzce spojená s provozovatelem hazardních her Stake.com. Tvůrci diskutují o udržitelnosti platformy vzhledem k velmi nízkému příjmu ze zisků a domnívají se, že může jít o čistě marketingový tah, jak reagovat na problémy Twitche a získat velké streamery na nově vzniklou platformu (Fragen, 2022).

Tyto kauzy zpochybňují dominanci Twitche a není divu, že kromě Kick.com se i další konkurence snaží získat prvenství na streamovacím trhu.

1. 4. 3 Mixer a Facebook Gaming

O dominanci na streamovacím trhu se v roce 2020 ucházely také další společnosti, a to Mixer a Facebook Gaming, který stále funguje v rámci platformy Facebook. Mixer byla streamovací platforma vlastněná společností Microsoft a měla za úkol konkurovat platformám Twitch a YouTube. Mixer v roce 2019 získal exkluzivní práva na vysílání několika největších Twitch streamerů a vypadalo to, že dokáže získat podíl na trhu pomocí významných gamingových influencerů. Michael „Shroud“ Grzesiek a Tyler „Ninja“ Blevins měli zajistit úspěšný vstup Mixeru mezi konkurenci a získat věrné fanoušky pomocí jednoho měsíce bezplatného předplatného u dvou zmíněných streamerů pro diváka, který si na platformě vytvoří účet (Goslin, 2019).

I přes silné influencery se Mixeru marketingový tah nepodařil, a v roce 2020 oznámila platforma sloučení s již zmíněným Facebook Gaming (Warren, 2020). S touto platformou ale nechtěli dva výše zmínění streameři uzavřít exkluzivní dohodu o streamování, a proto došlo k dohodě o vyplacení exkluzivní smlouvy. Grzesiekovi bylo vyplaceno 10 milionů dolarů a Blevinsovi dokonce 30 milionů dolarů (Wojnar, 2020). Facebook Gaming v půli roku 2022 oznámil ukončení samostatné aplikace na mobilních zařízeních, a stream je tak dostupný pouze v hlavní aplikaci (Malik, 2022). Společnost Meta (dříve Facebook) také testuje novou platformu pro streamery s názvem Super, kde dostávají streameři zaplacení 200 až 3 000 dolarů za třicet odstreamovaných minut (Malik, 2022).

1. 4. 3. 1 Esport v tradičních médiích

Ačkoliv je esport vysíláný primárně přes online streamovací platformy, tradiční média si začala esportu všimnout již v letech 2010-2014. Švédská stanice SVT pravidelně vysílá obsah události DreamHack. Pro Jihokorejce je esport v televizi na běžném programu. Německá televizní stanice EinsPlus vysílala německou ligu ESL Pro Series of Legends Finals v televizi. V rámci této ligy odvysílala i celé finále, které trvalo osm hodin, přičemž spolupracovala s Ligou elektronických sportů, aby mohla vysílat turnaje a vysvětlovat esport novým divákům. Díky této úspěšné produkci může svět esportu doufat, že televizní stanice budou vysílat například Intel Extreme Masters nebo zápasy ESL za podpory značek jako Red Bull nebo Coca-Cola, které se již hluboce angažují v profesionálních turnajích esportu (Hiltscher, 2013).

V Číně se o development esportu v tradičních televizích postaral program „eSport World“, který byl velmi populární u mladé cílové skupině. Tento pořad ale také vzbuzoval negativní reakce u rodičů, kteří se obávali, že u jejich dětí kvůli pořadu vznikne závislost na internetu. Pořad byl roku 2004 kvůli stížnostem zrušen. Online hraní je v čínských médiích doprovázeno mnoha negativními stereotypy. Po incidentu, při kterém 17. června 2002 zahynulo dvacet čtyři mladých mužů při požáru v nelegální internetové kavárně v Pekingu, začala čínská vláda internetové kavárny a hraní online her považovat za problematické. V Číně bylo také zřízeno mnoho rehabilitačních zařízení pro mladistvé závislé na internetu (Zhao, 2021).

Čínská vláda má s esportem velmi nejasný vztah. Na jednu stranu esport podporuje, jelikož se jedná o odvětví, které posiluje státní ekonomiku. Na Asian Games 2018 (mezinárodní turnaj ve sportech pro asijské národy), kde proběhla ukázka elektronických sportů, čínský tým zvítězil v herních titulech Arena of Valor a League of Legends. Čínská ústřední televizní stanice ale neodvysílala ani jedno esportové utkání, přestože zakoupila vysílací práva na všechny zápasy. Čínská národní správa rozhlasu a televize vydala „Ustanovení o správě pořadů pro nezletilé“, v nichž uvedla, že pořady pro nezletilé nesmí propagovat ani uvádět elektronické hry jakéhokoli druhu. Vzhledem k tomu, že elektronické sporty nejsou v čínské televizi povoleny, sledují diváci elektronické sporty především prostřednictvím livestreamových platforem (Zhao, 2021).

1. 4. 4 Vysílací platformy v době pandemie

Začátek pandemie v prvních měsících roku 2020 měl značný psychologický dopad na společnost. Pro mnoho lidí se jednalo o období, v němž přišli o práci, byli izolováni od svých přátel a příbuzných, a ztratili kontakt s okolním světem. Poptávka po zábavě a rozptýlení drasticky vzrostla. Sledovanost platformy Twitch stoupla od ledna 2020 do dubna téhož roku o 87 % s vrcholem v březnu. Toto divácké maximum zapříčinil mimo jiné i celostátní lockdown v Itálii a vyhlášení národního nouzového stavu v Americe (Leith & Gheen, 2022).

1. 5 Esport jako nafouklá bublina

V roce 2019 se začaly objevovat skeptické názory ohledně velikosti esportu. V květnu vyšla obsáhlá studie od Cecilie D'Anastasio, která poukazuje na fakt, že do esportu je investováno velké množství peněz, ale samo odvětví tolik peněz negeneruje. D'Anastasio tvrdí, že esport se potýká s podobnými problémy jako mnoho jiných oblíbených startupů, jako například Twitter, který nikdy nezveřejnil svůj profit, nebo Uber, který za rok prodělal téměř 5 miliard dolarů. Investoři ale rádi investují do startupů, kterým věří a které jsou mediálně podporovány (D'Anastasio, 2019). V roce 2019 se ale nejednalo o první náznak toho, že je esport pouze marketingově a mediálně vytvořená bublina.

1. 5. 1 Championship Gaming Series

Richard Lewis píše o esportové bublině, která narůstala v roce 2005 a splaskla s krizí v roce 2007. V roce 2005 byla vytvořena Championship Gaming Series ve videohrách. Tento velmi ambiciózní projekt měl podporu Ruperta Murdocha, který do něj investoval 50 milionů dolarů na dobu pěti let. Lewis dokládá, že všichni, kteří byli v turnaji zainteresovaní, dostávali řádově vyšší částky, než bylo nutné. Komentátor Johnathan „Fatal1ty“ Wendel obdržel za svou nepříliš profesionálně odvedenou práci přes čtvrt milionu dolarů. Autor popisuje fenomén přeplacených zaměstnanců a zainteresovaných osob jako „zlatá želízka“. Všichni zúčastnění nemohli a ani ve vlastním zájmu nechtěli říct nic o tom, že liga nefunguje tak, jak by měla, a už vůbec se nestarali o dopad ligy na vytvoření ekosystému pro mladé nadějně hráče. Za účelem „růstu esportové scény“ přišlo mnoho lidí k velké sumě peněz. CGS si také podmanila většinu gamingových a esportových médií pomocí agresivního partnershipu, který zakazoval jakékoliv zprávy, které by zpochybňovaly pozitivní vnímání ligy.

Liga se dále stavěla velmi majetnický k hráčům či sponzorům, kteří byli její součástí. Jeden z profesionálních hráčů nově vydaného Counter Strike: Source Kevin „aZn“ Wang si chtěl zahrát LAN turnaj mimo CGS ve starší verzi Counter Strike 1.6, ale nepožádal ligu o povolení. Hráč obdržel pokutu 5 000 dolarů a snížení ročního platu o jednu šestinu. Kauza nakonec vyeskalovala ve zrušení Wangovo kontraktu, což poštválo početnou komunitu Counter Strike 1.6 proti CGS. Liga se sice snažila CS 1.6 zařadit mezi turnajové hry jakožto odčinění (Lewis tvrdí, že se spíše jednalo pouze o rozšíření značky do dalších herních titulů), ale toto rozšíření nebylo komunitou přijato pozitivně (Lewis, 2015).

Liga se postupem času začala rozpadat a z pětiletého plánu byla po dvou letech zrušena. Novináři se shodují na tom, že hlavním důvodem bylo, že nikdo z organizátorů CGS nerozuměl esportu. CGS se inspirovala primárně z wrestlingové WWE, kde proti sobě verbálně poštvávají hráče za účelem budování rivalit a divácky zajímavých narativ. Tento model v mnoha sportech funguje, ale herní svět na tuto formu komunikace nebyl připraven. Komunikace CGS tak působila velmi nepřírodným a umělým dojmem. Další chybou, kterou organizátoři udělali, byl výběr samotných herních titulů. Mnohdy tituly nebyly zdaleka tak populární, jak si organizátoři mysleli, a celý projekt byl odsouzen k neúspěchu jak ligy, tak celého esportového ekosystému v Americe. CGS totiž kvůli velkému finančnímu zázemí zničila veškerou konkurenci, která budovala esport postupně

bez velkých finančních zdrojů. S příchodem krize v roce 2007 došlo k pozastavení růstu esportové scény (Phillips, 2021).

1. 5. 2 Jak vydělávat na esportu

Analytik NewZoo Jurre Pannekeet, který se opírá o jasná data, tvrdí, že 89 % esportových týmů v Americe funguje se ztrátou. Esportové týmy získávají finance od sponzorů, z prodeje merche, z ligových peněz a samozřejmě z výher týmových hráčů. Mezi lety 2017 a 2018 stoupl plat hráčů americké nejvyšší League of Legends ligy LCS o 215 tisíc dolarů na 320 tisíc dolarů ročně. V týmu League of Legends je pět hráčů, trenéři a další zaměstnanci, a všechny tyto výdaje platí tým společně s multimilionovým poplatkem za účast v samotné lize (ve hře Overwatch se například tato částka pohybuje mezi 30-60 miliony dolarů). K tomu je ještě nutné připočítat náklady na gaming house, který vlastní každý z deseti týmů v americké LCS. Jak bylo zmíněno výše, většina týmů se také nezaměřuje pouze na jeden herní titul, a náklady na hráče se tak drasticky zvedají. Po sečtení všech nákladů není překvapivé, že naprostá většina organizací funguje ve ztrátě. Z této pozice se velmi těžko hledá východisko (D'Anastasio, 2019).

Majitelé týmů zatím nepřišli na formuli, která by udržela týmy v zisku, a to platí i pro samotné organizátory ligy. Pro chod týmu jsou nutní sponzoři a investor, to samé platí i pro ligu. Blizzard Entertainment v roce 2019 ohlásili konec profesionální ligy v jejich vlajkové lodi na trhu MOBA her Heroes of the Storm. Tato hra měla konkurovat titulům jako již zmíněné League of Legends nebo Dota 2. Tato zpráva byla devastující pro mnoho profesionálních hráčů, kteří od roku 2015 trávili dle svých slov 8-10 hodin denně, aby byli ve zrušeném herním titulu nejlepší (McWhertor, 2018).

Největší problém je ale na straně monetizace fanoušků. Průměrný fanoušek tradičních sportů v Americe utratí ročně 710 dolarů za vstupenky na zápasy a merch. Průměrný esportový fanoušek za rok utratí 2,5 dolaru, a ti nejvěrnější utratí pouze dvojnásobek této částky (D'Anastasio, 2019).

Důvodem relevantnosti pro sponzory je hlavně unikátní cílová skupina, kterou esportové ligy zasahují marketingem. Skupina mužů 18-34 lze jen velmi těžko zasáhnout jinak než v online prostředí, příliš nesleduje tradiční média a mnoho z nich ani pravidelně nesleduje televizi (často ji ani nemají doma). Průzkum, který na vzorku 5 368 respondentů zkoumal, jak vnímají značky, které sponzorují esport, ukázal, že

vyselektovaní respondenti vnímají značku ve 100 % lépe (rozděleno mezi možnosti 1, poněkud souhlasím – 40,9 %; 2, souhlasím – 40,9 %; 3, velmi souhlasím – 18,2 %). Ve 32,5 % případů dokonce sponzoring esportu změnil názor respondenta na značku (Abreu Freitas et al., 2020).

Sponzoři jsou si však vědomi prodělkem esportu. Mnoho společností ale investuje do mnoha projektů a odvětví najednou (Red Bull sponzoruje hudební festivaly, esport, extrémní sporty nebo má vlastní stáj Formule 1). Investoři vkládají své peníze do desítek startupů nebo odvětví najednou a očekávají, že alespoň jedna investice se jim několikanásobně vrátí. Esport může, ale také nemusí být právě touto investicí, a pokud by tomu tak opravdu bylo, společnosti nechtějí na trh přicházet pozdě. Otázkou ale je, jestli se esport osvědčil jako výhodná investice, nebo si investoři v blízké době najdou jiné rostoucí odvětví, do něhož přesunou svůj kapitál.

Celková skepse ohledně esportu byla vždy potlačena nějakou větší globální událostí. V roce 2007 to byla hospodářská krize, v roce 2020 začátek globální pandemie, kdy esportové odvětví zažilo vzhledem k lockdownu obrovský nárůst popularity a v letech 2020 a 2021 vstup do mainstreamu. Pandemie ale už v roce 2022 odezněla a velikost esportu se k nelibosti všech zúčastněných začala vracet do té původní, předpandemické. Ligy po celém světě začaly přicházet o sponzory, je tedy těžší hledat peníze na podporu týmů a ligy jako takové. Tento fenomén je vidět jak na české, tak na světové scéně v rozličných titulech a žánrech (jak Counter Strike: Global Offensive, tak League of Legends).

1. 5. 3 Problémy s League of Legends v letech 2022 a 2023

S popisem problematiky je možné začít v globálním měřítku. Jeden z nejsledovanějších herních titulů League of Legends má finanční problémy hned v několika regionech. Nejvíce překvapivý je vývoj v korejské lize LCK, která je s čínskou ligou LPL nejsledovanější LoL soutěží na světě. Korejci také letos vyhráli už posedmé světový šampionát, na kterém se ve finále utkaly dva korejské celky. Samotné finále patřilo mezi tři nejsledovanější esportové eventy v dějinách esportu. I přesto byl v půlce roku 2022 (několik měsíců před začátkem světového šampionátu) zaznamenán odchod dlouholetých sponzorů z korejských týmů (Seck, 2022). Tato situace by mohla být

vyřešena opětovným vítězstvím korejského celku, budoucnost týmů v roce 2023 ještě není zcela známá.

Větší a dlouhodobější problém vyvstává v nejvyšší americké soutěži LCS. Ta se, jak už bylo zmíněno v kapitole o rozvoji lokální ekonomiky, dlouhodobě potýká s nízkou sledovaností oproti ligám v jiných zemích. Rok 2022 měl pro LCS znamenat rok vzkříšení, protože světový šampionát se odehrával na americké půdě. To znamená obrovský ekonomický přínos pro americkou League of Legends scénu (hry se odehrávaly na velkých stadionech a na všech zápasech bylo vyprodáno). Americké týmy využily šanci a podařilo se jim získat nová sponzorství od partnerů, kteří doufali ve zviditelnění na domácí půdě díky úspěchům amerických týmů v rámci turnaje. Realita nemohla být dále od pravdy. Tři americké celky na turnaji vyhrály pouze tři z osmnácti her a ani jeden se nekvalifikoval ze základní skupiny. Historicky si nejlepší LCS týmy nevedly na světových turnajích nejlépe, v roce 2022 se ale jednalo o nejhorší výsledek v dějinách ligy. Tento výsledek měl za důsledek ukončení spoluprací týmů s několika sponzory, kteří své kontrakty na rok 2023 neprodloužili. Změny na sebe nenechaly dlouho čekat. Mnoho týmů včetně již zmíněných 100 Thieves nebo tým Dignitas propouští několik desítek lidí a snižují rozpočty na další rok (Gbay99, 2023). I stálice mezi americkými týmy, Team Solo Mid, se potýkala s nemalým problémem. Tým byl zasažen skandálem kolem krypto burzy FTX, jelikož se jednalo o hlavního sponzora týmu, který za přejmenování týmu z TSM na TSM FTX zaplatil 210 milionů dolarů (Colantonio, 2022).

Krach FTX nepomohl ani samotné lize, protože burza dluží nejvyšší americké soutěži 6,25 milionu dolarů za sponzorství v roce 2022 a 12,875 milionu dolarů za rok následující (Litchfield, 2022).

LCS liga oznámila další změny, které diváci nepřijali pozitivně. První velkou změnou je změna času z večera na odpoledne. Poté přesun z víkendových vysílacích časů v sobotu a neděli, na vysílání ve čtvrtek a pátek. To znamená, že odpolední vysílání nebudou moct sledovat diváci, kteří jsou například ve škole nebo v práci. Jediné možné vysvětlení je fakt, že díky posunu je vysílání atraktivnější pro evropské diváky kvůli časovému posunu. YouTuber GBay99, který natočil obsáhlé video o „umírání LCS“, popisuje tento krok jako kdyby fotbalová Bundesliga posunula zápasy na čas, který by vyhovoval fanouškům v Brazílii a organizátoři by tak doufali, že tím zachrání sledovanost

ligy. Podle dalších zdrojů ale společnost Riot Games (vývojáři League of Legends) nechce nechat LCS skončit, i když to podle jejich kroků tak nevypadá (Gbay99, 2023).

Další oznámení na začátku roku 2023 bylo ukončení kontraktu s dlouhodobým moderátorem LCS Jamesem Dashem, který uváděl americkou ligu po dobu deseti let a v roce 2022 vyhrál dokonce ocenění „Moderátor roku“. Dash na svých sociálních sítích uvedl, že k ukončení spolupráce došlo bez jeho vědomí a vedení ligy pouze oznámilo, že není nutné, aby vysílání mělo hlavního moderátora (ve vysílání stále zůstávají komentátoři i analytici) (Fisher, 2023). Společně s ním odchází další dva komentátoři. David „Phreak“ Turley, komentátor, který byl už u prvního vysílání LCS, odchází do oddělení herního vývoje (Tyler, 2022) a Julian „Pastrytime“ Carr, další ze známých tváří ligy, odchází kompletně z Riot Games (Kay, 2022). Tyto faktory nutí odborníky k zamyšlení, jestli není LCS „kanárek v dole“ a ostatní světové ligy nebudou v následujících letech čelit podobným problémům (Gbay99, 2023).

Problémy na konci března pro americké týmy velmi rychle eskalovaly. Výše zmiňovaný tým TSM sice v oficiálních vyjádřeních po ukončení spolupráce FTX tvrdil, že je organizace stabilní a profitabilní, situace se ale v dubnu změnila, když CEO Andy „Reginald“ Dinh na platformě Reddit oznámil, že společnost expandovala moc rychle a že bude potřeba propustit mnoho zaměstnanců, aby došlo k ekonomické stabilizaci. Toto se kromě menších herních titulů může dotknout i místa v soutěži LCS, v níž TSM soutěží od vzniku nejvyšší americké League of Legends soutěže v roce 2013 společně s týmem CLG (McLaughlin, 2023).

Právě výše zmíněná organizace oznámila o čtyři dny později po TSM, že prodává své místo v LCS. To tedy znamená, že končí nejstarší americké organizace esportu, včetně jejich proslulé rivality. Mateřská společnost CLG Madison Square Garden company se snaží postavit společnost do pozice dlouhodobého úspěchu (Kelly, 2023).

V neposlední řadě se s problémy nepotýkají jenom americké organizace, které se primárně zaměřují na League of Legends. Americký Faze Clan, tým, který se proslavil primárně na poli CS:GO na nejvyšší úrovni, oznámil za rok 2022 čistou ztrátu ve výši 53,2 milionu dolarů, což je ještě více než v roce 2021, kdy ztráta činila 36,9 milionu dolarů.

Toto číslo rovněž nezahrnuje nepeněžní jednorázový účetní náklad ve výši 115,3 milionu dolarů související s veřejným vstupem společnosti FaZe Clan na burzu

v červenci 2022. Po započtení této částky, v rámci níž došlo ke konverzi dluhu „Legacy FaZe“ na kmenové akcie, činila ztráta společnosti FaZe Clan v roce 2022 celkem 168,5 milionu dolarů. V loňském roce vyhrála soupiska CS:GO týmu FaZe Clan turnaje PGL Antwerp Major, IEM Cologne a IEM Katowice. Kromě toho vyhrála Call of Duty odnož organizace, Atlanta FaZe, Call of Duty Major II v Bostonu. Přesto se tento úspěch – a pokračující expanze do dalších titulů – neodrazil na akciovém trhu, a společnost nedávno obdržela od NASDAQ oznámení o nedostatečích potě, co cena jejích akcií zůstala delší dobu pod hranicí 1 dolaru (Daniels, 2023).

Odborníci se shodují v tom, že je potřeba veřejnosti a sponzorům prezentovat reálná čísla sledovanosti bez „růžových brýlí“, aby esport mohl zdravě růst a vyvíjet se jako samostatné sportovní odvětví.

2 Praktická část

Praktická část přímo navazuje na část teoretickou, do hloubky prozkoumává stav české esportové scény. Díky hloubkovým rozhovorům s profesionálními hráči titulu Counter Strike: Global Offensive a dotazníkovému šetření zaměřenému na vnímání esportu diváky po pandemii je na problematiku nahlíženo z různých úhlů pohledu. Nejprve je představen stav esportové scény, největší úspěchy českých hráčů, historie esportových offline turnajů a predikce budoucnosti celého odvětví. Poté následuje samotná metodologie výzkumu a výsledky jak kvalitativního zkoumání, tak dotazníkového šetření.

2.1 Esport v České republice

Je velmi těžké datovat přesný vznik prvních českých esportových týmů a vznik českého esportu jako takového. Podle rozhovorů, které udělala Lucie Chejnovská s osobnostmi z esportové scény, byl český esport populární i před krizí v roce 2008, kdy existovalo několik esportových kaváren a pořádaly se turnaje. Někteří respondenti tvrdí, že Češi do rozjíždějícího se vlaku esportu nenaskočili včas a že rozvoj esportu v naší zemi nestíhá světovou rychle se rozvíjející scénu. Ať už je to pravda či nikoliv, český esport v podobě, jak ho známe dnes, vznikl roku 2011. Tehdy se totiž uspořádalo první Mistrovství České republiky. Co se týče větších investorů, ti začali vnímat esport jako samostatný trh s velmi ojedinělou cílovou skupinou až okolo roku 2018 (Chejnovská, 2021).

Přestože esportové týmy mají v zahraničí delší tradici než v České republice, domácí týmy, a hlavně hráči jsou vidět i na mezinárodní scéně.

2.1.1 Největší úspěchy českých hráčů

Čeští hráči již v několika herních titulech dokázali, že patří ke světové špičce. V roce 2017 zaznamenal český esport zatím největší úspěch v podobě vyhraného turnaje Global Games v karetní online hře Hearthstone od společnosti Blizzard. Turnaje se účastnily čtyřčlenné týmy z nespočtu zemí z celého světa. Hra se sice hraje ve formátu jeden na jednoho, ale na tomto turnaji mohl celý tým spolupracovat. Česká expedice pod vedením Stanislava Cifky dokázala vyhrát celý turnaj a ve finále skórem 4:2 vyřadit favority turnaje, tým hráčů z Ukrajiny. Pořadatelé i přes vysokou sledovanost turnaje

nastavili částku pro vítěze na pouhých 60 tisíc dolarů, které si čtyři vítězové museli rozdělit mezi sebou (Janovská, 2017). Tato částka je oproti výhrám v jiných titulech velmi nízká. Například během největšího turnaje ve hře Dota 2 si pětice vítězů rozdělují každý rok přibližně 20 milionů dolarů (v roce 2021 částka narostla až na rekordních 40 milionů dolarů) (Gough, 2022).

Další úspěch českých profesionálních hráčů si připsala dvojice Marek „Hummanoid“ Brázda a Matyáš „Carzzy“ Orság v nejpůvodnějším MOBA titulu League of Legends. Hráči dokázali v týmu MAD Lions roku 2021 vyhrát titul mistrů Evropy v největší League of Legends lize LEC, a to jak v jarní, tak i v letní části sezóny (Esguerra, 2021).

V neposlední řadě je nutné zmínit i nedávný slovenský úspěch hráče již zmiňované MOBA hry Dota 2 Olivera „Sskiter“ Lepka, který v rámci Dota International 2022 vyhrál s týmem Tundra Esports přes 500 milionů korun a sám za výhru obdržel 42 milionů korun, což je nejvyšší částka, kterou vyhrál kterýkoli hráč na česko-slovenské esportové scéně (Putivlskij, 2022).

2. 1. 2 Esportové týmy v ČR

Podle České asociace esportu bylo roku 2022 v Česku přihlášeno dvacet pět esportových týmů. Přibližně čtrnáct z nich se aktivně účastní největších esportových lig v rozličných titulech (jedná se hlavně o Counter Strike: Global Offensive, kterou pořádá Sazka eLEAGUE, a League of Legends, kterou pořádá společnost Hitpoint) (Česká asociace esportu, 2022). Nejstarším fungujícím týmem na české scéně je tým eSuba, který byl založen v roce 2004. Na scéně patří mezi neúspěšnější týmy již osmnáct let.

Vývoj esportových týmů byl velmi pozvolný. Respondenti v rozborech hloubkových rozhovorů od Mgr. Lenky Chejnovské popisují začátky esportu v Česku jako skupinu nadšenců, kteří brali hraní her coby koníček. Většina z nich nebyla nijak finančně hodnocena a odměny na turnajích byly většinou hmotné v podobě myši a klávesnic. Esportem se na začátku nemohl živit téměř nikdo. Pokud hráči nebo koučové oplývali dostatečným talentem, často našli uplatnění v zahraničí, kde bylo zázemí mnohem vyspělejší. Porovnání nynějších začátků a dnešního stavu esportu popisuje v rozhovoru Vojtěch „Wango“ Pres:

„Rozdíl mezi tou dobou a teď, těch sedm let například, jasný spousta věcí zůstalo stejných, hráči jsou nepoučitelní, mění týmy smlouvy nesmlouvy [s úsměvem], ale dostali jsme se do fáze, kdy už tady ty smlouvy jsou, kdy jsou tady nějaké závazky vůči organizacím, vůči organizátorům turnajů, a obecně s tím přílivem peněz do toho, přišel ten tlak na tu profesionalitu, profesionalizaci, s čím souvisí ty závazky, různá plnění. Ale hráči mají o to větší komfort, vzniklo tady spousta gaming officů, gaming housů, vznikla tady neskutečná podpora pro hráče od partnerů od organizací jako takových, i od organizátorů, ty si je hýčkají.“ (Chejnovská, 2021).

2. 1. 3 Esportové eventy v České republice před pandemií

Pro lepší pochopení offline esportových událostí jsem zhotovil hloubkový rozhovor s Matějem „Pumbou“ Vernerem, který od roku 2016 působil jako admin a observer na většině esportových eventů v Counter Strike: Global Offensive a PUBG na české, ale i slovenské scéně. Podílel se hlavně na projektech od největších organizátorů na scéně jako PLAYZone, TopGaming a Y Games. Momentálně pracuje jako hlavní produkční pro Sazka eLEAGUE.

K rozmachu esportu v Česku došlo roku 2016. Verner popisuje velikost offline turnajů mezi lety 2016 až 2017 jako velmi podobnou velikosti turnajů v roce 2022, akorát s menší pompézností a prize pooly. Počet diváků například na MČR je podle Venera podobný, technika a zázemí pro hráče je ale v dnešní době mnohem lepší.

Od roku 2017 se snažili organizátoři pořádat eventy v čím dál tím více herních titulech. To poté znamenalo, že z jednoho týmu mohlo na turnaj jet i klidně čtrnáct hráčů, pokud se například hrály tituly League of Legends (pět hráčů), Counter Strike (pět hráčů) a PUBG (čtyři hráči) s pomocným týmem. Esportové organizace musely platit veškeré logistické náklady, což bylo velmi kritizováno, protože na světové úrovni všechny náklady proplácení organizátoři. Do nákladů se započítávalo několikadenní ubytování pro hráče, trenéry a další, jako jídlo a doprava. To si mohly dovolit pouze větší týmy se sponzory. Verner tvrdí, že si týmy musely měsíčně spořit s vědomím, že za rok se organizace zúčastní například pěti eventů. Tento budget postupně využívaly v rámci roku, aby se mohly účastnit turnajů. Verner v té době působil v týmu Dark Tigers, do kterého investoval majitel rodinné firmy na výrobu postelí. Jednalo se o nadšence do esportu, který sám nemohl hrát, ale pomáhal esportovému týmu jako investor.

Od té doby se eventy profesionalizovaly, organizace většinou nemusí platit žádné provozní a logistické náklady. To je za Vernera největší rozdíl od roku 2017, cesty organizátoři sice nadále neproplácí, ale stále se jedná o výrazné zlepšení a pozvednutí českého esportu alespoň částečně na evropský standard.

Verner dále mluví o praní peněz pomocí faktur pro hráče (hráč, který vystavil fakturu na 30 tisíc korun, dostal zapláceno pouze 25 tisíc korun). Tyto praktiky Vernerem nejmenovaný tým často používal. V té době ale nebylo vůbec běžné, aby hráči měli plat, maximálně několik jednotek tisíc, takže to pro hráče (většinou studenty) byl spíše přivýdělek nebo brigáda. Minimální plat dostávali například hráči eSuby a s opravdovým platem přišel až tým Alza Extatus (Verner, 2023).

2. 1. 4 Esportové eventy v ČR během pandemie

Verner popisuje období během koronaviru jako velmi nejisté. Když propukla pandemie, všechno se rychle přesunulo do online prostředí. V esportu výrazně ubylo investic ze strany dosavadních sponzorů, jelikož sponzoři offline eventů neměli zájem o viditelnost značky v online prostředí. Většina sponzorů také řešila chod vlastní firmy vzhledem ke koronavirovým restrikcím, do marketingu a sponzoringu tak bylo investováno mnohem méně peněz. Rozpočty byly zužovány na nutné minimum, v jedné fázi dokonce komentovali moderátoři zápasy z domova, což se ukázalo jakožto nefunkční model, jelikož byli často dle slov Vernera „napůl v pyžamech“ a nedokázali v divácích probudit takové emoce, jaké obecnost obyčejně zachvacovalo během offline turnajů. Posléze se moderátoři navrátili do studií s novým přílivem financí (sponzoři pochopili, že moderátoři potřebují být viděni v online prostředí). Největší akce roku v oblasti esportu, Mistrovství České republiky, se místo haly v Brně konala ve studiu Prima COOL. Vše se odehrálo na velké LED televizi, s velmi početnou produkcí. Verner dodnes nechápe, že se nikdo ze účastníků nenakazil koronavirem. Nařízení ohledně roušek a rozestupů nebyla příliš dodržována, ve studiu se střídalo velké množství lidí. Vysílání totiž kombinovalo i MČR v mobilních hrách, které obsahovalo finále v herních titulech Clash Royal a Hearthstone, a MČR v počítačových hrách, které obsahovalo tituly PUBG a CS:GO. To v praxi znamenalo, že na každý herní titul se ve studiu musela vystřídat skupina komentátorů a analytiků. Ale ani tak se nikdo ze čtyř komentátorských skupin, produkce, organizátorů a sponzorů, kteří se přišli podívat na průběh akce, nenakazil.

S nálezou měl celý tým štěstí, ale úroveň a příprava celého MČR nebyla příliš plynulá. Prima umístila finále MČR do velkého studia, které ale bylo používáno i na jiné projekty odehrávající se ve stejnou chvíli. Verner třeba popisuje, jak už bylo na akci vše připraveno, načež dostali pokyn, aby celé studio sbalili a posunuli o deset metrů. Tento úkol zabral den a půl práce celého týmu, v půlce přesunu však dostali informaci, že se nakonec studio posouvat nemusí. Produkce sice pracovala s velmi špatnou technikou a nekvalitní LED obrazovkou se starými kamerami, ale podle Venera na fotkách studio vypadá dobře.

Oproti tomu MČR v roce 2021 bylo i přes silné protesty z produkce uspořádáno offline. Na akci nepřišlo příliš diváků, a Verner tvrdí, že se organizátoři na covid jen vymlouvali, i když bylo očividné, že akce během covidových opatření nebude příliš navštěvovaná a bylo rozumnější turnaj uspořádat v online prostředí. Verner ale tvrdí, že konkurent Sazka eLEAGUE zvládnul offline finále velmi dobře a tribuny byly plné, protože všechno včas naplánovali a očekávali restriktce, které přišly měsíc po akci, kdy se konalo MČR (Verner, 2023).

Pandemie zastavila i plány, na nichž se v roce 2019 pracovalo. V plánu bylo navázání na nový projekt PLAYzone Challenge, což byla BYOG (Bring Your Own Gear) LAN událost, které se v roce 2019 účastnilo mnoho diváků. Akce sklídila velmi pozitivní ohlas u účastníků. Další byl Prima COOLDAY, což byl „festival“ v areálu Malé sportovní haly na Výstavišti Praha, kde organizátoři zkombinovali esport s hudebním festivalem.

Podle Venera se chystala i aréna, v níž by se pravidelně hrály zápasy z esportových lig, podobně jako zahraniční systém v LCS nebo LEC. Jednalo by se o offline zápasy i v rámci regulérní sezóny mimo playoff. Tento plán byl zrušen a došlo pouze k vybudování PLAYzone Areny v areálu Westfield Chodov, která slouží ke sledování zápasů, ač PLAYzone žádnou pravidelnou ligu nepořádá, a to ani v roce 2023, a soustředí se primárně na krátké turnaje. Verner s pořádáním kratší formátů turnajů souhlasí, protože liga je podle něho velmi finančně náročná a ne tak divácky atraktivní. To dokazuje fakt, že COOL Liga během pandemie postupně skončila. Respondent to přikládá hlavně Sazce eLEAGUE, která měla pro týmy atraktivnější finanční ohodnocení. Dominance Sazky na českém trhu ale možná nebude mít trvání i v roce 2023, a jednotlivé kratší turnaje ve formátu, ve kterém je pořádá PLAYzone, se mohou ukázat jako ta správná cesta pro esport (Verner, 2023).

2. 1. 5 Rozmach esportu v ČR po pandemii a jeho budoucnost

V roce 2022 proběhly čtyři velké esportové události. Finále největší esportové ligy Counter Strike: Global Offensive v Česku v rámci Sazka eLEAGUE na ForGames a desátý ročník Mistrovství České republiky. Dále finále Hitpoint ligy v League of Legends ve Svitavách, a zatím nejambicióznější esportová akce v Česku – Prague Champs v O2 universu: „*Akce se účastnily tři tisíce fanoušků a fanynek, další tisíce sledovaly všechna víkendová klání na Twitch kanále Petra ‚Xnapyho‘ Jiráka. Vysílalo se více než dvacet hodin, během nichž organizátoři zaznamenali přes 200 tisíc zhlédnutí, přičemž finálový zápas Dynamo Eclot vs. Entropiq sledovalo skoro pět a půl tisíce diváků a divaček*” (Hešová, 2022).

Verner je vůči roku 2023 velmi skeptický. Z interních zdrojů vidí, že společnosti neinvestují do esportu příliš peněz; tento rok obecně se kvůli dopadům postcovidové krize snižují sponzorské finance. Největší problém vidí Verner v neupřímnosti organizátorů ve věci sledovanosti jednotlivých zápasů. To, že se na Facebooku podívá na zápas 50 000 jednotlivců, neznamená, že esport má 50 000 aktivních fanoušků. Na Facebooku se čísla dají získat přes sdílení na mnoho různých stránek, takže stream běží například na oficiální stránce určitého esportově nerelevantního média (např. CNN Prima News počasí) a každý, kdo si otevře tuto Facebookovou stránku, se počítá jako unikátní sledující, protože měl stream na pár sekund v některém z rohů své obrazovky. Podle Vernerova má Twitch oproti Facebooku data, která více odpovídají skutečnosti a která jsou pravdivější, i když se i na Twitchi například dají kupovat sledující.

Respondent tvrdí, že esportová bublina musí časem splasknout, protože se nejedná pro sponzory a investory o dlouhodobě udržitelný stav. Sledovanost esportu oproti influencerům není tak silná, a pro sponzory je mnohem snazší investovat do jednotlivých influencerů s lepším předpokládaným výsledkem než se snažit rozvíjet esportové odvětví, na kterém nemají dlouhodobý zájem. Realita je taková, že Counter Strike sponzorují primárně sázkové kanceláře, a League of Legends sponzoruje vývojář hry Riot Games. Týmy nejsou výdělečné (podle Vernerových dat měla například jedna akcie známého týmu Astralis v době rozhovoru hodnotu 0,37 dolaru).

Možností, jak nalákat investory, je podle Venera několik. Prodej hráčů mezi týmy, dodávání reálných čísel sledovanosti pro investory nebo se inspirovat u týmu 100 Thieves, kteří zaměstnávají herní influencery, a díky tomu mají velmi dobrá čísla sledovanosti. V rozhovoru bylo zmíněno přirovnání k fotbalu, který je také dotovaným sportem, ale pracuje se sponzory lépe. Pro sázkové kanceláře je přítom esport atraktivní, protože je možné hrát hodně zápasů bez vysokých nákladů. V Česku vznikl dokonce projekt, kdy v jedné místnosti proti sobě hráli amatérští hráči FIFU nonstop čtyřicet hodin denně sedm dní v týdnu, a sázkové kanceláře na zápasy vypisovaly kurzy (Verner, 2023).

Změna ale nepřijde, pokud si široká veřejnost, organizátoři a sponzoři neuvědomí, že esport je možná opravdu jen nafouklá bublina.

2. 1. 6 CS:GO v České republice v roce 2023

Česká stálice, již zmiňovaná eSuba, 11. ledna oznámila, že rozpouští CS:GO sekci a hlavní tým nahradí jejich akademie. Tato informace překvapilo experty i fanoušky, jelikož si tým vedl v roce 2022 velmi dobře. Na finále ligy Sazka eLEAGUE v semifinále překvapivě porazili čtyřnásobné šampiony eLEAGUE tým SINNERS. Ve finále tým podlehl vítězným ENTERPRISE, ale druhé místo bylo pro eSubu velkým úspěchem a odnesli si 100 000 korun. Stejný výsledek zopakovali i na MČR 2022, kdy ve finále tentokrát proti SINNERS prohráli. Za druhé místo obdržela eSuba 450 000 korun (T0min, 2023).

Většina peněz z výhry jde ale hráčům a organizace dostává jen zlomek. Na konci roku 2022 působila CS:GO sekce eSuby jako silný celek, který se bude v následujícím roce ucházet o přední pozice na české scéně. Tým v oficiálním prohlášení uvedl, že se v roce 2023 zaměří pouze na League of Legends a Counter Strike: Global Offensive.

„V roce 2023 budeme zeštíhlovat a zefektivňovat celou naši organizaci. V rámci herních titulů se budeme soustředit pouze na dva nejpopulárnější tituly, LOL a CS:GO. Největší dopad pak tato rozhodnutí mají právě na CS:GO, kde jsme se rozhodli nepokračovat s full time sekcí.“

Všichni hráči jsou tedy od ledna umístění na přestupové listině (Randuška, 2023).

Tím ale problémy české scény zdaleka nekončí. Další z významných týmů Entropiq koupil v roce 2021 ruskou soupisku hráčů z EPG Family, která v té době zastávala

jednadvacáté místo ve světovém žebříčku týmů. Tento projekt byl velmi ambiciózní, tehdejší majitel týmu Martin Kabrhel popisoval akvizici slovy:

„Jsme první esportový tým na světě, se kterým McDonald's uzavřel dlouhodobé partnerství, a i díky tomu vznikla spolupráce s agenturou DDB a její gamingovou divizí For The Win. To nám otevřelo dveře k této jedinečné příležitosti. Věříme, že tento tým má potenciál posunout organizaci Entropiq na tu nejvyšší scénu.“ (RJM, 2021)

Tým vlastnil dva CS:GO celky, Entropiq a Entropiq Prague (soupiska složená ryze z českých hráčů). Hlavní tým byl vyslán na mezinárodní turnaje a česká soupiska hrála primárně tuzemskou ligu. Zprvu se týmu dařilo a v lednu roku 2022 obsadil devátou pozici na světovém žebříčku. Rok 2022 však přinesl mnoho komplikací, včetně války na Ukrajině. Pro tým s ruskou soupiskou to byla velmi špatná zpráva z hlediska PR i obchodu. Entropiq pro soupisku nebyl schopen nadále získávat nové sponzory, a tým tak přestal performovat na úrovni, kterou vedení očekávalo. V půlce října byla hlavní Entropiq soupiska rozpuštěna (Sauerstromová, 2022).

2. 1. 7 Predikce CEO esportových týmů pro rok 2023

Esport podle slov respondentů i majitelů zahraničních týmů nebude zažívat úspěšný rok. Po pandemii se ukázalo, že v popularitě nebude esport přeci jen nahrazovat tradiční sporty. Rozhodně se navýšila fanouškovská základna a esport se stal pro širší veřejnost populárnější. Sponzoři ale zjevně v týmech nevidí profitabilní byznys. Proto se mnoho sponzorů stahuje z esportového trhu, a kvůli tomu si týmy nemohou udržet své hráče (viz zrušení CS:GO sekce eSuby). Tento problém není ale jenom na české scéně. CEO zahraničních týmů vydali v rozhovoru pro Esports Insider svoje predikce na rok 2023. Rozhovor je rozdělený na čtyři hlavní otázky, z nichž tři jsou důležité pro obsah této diplomové práce.

První otázkou je *„Jaký je váš odhad vývoje esportového odvětví v roce 2023?“* Většina CEO zahraničních týmů se shodují, že pouze část esportových organizací bude profitabilní a odvětví bude procházet recesí. Nicolas Maurer, CEO týmu Vitality, predikuje následující: *„V této obtížné ekonomické situaci je přístup ke kapitálu na trhu složitější. A protože esportové týmy stále ještě nenašly správnou cestu k ziskovosti, musíme se společně naučit řešit rovnici, jak si vést lépe, ale s menšími prostředky. Proto může být rok 2023 pro esportové organizace věkem dospívání.“* (Daniels & Nordland, 2023)

Autor se dále ptal, na čem by esportové odvětví mělo v příštím roce zapracovat. Kromě výše zmíněného nalezení udržitelné formy monetizace se k tématu vyjádřil ředitel týmu Tundra Esport Evgeniy Roshchupkin, který v roce 2022 vyhráli Dota International: *„Rád bych viděl, jak esport proniká do hlavních streamovacích služeb. Soupeření, soutěže a příběhy hráčů jsou někdy ještě napínavější než ve sportu, přičemž obsah a produkční možnosti esportu jsou na špičkové úrovni. Obecně by komercializace práv byla jednou z hlavních příležitostí pro esportové podniky, aby v příštích letech úspěšně expandovaly.“* (Daniels & Nordland, 2023)

Na poslední otázku, tedy *„Který esportový titul podle vás projde v roce 2023 největším vývojem?“*, odpovídali ředitelé různě. Mnozí si přejí rozvoj ženského esportu, jiní rozvoj mobilních herních titulů jako Brawl Stars. Nejvíce se ale shodují na hře VALORANT od Riot Games, která je velkým konkurentem Counter-Strike: Global Offensive (Daniels & Nordland, 2023).

V době vydání rozhovoru ještě nebyl oznámen Counter-Strike 2, který je momentálně v betaverzi a má velmi pozitivní ohlasy u prvních hráčů. Hráči si budou moct do nového vydání převést veškerou svou výbavu a kosmetické úpravy. Společnost Valve zjevně tlak ze strany VALORANT cítí, a tak se v roce 2023 diváci možná dočkají „souboje o pozornost“ od dvou konkurenčních společností, Counter-Strike 2 je totiž podle hodnocení moderní hrou, která i ve vizuálních aspektech může konkurovat již zmíněnému VALORANT nebo Fortnite (Judd, 2023).

2. 1. 8 Cílová skupina fanoušků esportu a gamingu v České republice a na Slovensku

V rámci mého působení na pozici kreativního ředitele v největší Counter Strike lize v České republice, Sazka eLEAGUE, jsem zhotovil dotazník, který kvantitativně mapuje gaming a esport v České republice a na Slovensku. Výzkumný vzorek se skládal z 1 154 respondentů, kteří byli osloveni přes discordová fóra, facebookové skupiny a Instagram Sazky eLEAGUE. Dotazník má sloužit pouze pro potvrzení určitých hypotéz, které byly během tvorby diplomové práce vytvořeny.

2. 2 Metodologie výzkumu

2. 2. 1 Výzkumné strategie

Při realizaci výzkumu byla pro hlubší porozumění esportové scéně v České republice zvolena kvalitativní výzkumná strategie. Pro dokreslení cílové skupiny, na kterou esportové organizace po pandemii cílí, byl vypracován i kvantitativní dotazník. Z tohoto důvodu by se dalo říct, že je v práci použit takzvaný smíšený výzkumu.

Smíšený výzkum se vyznačuje kombinací kvalitativního a kvantitativního sběru dat. Během výzkumu na základě smíšeného modelu se nejdříve určí výzkumné otázky, pak se shromažďují data, která se nakonec analyzují. Kombinace může probíhat i při sběru samotných dat, kdy je například možné analyzovat kvalitativní data kvantitativně nebo do dotazníku naopak výzkumníci přidávají jak kvantitativní, tak kvalitativní otázky (Hendl,2005). Jinak je ale nutné popsat i obě metody sběru dat separátně.

Kvalitativní způsob je možné provést několika způsoby. Nejběžnější metody při výzkumu kvalitativního typu jsou rozhovory, pozorování nebo obsahová analýza textu, audiovizuálního, popřípadě zvukového záznamu. Pro kvalitativní výzkum je charakteristická flexibilita. Otázky a témata jsou dopředu připraveny, avšak v průběhu výzkumu jsou často výzkumníkem doplňovány a upravovány. Výzkumník aktualizuje otázky, analyzuje informace a provádí závěry již během sběru dat, poté i během jejich kódování a interpretace.

Kvalitativní výzkum velmi dobře zkoumá fenomén v přirozeném prostředí, hledá lokální příčinné souvislosti a získává podrobný popis a vhled při zkoumání jedince, skupiny, události, fenoménu. Mezi nevýhody kvalitativního zkoumání naopak podle Hendla patří hned několik věcí. Získaná znalost nemusí být často zobecnitelná na populaci nebo přenosná do jiného prostředí. Je těžké provádět kvantitativní predikce, obtížné testovat hypotézy a předem definované teorie. Analýza dat i jejich sběr je časově náročná. V neposlední řadě jsou výsledky snáz ovlivnitelné výzkumníkem a jeho osobními preferencemi. Hendl dokonce tvrdí, že výsledky kvalitativního výzkumu představují sbírku subjektivních dojmů (Hendl, 2005).

Kvantitativní způsob v dotazníku byl použit z důvodu snadnějšího zobecnění na populaci, rychlého a přímočarého sběru a analýzy dat (Hendl, 2005), který byl pro zpracování dat od 1 154 respondentů nutný.

Téma esportu v České republice je kromě České asociace esportu a esportových novinářů primárně zkoumán v rámci bakalářských prací a diplomových prací na akademické půdě. Nejblíže tématem k mé práci byl Ladislav Havrland (2019), jehož

bakalářská práce nesla název *Z volnočasové aktivity esportem: Postoj hráčů k profesionalizaci CS:GO*, v němž byl použit kvalitativní výzkum v podobě hloubkových rozhovorů, a Lucie Chejnovská (2021) s diplomovou prací na téma *Historický vývoj a nynější úroveň české esportové scény pohledem osobností českého esportu*, v němž bylo také použito kvalitativní zkoumání.

2. 2. 1. 1 Cíl dotazníkového šetření

Cílem výzkumu bylo zjistit názory respondentů na esport (dotazník byl primárně zaměřen na fanoušky esportu a hráče počítačových her) a lépe pochopit jejich návyky ohledně sledování esportu i v porovnáním s „tradičními“ sporty po pandemii koronaviru.

2. 2. 1. 2 Hypotézy

První hypotézou byl předpoklad, že respondenti považují esport za sport. Hypotézu mohl podpořit i nárůst sledovanosti esportu během pandemie a posunutí odvětví do mainstreamových médií.

Druhou hypotézou bylo, že diváci esportu jsou většinou muži do třiceti let, kteří tráví hraním počítačových her alespoň několik hodin týdně.

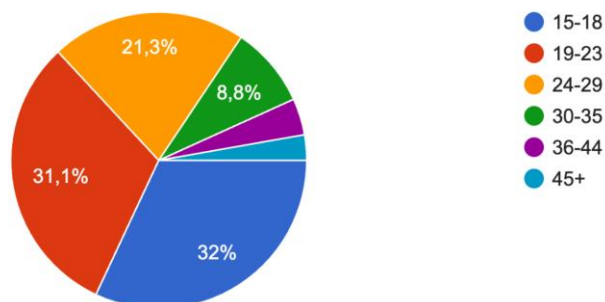
Třetí hypotéza tvrdí, že respondenti více sledují turnaje v počítačových hrách než v těch mobilních.

2. 2. 1. 3 Výsledky dotazníkového šetření

Respondenti byli z 87,2 % muži, což se vzhledem k povaze hry a kanálům na sociálních sítích, přes které byli dotazováni osloveni, dalo očekávat. 32 % respondentů ve věku 15-18, 31,2 % ve věku 19-23 a 21,3 % v rozmezí 24-29. Nezanedbatelná skupina se v 8,8 % pohybuje i ve věkovém rozmezí 30-35 a 76 respondentům (6,8 %) je nad 36 let.

Kolik Vám je let?

1 154 odpovědí



Obrázek č. 1: Věk respondentů

Zdroj: Dotazníkové šetření diplomové práce

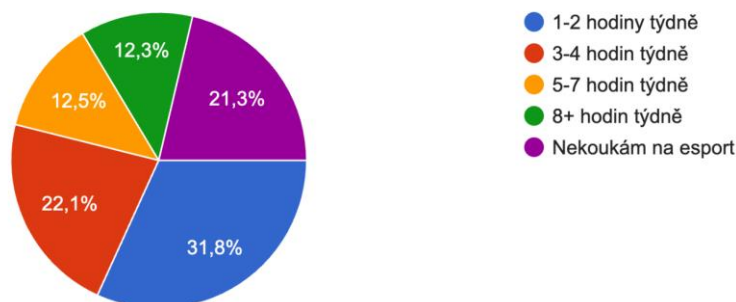
Z 55 % se jedná o studenty, z 35,4 % o zaměstnance a 10 % respondentů má svou vlastní živnost (otázka byla formou multiple choice, takže respondent mohl zaškrtnout více odpovědí najednou). Zastoupení studentů není překvapivé, protože se i v Česku pořádají středoškolské i univerzitní turnaje – dominantní procento studentů ve vzorku jejich zájem o esport potvrzuje.

Cílová skupina byla zasažena velmi precizně, jelikož 98,8 % respondentů ví, co je esport, a 97,5 % hraje videohry. Na konkrétní otázku, které tvrzení respondenty nejlépe vystihuje, odpovědělo 75 % z nich, že ví přesně, co je esport, a 19,6 % o esportu něco ví, pouze 0,8 % dotazovaných o esportu neví nic.

78,3 % respondentů sleduje esport alespoň 1-2 hodiny týdně, 12,3 % dokonce více než 8 hodin týdně. Dotazník mohl být v této části doplněn i o otázku, kolik hodin tráví sledováním českých turnajů oproti zahraničním.

Kolik hodin týdně strávíte sledováním esportu?

1 154 odpovědí

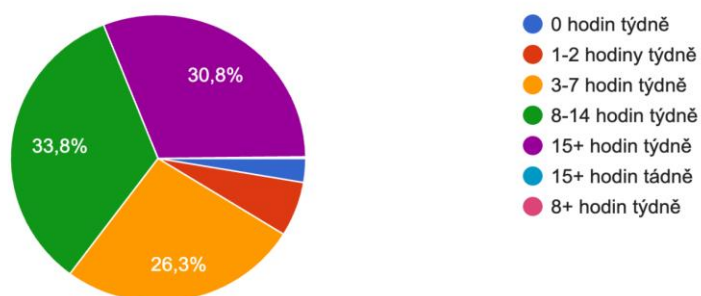


Obrázek č. 2: Čas strávený sledováním esportu
Zdroj: Dotazníkové šetření diplomové práce

Zároveň 97,3 % hraje týdně více než jednu hodinu. Nejvýše zastoupená cílová skupina tráví hraním na počítači 8-14 hodin týdně. Dotazníkové šetření probíhalo v prosinci roku 2022. Je pravděpodobné, že kdybych stejné šetření vytvořil během pandemie, sledování esportu i samotnému hraní her by bylo u respondentů věnováno mnohem více hodin týdně.

Kolik hodin týdně strávíte hraním video her?

1 154 odpovědí

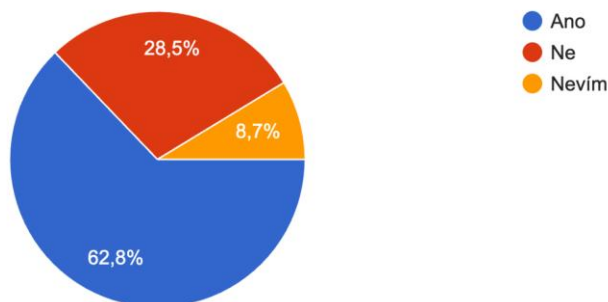


Obrázek č. 3: Čas týdně strávený hraním
Zdroj: Dotazníkové šetření diplomové práce

62,8 % respondentů považuje esport za sport a 8,7 % dotazovaných nebylo schopno na otázku odpovědět.

Považujete esport za regulérní sport (spadá do kategorie jako fotbal, hokej)?

1 154 odpovědí

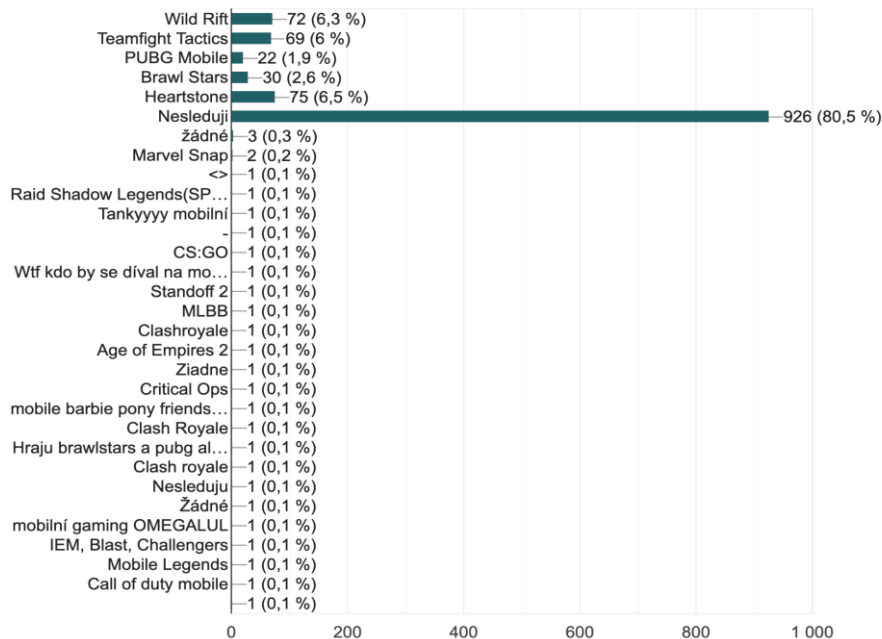


Obrázek č. 4: Je esport regulérní sport
Zdroj: Dotazníkové šetření diplomové práce

Esport v mobilních hrách z 80,5 % respondenti nesledují. Nejvýše se umístily herní tituly jako karetní hra Hearthstone, mobilní verze League of Legends Wild Rift nebo Auto Chess hra od Riot Games Teamfight Tactics. Žádný z výše zmíněných herních titulů ale nepřekročil 7% popularitu.

Jaké mobilní esportové tituly sledujete nejvíce?

1 151 odpovědí



Obrázek č. 5: Popularita mobilních titulů
Zdroj: Dotazníkové šetření diplomové práce

2. 2. 1. 4 Zodpovězení hypotéz

Dotazník zasáhl velmi precizně cílovou skupinu fanoušků esportu.

První hypotéza byla potvrzena, jelikož nadpoloviční většina respondentů považuje esport za sport. Stále se ale nejedná o jednoznačnou odpověď, která by se od fanoušků esportu dala očekávat.

Co se týče věkového rozsahu, překvapivým výsledkem bylo 15,6 % respondentů nad 30 let. Z tohoto výsledku by se dalo usuzovat, že diváci, kteří sledují například League of Legends od prvních let evropské ligy, mohou esport sledovat klidně přes 10 let – lze tedy dále předpokládat, že cílová skupina esportu bude postupem času stárnout. Tyto výsledky ale budou různé u jednotlivých herních titulů, a bylo by potřeba vytvořit separátní výzkumy, nebo se na informace doptat v hloubkových rozhovorech s diváky. Počet mužů ve zkoumané skupině naplnil očekávání, jelikož pouze 12,8 % byly ženy. Dále také naprostá většina dotazovaných hraje počítačové hry alespoň hodinu týdně, přičemž 64,6 % stráví hraním her více než 8 hodin týdně.

Poslední hypotéza ohledně esportu a mobilních her byla také potvrzena, jelikož přes 80 % respondentů tvrdí, že turnaje v mobilních hrách nesleduje vůbec. V nejsledovanějších třech hrách na mobilu jsou ale i Hearthstone a Teamfight Tactics, což jsou herní tituly, které jsou hratelné i na počítači, kde je například hraje většina streamerů, takže výsledek není dostatečně reprezentativní.

2. 2. 1. 5 Limitace dotazníkového šetření

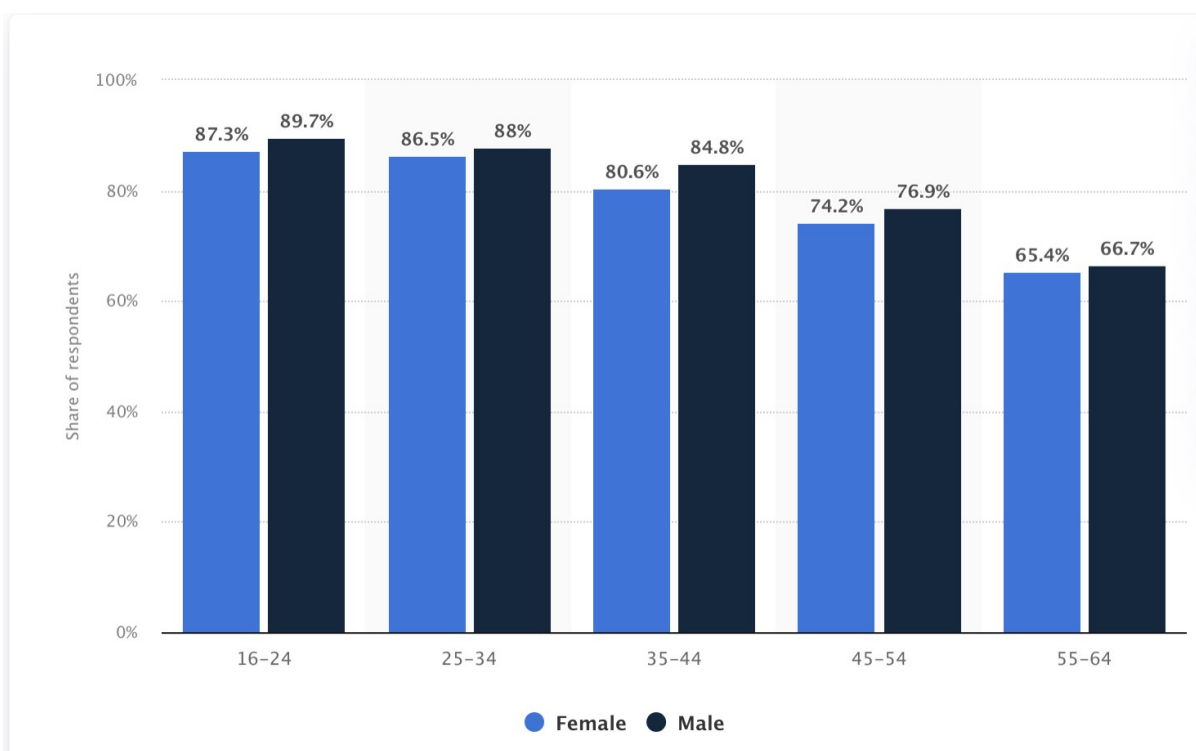
Jak už bylo řečeno v předchozí kapitole, cílová skupina fanoušků esportu byla velmi dobře zasažena. Proto ale názory respondentů mohou být bias vzhledem jejich zálibě v esportu. Dotazník cílil na sledující Sazky eLEAGUE a dalších ligových zápasů jiných herních titulů, jako například Hitpoint Masters.

Bylo by vhodné zeptat se respondentů v rámci focus groups nebo hloubkových rozhovorů a potvrdit si, zda zkoumání proběhlo správně. Proto byl v rámci práce zhotoven i kvalitativní výzkum v podobě hloubkových rozhovorů, které mohou lépe objasnit změnu esportové scény během pandemie.

Další validní výzkum by mohl být cílen pouze na ženskou populaci, jelikož jejich vzorek není dostatečně zkoumaný. Na základě tohoto výzkumu by se dala upravit marketingová strategie esportových týmů a lig, aby na tuto cílovou skupinu lépe cílily.

2. 2. 1. 6 Diskuze

Získaná data potvrzují dříve nastavené hypotézy, jediné překvapení bylo věkové rozmezí respondentů. Data z dotazníku by šla dále porovnat s daty z gamingu, ve kterém je genderové rozdělení mnohem vyrovnanější. Pro portál Statista.com vytvořila J. Clementová (2023) průzkum na téma „Podíl uživatelů internetu na celém světě, kteří hrají videohry na jakémkoliv zařízení ve 3. čtvrtletí roku 2022, podle věkové skupiny a pohlaví“. Na příloženém grafu je vidět, že hry hrají muži a ženy velmi podobně, a ve věkovém rozmezí 25 až 34 let je rozdíl 1,5 % a mezi lety 55-64 let dokonce pouze 1,3 % (Clement, 2023).



(Clement, 2023)

K rozšíření výzkumu by bylo potřeba udělat dotazníkové šetření, které by se zaměřilo na změnu pohledu diváků na esport během covidu. Zajímavé by bylo porovnání výsledků před pandemií, protože by se dalo lépe určit, jestli měl covid vliv na vnímání esportu jako sportu v očích esportových diváků.

Pro lepší pochopení problematiky českého esportu byla vytvořena jedna výzkumná otázka, která definuje směr provedených hloubkových rozhovorů.

2.3 Výzkumná otázka

V rámci praktické části byla zformulována následující výzkumná otázka, k jejímuž zodpovězení byla zhotovena série hloubkových rozhovorů: „*Jakým způsobem se proměnila česká esport scéna v důsledku pandemie?*”

2.3.1 Respondenti hloubkových rozhovorů

Na základě teoretické části a bližšího zkoumání prostředí byli zvoleni respondenti spadající do věkové kategorie 22-25 let. Výběr této věkové kategorie měl několik důvodů.

Hráči museli být dostatečně staří na to, aby je organizace nechaly hrát před pandemií koronaviru na placené profesionální úrovni. Hráčů, kteří na nejvyšší esportové úrovni vydrželo přibližně od roku 2018 do roku 2023, je velmi málo. Mezi osmi týmy, které hrály nejvyšší Counter Strike ligu v Česku, Sazka eLEAGUE (tedy čtyřicet hráčů), jich tento parametr na konci roku 2022 splňovalo přibližně deset. Hráči byli také vybráni z různých týmů, i přestože se během své esportové kariéry v určitých herních celcích potkali. Nakonec jsem zhotovil celkově pět hloubkových rozhovorů s profesionálními hráči, a jeden rozhovor s adminem a observrem většiny tuzemských esportových turnajů. Ostatní hráči se se mnou hlavně z časových důvodů odmítali spojit.

Všichni respondenti souhlasili s audio nahráváním a sepisováním rozhovoru, sami se na počátku rozhovoru představili svým pravým jménem, i přezdívkou, pod níž jsou ve světě českého esportu známí:

Michal „Leckr“ Kadlíček – In-game Leader esportového týmu ENTERPRISE, který se stal jednou z nejvýznamnějších osobností české Counter Strike scény. Profesionálnímu hraní se věnuje od roku 2016. V letech 2020-2023 působil jako IGL v týmu Entropiq Prague. Dlouhodobě pracuje na osvětě esportu a bojuje proti stereotypním předsudkům o hráčích počítačových her a jejich fyzické kondici. Je mu 23 let. Z důvodu časového vytížení Kadlíček pouze vyplnil otázky v připraveném dotazníku.

Martin „Pechyn“ Pechoušek – Od roku 2016 hraje Martin na pozici Rifler v týmech Sampi, eSuba a momentálně v týmu ENTERPRISE. V roce 2022 se mu s týmem eSuba povedlo skončit na finále Sazka eLEAGUE, MČR a MSR pokaždé na druhém místě. Je mu 24 let.

Lukáš „CapseN“ Koláčný – Od roku 2017 hraje na pozici AWP (sniper). Má za sebou úspěšnou kariéru v Dark Tigers, Team Brute, Entropiq Prague a Dynamo Eclot. S posledním zmíněným týmem vyhrál Lukáš MSR, a také jako jeden z mála českých hráčů vyhrál menší mezinárodní turnaje. V době mého výzkumu (tedy roku 2023) dokončuje své bakalářské studium a působí jako analytik během vysílání turnaje Tipsport CS:GO Praha 1. Je mu 23 let.

Jan „HONES“ Urválek – Od roku 2017 působil jako entry fragger² v menších českých esportových týmech jako NecroRaisers nebo Inside Games. Do větších týmů se dostal až v roce 2020 příchodem do Dark Tiger, a poté do Entropiq Prague a Team Sampi, kde ale tým nedosahoval kýžených výsledků. Momentálně je na přestupové listině týmu Sampi a hledá nové angažmá. Je mu 22 let.

Dominik „Desty“ Černý – Od roku 2016 do roku 2022 se Dominik věnoval profesionálnímu hraní na pozici In-game leader³. Působil v týmu Eriness, Dynamo Eclot a eSuba. Tam po půl roce změnil svou pozici na týmového kouče a tým (ve kterém byl mimo jiné i výše zmiňovaný Martin „Pechyn“ Pechoušek) dovedl ke třem druhým místům na největších česko-slovenských turnajích v roce 2022. V roce 2023 se po rozpuštění eSuba CS:GO týmu nevěnuje ani koučování, ani hraní, a hledá nové příležitosti. Je mu 25 let.

Matěj „Pumba“ Verner – Matěj sice není profesionálním hráčem, ale na esportové scéně působí už od roku 2016 jako herní admin a observer. Má velký vhled do vývoje offline esportových eventů v České republice a na Slovensku. Data z rozhovoru byla použita v kapitolách o esportových eventech v České republice před, během a po koronavirové pandemii.

² Entry fragger ve hře CS:GO je první osoba, která při útoku vstoupí na každé místo s bombou nebo na cíl. Jeho úkolem je zahájit útok na místo tím, že buď zabije vstupního útočníka, nebo alespoň poskytne dostatečnou podporu zbytku týmu, aby mohl hrát. Entry fragger čistí místa, kde obvykle sedí nepřátelé, a podává informace o nepřátelských pozicích (Lopez, 2022).

³ Každý tým CS:GO potřebuje ke správnému fungování někoho, kdo mu bude velet. Vedoucí ve hře udržuje celý tým na stejné vlně a organizuje průběh hry. In-game leader může zastávat téměř jakoukoli jinou pozici, například entry fraggera nebo supporta. Tato role je však stále považována za klíčovou součást každého týmu (Lopez, 2022).

2. 3. 2 Metoda sběru dat

Sběr dat probíhal pomocí polostrukturovaných hloubkových rozhovorů. Při tomto druhu rozhovoru připraví nejdříve výzkumník „šablonu“, většinou ve formě dotazů, při následném rozhovoru však může klást dodatečné otázky či měnit jejich pořadí. Rozhovory s hráči trvaly přibližně hodinu a probíhaly vzhledem k vytíženosti hráčů v online prostředí.

Před rozhovory byla připravena osnova s více než padesáti otázkami. Rozhovor měl celkem pět částí. V první části se respondent představil a uvedl, v jakých týmech působil.

V druhé části byl dotazován na práci před pandemií koronaviru, tedy před březnem roku 2020. Otázky byly směřovány na zázemí v jejich týmech, jak česká scéna vypadala jako celek, jak vypadaly offline turnaje a jaký byl respondentův plat.

Obdobné otázky byly položeny i ve třetí části, kdy respondent odpovídal na dotazy ohledně aklimatizace v nové situaci, na adaptabilitu týmů během lockdownu a na vzestup esportu během pandemie.

V předposlední části odpovídal respondent na otázky ohledně návratu do „běžného“ stavu, změnách v nastavení týmů a jejich vývoji, včetně nových sponzorů a větších odměn a platů pro hráče.

V poslední části reflektoval respondent tuto dobu a zamýšlel se nad tím, jaký měla pandemie koronaviru na esport v Česku vliv. V poslední otázce vytvářel respondent predikci pro český esport na rok 2023 a hodnotil situaci, v níž se toto odvětví nachází.

2. 3. 3 Metoda analýzy dat

Data z rozhovorů byla podrobena tematické analýze s otevřeným kódováním dat.

Tematická analýza je metoda identifikace, analýzy a vykazování vzorců (témat) v datech (Braun & Clarke, 2006). Produktem tematické analýzy je většinou seznam a popis několika témat (Říhářek et al., 2013). Podle Braun & Clarke (2006) může tematická analýza přinést velmi přesné porozumění problematice, které odpovídá na konkrétní výzkumné otázky. Důležité je zvolit metodu, která je vhodná pro výzkumnou otázku, a ne se stát obětí „metodolatrie“, kdy se výzkumník věnuje spíše metodě než tématu/obsahu nebo výzkumným otázkám.

Kódování v obecné rovině představuje operaci, při které jsou data rozebrána, přeorganizována a složena novým způsobem. Text je rozbit na jednotky, jednotkám jsou následně přidána jména (kódy), a s těmito novými fragmenty výzkumník dále pracuje. Jednotkou může být slovo nebo i souvětí. Při volbě kódu si výzkumník musí klást otázku, o čem daná jednotka vypovídá a jaké téma reprezentuje (Šedová, 2007).

Z důvodu otevřeného kódování dat souhlasili respondenti s pořízením zvukového záznamu rozhovoru. Rozhovory byly následně přepsány. Transkripce rozhovorů lze nalézt v přílohové části práce.

2. 4 Vyhodnocení hloubkových rozhovorů

Po vyhodnocení výzkumu jsem rozdělil vyhodnocení na stěžejní témata a jejich podokruhy.

2. 4. 1 Esport jako profese před koronavirovou pandemií

V této úvodní části respondenti odpovídali na otázky ohledně počátků kariéry, stavu české a slovenské esportové scény, o mezinárodních ambicích a o vyspělosti esportových týmů.

2. 4. 1. 1 Herní zázemí a náročnost povolání

Všichni respondenti se shodují na tom, že profesionální hraní je práce na více než plný úvazek. Práce je jak fyzicky, tak mentálně náročná a hráč musí konstantně předvádět špičkové výkony. Respondenti tímto potvrzují poznatky z teoretické části:

„Do hraní je potřeba investovat hodně času a energie, někteří hráči sedí i osm hodin denně včetně víkendu u počítače, průměr si myslím, že je tak šest hodin každý den. Každé kolo v Counter Strike trvá dvě minuty, a těch kol se během zápasu odehraje někdy klidně i třicet, a zápasů občas hrajeme víc denně. Není to jako normální práce, kam si jde člověk odsedět svých osm hodin, ale tady nejsou žádné pauzy a je potřeba neustále přemýšlet o strategii a o zápase jako takovém.“ (Pechoušek, 2023)

„Plný úvazek je slabé slovo. Člověk nestíhá vůbec nic jiného, nemá žádný život okolo.“ (Koláčný, 2023)

Většina respondentů započala svou esportovou kariéru okolo roku 2018. Esportové týmy v té době nebyly příliš vyvinuté, respondenti popisují jejich pracovní úvazky spíše jako brigády s minimálním platem. Jejich herní zázemí v té době ještě téměř neexistovalo, podle Martina Pechouška až v roce 2019 začínaly týmy ve kterých působil (eXtatus a eSuba) řešit kanceláře a společné hraní v offline prostředí. To potvrzuje i Dominik Černý, který s Pechouškem působil v týmu eXtatus:

„EXtatus byl první tým, kde se o hráče zajímali. V předchozích týmech, kde jsme nedostávali plat, se o hráče nezajímali a chyběla jakákoliv profesionalita, eXtatus do nás investoval peníze a bylo i v jejich zájmu, abychom uspěli.“ (Černý, 2023)

„Kanceláře sloužily spíše k tréninku na občasných bootcampech⁴. Jednalo se většinou o prostor, ve kterém jsme všichni společně hráli i s trenéry, a pak šli večer spát na hotel, nejednalo se o kanceláře na každodenní fungování. V eXtatus jsme měli bootcampy dokonce v LANparty Hotelu na Moravě. Jednalo se o hotel, který měl v přízemí kompletní herní zázemí a nahoře v patrech jsme spali. Na tyto tréninky jsme jezdili většinou jednou za dva až tři měsíce maximálně na deset dní.“ (Pechoušek, 2023)

Před pandemií koronaviru nebylo běžné, aby týmy měly mnoho sponzorů. Nejběžnější sponzorství pocházelo od společností, které vyrábí herní vybavení (ROG, ASUS) nebo energetické nápoje (RedBull).

„V případě týmu BRUTE byl hlavním sponzorem Petr Andryšek, který celý projekt financoval, poté nás sponzoroval SEMTEX nebo Alienware. V té době sponzoři spíše týmům dávali své produkty, než že by tým podporovali finančně. Esport nebyl ještě tak známý a společnosti si nemohly být jisté tím, zda jim sponzorství něco přinese.“ (Koláčný, 2023)

Pechoušek se ještě vyjádřil k profesionalitě týmu a smluvním podmínkám, které byly s hráči nastaveny. Trh v té době vůbec nefungoval na úrovni sportovních kontraktů a dlouhodobých dohod s hráči. Toto tvrzení se dá podpořit i malou profesionalitou esportových týmů a nedostatkem interní struktury:

„Smlouvy s hráči byly až od roku 2020 s týmem Sampi. Jediný tým, který před pandemií měl smlouvy na tenkrát minimální částky na odkoupení, byla eSuba.“

⁴ Výcvikové tábory poskytují prostředí pro přípravu hráčů ve všech aspektech povolání – fyzických, psychických i emocionálních (Ohiri. 2023).

Jednalo se o roční kontrakty. Jinak ostatní týmy fungovaly na domluvě, když se někdo s někým pohádal, začalo se o tom mluvit a hráč velmi rychle přešel do jiného týmu, trh byl velmi volný.“ (Pechoušek, 2023)

2. 4. 1. 2 Finanční ohodnocení a pomocný personál

Percepce výše platu a celkového finančního ohodnocení hráčů na české a slovenské scéně se velmi liší. To je dáno primárně tím, v jakých týmech před pandemií působili. Jan Urválek například začal dostávat plat až v roce 2021 v Entropiq i přesto, že před pandemií působil v týmech NecroRaisers, Gromatic nebo eXtatus.

„Před pandemií nedostával v Čechách nikdo žádný plat kromě eXtatus a GUNRUNNERS.“ (Koláčný, 2023)

Toto tvrzení Černý potvrzuje:

„Před pandemií se můj plat pohyboval okolo 10 000 Kč, byl to poloviční úvazek, spíš šlo o brigádu.“ (Černý, 2023)

Urválek plat ale vyvrací, přestože s Černým působili v týmu ve stejné době (Černý opustil tým o čtyři měsíce později než Urválek):

„EXtatus nám platil hotely a výjezdy na turnaje, stabilní plat tam ale nebyl, pouze výhry z prize poolů turnajů.“ (Urválek, 2023)

Rozhovory ukázaly, že před pandemií v týmech nepůsobil příliš pomocného personálu. Primárně se jednalo pouze o hlavního trenéra, týmy neměly strukturu, která by se o hráče starala po psychické a fyzické stránce. V porovnání s poznatky z teoretické části, kdy zahraniční hráči League of Legends kolem sebe mají skupinu profesionálů a dodržují pevný harmonogram, byla týmová kultura českých týmů nerozvinutá:

„V týmu jsme měli herního trenéra, o mentální podporu týmu jsem se staral z hráčské pozice já, snažil jsem se spoluhráče motivovat k fyzické aktivitě mimo počítač.“ (Černý, 2023)

„Měli jsme hlavního trenéra a měli jsme mít i mentálního kouče, ale organizacím všechno hrozně dlouho trvá. V BRUTE nám ho slibovali hodně dlouho, a když jsem v roce 2018 odcházel, tak v týmu pořád nebyl.“ (Koláčný 2023)

U respondentů se opět rozcházejí názory o tom, jestli trenéři a pomocný personál měli vyšší plat než hráči samotní. Protichůdné názory naznačují, že finanční stránka práce mezi jednotlivými zaměstnanci týmů není příliš diskutována:

„Hráči mají vždy nižší plat než ostatní personál v týmu.“ (Koláčný, 2023)

„Kouč určitě neměl tolik peněz jako my, většinou se jeho plat pohyboval okolo 4 tisíc měsíčně, u hráčů to bylo 10 tisíc. Manažeři měli práci většinou na plný úvazek, ale v té době to znamenalo, že se o hráče starali, a k tomu ještě spravovali sociální sítě. Rozšíření týmu na více pomocného personálu se stalo až během pandemie.“ (Pechoušek, 2023)

„V té době trenéři neměli plat, stejně jako hráči.“ (Urválek, 2023)

„Hráči mají často větší platy než trenéři, ale záleží na zkušenostech dané osoby. Podle zkušeností a úspěchů se odvíjí plat. Někdy trenér bral méně, někdy až čtyřikrát více než samotní hráči.“ (Kadlíček, 2023)

2. 4. 1. 3 Trénink a online turnaje

Všichni respondenti uváděli přibližně stejnou denní a týdenní tréninkovou dobu, která se pohybuje mezi 8-10 hodinami denně. Přestože tréninková doba je podobná, hráči dosahují rozdílných výsledků a o jejich úspěchu rozhodují faktory, které nejsou ovlivnitelné pouhým tréninkem.

„Vždycky jsem trénoval mezi 80-105 hodinami v rámci dvou týdnů, moje tréninkové návyky byly stejné i před pandemií a držel jsem si je po celou dobu mojí kariéry.“ (Koláčný, 2023)

Online turnajů bylo méně než během pandemie, hráči odehráli dva až pět zápasů týdně.

„Tenkrát jsme nehráli zahraniční turnaje, což už je dnes díky HLTV⁵ turnajům naprosto běžné. Nevím, jestli k tomu české týmy neměly přístup, nebo jestli to nebylo

⁵ HLTV, dříve zkratka Half-Life Television, je zpravodajský web a fórum, které pokrývá profesionální zprávy z esportů Counter-Strike: Global Offensive, turnaje a statistiky. Je to jedna z předních webových stránek v rámci komunity Counter-Strike s více než čtyřmi miliony unikátních návštěvníků každý měsíc (HLTV, 2023).

globálně možné, ale hráli jsme pouze české turnaje, které byly přibližně dvakrát týdně.“ (Černý, 2023)

Urválek tvrdí, že české týmy v té době nebyly dost dobré, takže se ani nevyplácelo zahraniční online turnaje hrát.

2. 4. 1. 4 Prezentace na sociálních sítích

Respondenti mají odlišné postoje k prezentaci na sociálních sítích. Někteří z nich mají dnes několik tisíc sledujících na Instagramu, někteří pouze pár stovek. Rozhodující faktor je osobnost hráče. Někteří respondenti se soustředí čistě na hru a příliš se nestarají o okolní aktivity v týmu:

„Já se moc mediálně neprezentuju. Jedinec musí zapracovat na svém mediálním obrazu, tým mu k tomu sice dopomáhá, ale ve finále je to na něm.“ (Pechoušek, 2023)

„Před pandemií jsem neměl skoro žádné sledující na sociálních sítích, to všechno přišlo až po roce 2020.“ (Kadlíček, 2023)

„Týmy po nás tenkrát jenom chtěly, abychom na Twitter a Instagram sdíleli, jaké hrajeme zápasy a kdy je hrajeme.“ (Černý, 2023)

„Před pandemií jsem měl přibližně 600 followerů na Instagramu. V BRUTE na sociální síť ale začali více dbát, nebylo to ani dáno pandemií a mě to bavilo, takže jsem byl hodně aktivní.“ (Koláčný, 2023)

Před pandemií ještě nebylo tak běžné, aby hráči procházeli pravidelným mediálním školením. Většina týmů navíc nepovažovala mediální obraz za něco příliš důležitého. Jejich hlavní komunikace s fanoušky probíhala naživo na turnajích, kde organizace mohly na stáncích napřímou prodávat například týmové dresy.

„Týmy nám kladly na srdce, ať na síť nedáváme blbosti, které by nám ohrozily naši kariéru, cancel za to nestojí. Jinak se sociální síť začaly řešit až během pandemie v Entropiq.“ (Urválek, 2023)

„Mediální školení jsme měli, ale nedával jsem na něj moc pozor.“ (Pechoušek, 2023)

2. 4. 1. 5 Offline turnaje

Před pandemií se odehrálo ročně přibližně osm větších offline turnajů. Největší byly podle respondentů Tiger Masters, Ygames, MČR a MSR. Podle Urválka se uskutečnilo též mnoho menších turnajů, ale ty byly kvůli pandemii zrušeny, nebo se přesunuly do online prostředí. Tvrzení potvrdil i Verner, který zmínil, že se malé offline turnaje po covidu už nevrátily.

Ceny za vítězství na turnajích byly velmi malé. Respondenti se shodují na tom, že když každý z týmu dostal pár tisíc za vyhraný turnaj, představovalo to úspěch.

„Když porovnáám prize pooly před koronou a v roce 2022, tak například finále Sazky eLEAGUE nebo MČR mělo podle mě i deset- až dvacetkrát větší prize pool, než jakýkoliv turnaj před rokem 2020.“ (Pechoušek, 2023)

„Místo prize poolu jsme vyhrávali smutek. Organizace si v té době brala velký podíl z výhry, což se teď už tolik neděje.“ (Černý, 2023)

Velikost offline turnajů se příliš nezměnila, MČR je podle hráčů pořád největší a jako jediné dokáže přilákat dostatečný počet diváků. Podle Kadlíčka se ostatní offline eventy snažily přilákat diváky, ale vždy jich přišlo pouze pár desítek.

„Organizátoři se většinou snaží turnaj spojit s nějakým festivalem nebo jinou akcí, aby naplnili kapacity. Ve finále ale kromě MČR akce může být v sebevětší aréně, a stejně tam moc lidí na zápasy nekouká. Za ty roky se snažili prostory obměňovat, COOL Liga byla jednou v kině, podruhé v prostoru, kde se točí Show Jana Krause, ale moc to nepomáhá.“ (Koláčný, 2023)

Turnaje většinou dlouhodobě sponzorují určité společnosti. PLAYzone podle Koláčného dlouhodobě sponzoruje Red Bull a AOC. Urválek zmiňuje ještě Tipsport, Vodafone nebo Hal3000, a Kadlíček doplňuje Primu COOL a KFC.

2. 4. 1. 6 Vývoj segmentu před pandemií

Poslední otázka této části byla na růst segmentu od roku 2018 do roku 2020. Vývoj byl podle hráčů velmi pozvolný, prize pooly turnajů rostly o pár desítek tisíc, ale trh nebyl tak dynamický, hráči zůstávali déle v týmech jako během pandemie, a turnaje nebyly nijak inovativní. Scéna se neposouvala na evropskou úroveň a jen málo hráčů působilo

alespoň chvíli v zahraničních organizacích. To se změnilo až těsně před začátkem pandemie:

„Na přelomu roku 2019-2020 přišly týmy, které českou a slovenskou scénu měnily. Jednalo se o Entropiq nebo Sampi. Tyto týmy na scénu přinesly profesionalitu a dostatečné finanční zázemí v podobě investorů a nových sponzorů. Pandemie tento postup naopak pozastavila, protože mnoho sponzorů hned v březnu, když začala pandemie, odešli, nebo dočasně zastavili financování esportu.“ (Pechoušek, 2023)

„Z pohledu sledovanosti esport stoupal, ale výše prize poolů na turnajích se zvedala strašně málo. Podle mě to spíše stálo na jednom místě, stejné stage na offlinových eventech, žádný nový nápad, žádná zajímavá doprovodná videa. Čekalo se na někoho, kdo zavelí: Pojdme to udělat jinak.“ (Černý, 2023)

„Nechápu, proč se týmy snaží z esportu dělat sport a například dává hráče do jednoho gaming housu. Výhoda esportu je, že hráči mohou hrát odkudkoliv, nevím, proč bych se měl stěhovat do města, kde nikoho neznám, a bydlet s dalšími lidmi a nemít tam žádné mimoherní vyžití. Každý má někde rodinu a přátele a ve volném čase chce trávit čas s nimi. Stěhování je dle mého názoru spíše kontraproduktivní, stejně jako chození do kanceláří. Jediná herní výjimka jsou hráči League of Legends, kde spolu týmy většinou bydlí, turnaje jsou jasně dané dopředu na celou sezónu a nejvyšší liga se hraje offline. 90 % Tier 2 a Tier 3 nebo HLTV Counter Strike turnajů se hrají online, proto by bylo dobré využívat online výhody esportu.“ (Koláčný, 2023)

2. 4. 2 Změna způsobené pandemií

2. 4. 2. 1 Hraní během pandemie

Na každého z hráčů měla pandemie i lockdown jiný dopad. Respondenti odpovídali na otázky ohledně turnajů a přechodu do online prostředí. V této sekci se hráči velmi rozcházejí v postojích k hraní z domova a k motivaci k esportu jako takovému.

„Pandemie pro mě vzala jiskru z esportu. Předtím jsem vždy hrál proto, abych se kvalifikoval na offline turnaje, kde budu hrát před fanoušky. Přes koronu hrát velké turnaje z pokojíčku z domova hodně zničilo zážitky. Přechod na online prostředí nebyl těžký, ze začátku to nikomu nepřišlo divné, až po delší době, kdy jsme se fyzicky neviděli, nám začalo docházet, že dlouho budeme hrát z domova a nebude to ono.“ (Černý, 2020)

„Přechod v pandemii na online prostředí byl pro nás naprosto bez problému, v té době bylo v Čechách jenom málo týmů, které měly boot campy nebo se viděli naživo, takže se vlastně nic nezměnilo.“ (Pechoušek, 2023)

Online turnajů podle hráčů přibýlo, ale ne všechny české týmy byly dost dobré na to, aby se na ně kvalifikovaly:

„Rád bych řekl, že jsme hráli více online turnajů než před pandemií, ale byli jsme špatní. Většinou jsme hráli jenom kvalifikace a do turnajů jsme nepostupovali. Turnajů ale bylo mnohem více, vytvořit online turnaj je velmi snadné, na evropské scéně se staly populární menší turnaje, jako CCT nebo Elisa. Ty probíhaly v jednoduchém formátu: kvalifikace do hlavního turnaje a turnaj samotný, který byl většinou alespoň o 50 tisíc dolarů. Tyto turnaje byly zároveň velmi snadné na organizaci. Společnosti pověřili dva až tři lidi, aby vytvořili pavouka a vyhodili turnaj na jejich stránky a hrálo se, to se s offline turnaji nedá vůbec srovnat.“ (Pechoušek, 2023)

„Online turnajů bylo během pandemie hodně, ale vzhledem k mému přesunu do horších týmů jsme se na tyto turnaje mnohdy ani nekvalifikovali, takže jsem neměl pocit, že bych hrát více turnajů než předtím.“ (Černý, 2023)

„Hodně často jsme hráli polské turnaje, dva jsme dokonce vyhráli, z jednoho peníze nepřišly.“ (Urválek, 2023)

V roce 2020 se všechny turnaje přesunuly do online prostředí. To přineslo zvýšení celkového počtu kvalifikací na zahraniční turnaje a hráči byli nuceni adaptovat se na evropský styl hry. V roce 2021 se ale objevily první pokusy o návrat do offline prostředí. Názory na kvalitu se ale mezi respondenty rozchází:

„První akce, na které jsem byl v roce 2021, byla For Games na podzim. Sice jsem tam byl jako divák, ale moc jsem si to divácky užil, Counter Strike v offline prostředí je skvělý. Pak jsme si zahráli MČR, a konečně jsme si zase zahráli před fanoušky.“ (Černý, 2023)

„V roce 2021 už byly i offline turnaje, ale ty podmínky byly strašné. MSR jsme hráli s rouškami ve studiu kvůli televizi. MČR bylo naprosto strašně udělané, tam se nikdo nekontroloval, jestli má covid nebo ne, většina hráčů odjela s covidem. Pandemie nám ve stejném roce s Dynamem Eclot vzala hodně příležitostí na zahraničních zápasech. Mnoho spoluhráčů se naočkovalo druhou dávkou moc pozdě, protože každý stát, ve kterém

se turnaje hrály, měl jiná opatření, spoluhráčům takhle utekl turnaj na Bali.“ (Koláčný, 2023)

Koláčný také jako jediný komentoval situaci ohledně hraní offline turnajů s hráči, kteří se na turnaj nemohli nebo nechtěli dostavit:

„V evropských turnajích bylo často pravidlem, že hráč s covidem nemohl hrát na pódiu, ale mohl hrát z domova. Kontroverzní bylo, že některým hráčům hraní z pohodlí domova velmi vyhovuje, a tím pádem mohli mít výhodu. Tomu jsem několikrát čelil s Dynamem Eclot, kdy dva hráči z týmu, proti kterému jsme hráli, nepřijeli a hráli dobrou hru z domova, přičemž všichni věděli, že na pódiu by netrefili nic.“ (Koláčný, 2023)

2. 4. 2. 2 Působení v esportových týmech během pandemie

Se začátkem pandemie se většina hráčů přesunula do nových týmů. Tři z respondentů (Kadlíček, Urválek a Koláčný) spolu v té době hráli za tým Entropiq, který dle Urválkových slov posunul esportovou scénu výrazně rychle kupředu, i když platově to tak u hráčů ze začátku paradoxně nepůsobilo.

„Po covidu jsem odešel z BRUTE do Entropiq, tam jsme měli ze začátku pod 10 tisíc korun měsíčně, plat nám navýšili až za půl roku, a pak znovu, protože jsme hodně vyhrávali.“ (Koláčný, 2023)

„Finančně to pořád byla brigáda, dostávali jsme 10 tisíc korun měsíčně plus výhry z turnajů, takže jsem se většinou pohyboval okolo 25 tisíc korun měsíčně.“ (Urválek, 2023)

Platy se dramaticky nezvýšily ani u Pechouška, který měl nově měsíční příjem okolo 20 tisíc korun, ani u Černého, u kterého ale bylo snížení platu způsobeno přesunem do horších týmů:

„Pandemie pro mě byla náročná. V roce 2019 jsme s eXtatus vyhráli MČR. V roce 2020 jsem začal hrát za Sampi, kde jsem ale po neshodách v týmu hodně rychle skončil. V březnu s příchodem pandemie jsem nastoupil do eRiness, což byl tým, který se pravidelně umisťoval na spodních příčkách tabulky. Ten propad byl pro mě velmi složitý, ale chtěl jsem zpátky na vrchol. V eRiness jsem měl plat maximálně do 6 tisíc korun a zázemí vlastně neexistovalo. V eRiness nebyli sponzoři, byla to rodinná organizace, ani jsme neměli trenéra, ale zůstal jsem, protože jsem si chtěl dokázat, že se můžu vrátit do nejlepších českých týmů. V roce 2021 jsem přišel do Eclotu, který ještě neměl hlavního

sponzora Dynamo Pardubice, takže jsme netvořili žádný obsah, kromě uvítacího videa. V eRiness mi dokonce jenom vyphotoshopovali jejich dres na fotku, a to bylo všechno.“ (Černý, 2023)

Entropiq měl v týmu mnohem více personálu, než zbytek česko-slovenských týmů. Kadlíček tvrdí, že tým měl v roce 2020 přes šedesát zaměstnanců a sponzorovaly ho společnosti jako McDonald's, Puma, Hyperx nebo Logitech. Názory na efektivitu pomocného personálu se ale mezi Urválkem a Koláčným rozcházejí.

„Entropiq měl ale skvělé zázemí, bylo tam strašně moc lidí, kteří se o nás starali. Měli jsme hlavního trenéra, mentálního kouče, performance coache, manažery nad sebou, lidi, kteří s námi dělali content, kameramani atd. Vedli nás k sociálním sítím, tvořili jsme vlastní obsah, chtěli dokonce, abychom bydleli na stejném místě, což si naštěstí vyzkoušeli na týmu z jiného herního titulu a CS:GO sekce zůstala v online prostředí.“ (Koláčný, 2023)

„Koučů bylo v Entropiqu za mě až moc. Měli jsme výživového poradce, dva mentální kouče a performance coache. Za mě toto bylo úplně zbytečné, tým nám nastavoval režim, který jsem ani nechtěl. Práce s kouči bylo ve finále tolik, že jsme pak neměli dostatek času na soustředění se na hru.“ (Urválek, 2023)

Jak bylo už řečeno v předchozí kapitole, během pandemie nastala podle Pechouška zvláštní dynamika se sponzory týmů. Mnoho sponzorů pozastavilo finanční podporu, a ti, kteří zůstali, byli většinou společnosti z herního segmentu (klávesnice, počítače, monitory). Pro sponzory, kteří byli v segmentu nově, představoval ze začátku esport neznámý trh. Také se stáhla většina sponzorů, kteří podporovali offline eventy, protože se žádné skoro dva roky nekonaly.

2. 4. 2. 3 Prezentace na sociálních sítích během pandemie

Pandemie změnila perspektivu týmů na sociální sítě, kterým se začala věnovat nutná pozornost pro propagaci esportu. Týmy po začátku covidu dokonce podle Pechouška zavedly finanční bonusy za stavění značky a za dobrou mediální prezentaci.

„Přes koronu byly meetingy, jak dělat obsah efektivně, už nestačilo pouze předsílet týmový obsah, byli jsme motivováni být aktivní i jako jedinci.“ (Pechoušek, 2023)

„Entropiq se snažil budovat i naše osobní PR a kladli nám na srdce, že dobrá mediální prezentace nám může velmi pomoci s kariérou v budoucnu. Na začátku pandemie jsem měl dvě stě sledujících na Instagramu, za rok mi jejich počet vyletěl na 2 200.“ (Urválek, 2023)

„Počet diváků mi na všech sociálních sítích přes covid výrazně vzrostl. Instagram se posunul z přibližně dvou tisíc diváků na sedm tisíc, a YouTube jsem z nuly vybudoval na patnáct tisíc sledujících.“ (Kadlíček, 2023)

2. 4. 3 Situace po pandemii

V předposledním okruhu se hráči vyjádřili k návratu do offline režimu, jak se změnilo jejich působení v týmech a jak se změnila esportová scéna jako taková. V období mezi lety 2021 a 2022 většina respondentů změnila působiště. Černý se na začátku roku 2022 posunul z eRiness do eSuby na pozici In-game leadera, ve které od roku 2021 působil i Pechoušek. Urválek se v roce 2022 přesunul z Entropiq do týmu Sampi, a Koláčný se z Entropiq o rok dříve přesunul do výše zmíněného Dynama Eclot. Jediný Kadlíček zůstal až do začátku roku 2023 v týmu Entropiq. Každý respondent měl ale z návratu do předcovidového režimu jiný pocit.

„Přesun do eSuby na začátku roku 2022 byl z eRiness velmi znatelný, co se zázemí týče. eSuba byla profesionální, měl jsem smlouvu na hlavní pracovní poměr a plat se pohyboval okolo dvaceti tisíc. V létě 2022 se změnila herní sestava, a nefungovalo to herně, když jsem hrál. Organizace o mě ale nechtěla přijít, protože jsem byl pro tým opora, dokázal jsem motivovat hráče a měl jsem dobré znalosti o hře. Nakonec jsme vymysleli, že budu dále v týmu působit jako hlavní trenér. Společně s herním trenérem a s mentálním koučem, který byl poskytnutý Red Bullem jakožto sponzorem, ale myslím, že mentální pomoc nikdo v týmu nevyužíval.“ (Černý, 2023)

„Osobně jsem si ani nevšiml, že pandemie skončila, návrat do normálu byl úplně normální. I když byl covid, tak kromě velkých turnajů jsem si restrikcí nevšiml. Školu jsem měl online, ale ani předtím jsem tam moc nechodil. Podle mě nebyl žádný razantní přechod, pandemie je a pandemie není, postupně jsme se vraceli do normálu. V Dynamo Eclot jsem měl lepší plat než v Entropiq, ale měnilo se to rok od roku, obecně mi tam ale více vyhovovalo prostředí, které bylo více přátelské a méně byznysové.“ (Koláčný, 2023)

2. 4. 3. 1 Dopad pandemie na esportové týmy

Respondenti se paradoxně shodli na tvrzení, že covid měl na esportové týmy negativní dopad:

„Většina týmů měla podle mě během pandemie horší období. Hodně týmů stálo na místě, čekalo se na to, co bude, a byly velmi opatrní. Také se často uměly spíš prezentovat v offline prostředí na akcích, kde měly svůj stánek a přímý styk s fanoušky. Sledovanost esportu sice byla větší, ale paradoxně nebyl dostatečný prostor pro propagaci sponzorů. Donutit hráče se doma hezky vyfotit v dresu s RedBullem je nadlidský úkol.“ (Černý, 2023)

„Myslím si, že korona vývoj týmů spíše zbrzdila. Už se nejednalo o firmy o pár nadšencích, ale těsně před covidem přišly profesionální týmy, které by esportový trh změnilo bez korony. Místo toho týmy měly velké problémy, eSuba musela zkrátit pracovní úvazky některým z hráčů, a mnoho týmů žádalo o podporu od státu.“ (Pechoušek, 2023)

„Samotný covid esportové týmy nikam výrazně neposunul, pokrok byl nevyhnutelný. Jakmile začala jedna organizace brát esport vážněji, trh se musel přizpůsobit. Profesionalizace začala už na začátku roku 2020, a organizace se začaly více učit od zahraničních týmů. Týmy se ale díky covidu musely naučit myslet dopředu, když se plánovaly turnaje nebo bootcampy, musely se zohledňovat restriktce. Muselo se důkladně promýšlet, co budeme dělat, když někdo onemocní nebo nebude včas otestovaný. Do týmů začali také investovat mimogamingoví sponzoři. Dynamo Eclot mimo očividné partnerství s hokejovým klubem Dynamo sponzorovala třeba společnost D&D Reality. Stejně esport začalo sponzorovat hodně značek oblečení, protože chtěly zasáhnout skupinu diváků, ke které je těžké se dostat. Nejdivnější spojení je s McDonald's, protože v esportu je momentálně v módě zdravý životní styl a chození do posilovna, a fast food značka mi do toho moc nesedí.“ (Koláčný, 2023)

Osobně se domnívám, že organizace covid posunul primárně v mediální prezentaci. Tato změna byla velmi znatelná během mediálních dnů, kterých se účastnilo v srpnu 2022 všech osm týmů, které Sazku eLEAGUE hrály. Hráči z větších týmů přijeli na focení i s manažery a správci sociálních sítí. Celé focení i rozhovory se nesly v profesionálním duchu.

2. 4. 3. 2 Turnaje po pandemii

Hráči byli dále tázáni na počet offline turnajů po pandemii, a jestli tento aspekt esportu rosl. Podotázkou byli i sponzoři těchto turnajů, ale respondenti většinou odpověděli, že se jednalo o společnosti mimo herní segment. Z organizace ForGames v roce 2022, na kterých se hrálo finále Sazka eLEAGUE, mohu potvrdit, že většina sponzorských stánků byla ze segmentu potravinářského průmyslu. Jmenovitě se jednalo o Pringles, Red Bull, pivovar Proud nebo Pizza Giuseppe.

Další podotázkou byla důležitost hraní na offline turnajích:

„Na podzim roku 2021 se podle mě vrátilo hodně sponzorů a byl znát velký nárůst prize poolů, a v roce 2022 toto zvýšení ještě eskalovalo. Sponzoři si už více zvykli na financování týmů. ESuba měla jako sponzora například Pumu, od které jsme měli oblečení a dresy, které byly relevantní i v rámci offline událostí. Společnost PLAYzone dělala v roce 2022 hned tři turnaje, a to turnaj v Bratislavě, Praze a MČR, potom ForGames od Sazky a MSR. Turnaje měly o hodně větší prize pooly, než na které jsme byli doposud zvyklí, vyvolalo to v nás wow efekt. Prostory obecně byly větší, i v Bratislavě byl turnaj v hale a na ForGames bylo větší pódium a prostor pro diváky než předchozí roky. Tam jsem si říkal, že takhle má vypadat esportová událost, a konečně se český esport někam posouvá. Hraní před lidmi je podle mě to nejlepší, co hráč může zažít. Člověk hraje semifinále nebo finále a slyší přes protihluková sluchátka, jak fanoušci křičí jméno jeho týmu nebo dokonce jeho jméno, ten pocit se nedá s ničím srovnat.“ (Černý, 2023)

„Hraní před diváky je pro mě nejdůležitějším aspektem mého povolání. Je to velký test práce se stresem, pokud to hráč umí, nic se tomu pocitu nevyrovná.“ (Urválek, 2023)

Koláčný jako jediný respondent rozvinul myšlenku, že offline turnaje jsou možná v Česku příliš přeceňované.

„Česko je v počtu LANek naprosto výjimečné, protože má třeba čtyři až pět velkých offline turnajů ročně. Pak je ale znát, když za české týmy hrají zahraniční hráči. Na offline turnajích většinou vůbec neumí hrát, protože je to pro ně nová zkušenost a většinou velmi stresová záležitost. Esport je díky tomu v Čechách sice rozšířený, ale český systém není dobře napojený na evropské turnaje, takže kvůli českým offline turnajům jsme často nestihli odehrát hodně zahraničních turnajů, a týmy si poté musí vybírat. V tomto mezinárodním napojení ještě hodně zaostáváme a do budoucna by se to mělo změnit.“ (Koláčný, 2023)

2. 4. 4 Dopady koronaviru

Hráči v poslední části rozhovoru hodnotili pozitivní a negativní dopady pandemie na esportový segment. Pozitiva vidí hráči v tréninkovém posunu týmu i individuálních hráčů.

„Díky koruně se zkoušelo více herních praktik, protože bylo více času, takže se pracovalo na harmonogramech, a více jsme se inspirovali ze zahraničí. První česko-slovenští hráči začínali získávat zkušenosti ze zahraničních týmů, a tyto znalosti přinášeli i do českých týmů.“ (Pechoušek, 2023)

„Paradoxně za to mohl asi i můj týmový propad, ale snažil jsem se hodně zlepšit. Jak herně, tak jako osoba, zkrátka být lepší verzi sebe sama.“ (Černý, 2023)

„Díky covidu zmizela na chvíli ‚esportová nevýhoda‘. To znamená, že kromě Counter Striku hráči nemohli dělat nic jiného. V pandemii jsme měli na hraní čas a hráči se mohli posouvat.“ (Koláčný, 2023)

Všichni hráči se také shodují, že esport zaznamenal přes covid velký nárůst sledovanosti. Růst reflektovali i na zvýšení počtu sledujících na sociálních sítích a primárně na streamech na platformě Twitch.

„Pandemie esportu pomohla, lidi byli doma a koukali na televizi, teď je krize a už nemají na práci jenom sledování esportu doma.“ (Koláčný, 2023)

„Streamy byly mnohem více sledované během pandemie než po pandemii. Lidi na to měli čas.“ (Urválek, 2023)

Negativa, která přinesla pandemie, cítili hráči rozdílně. Některé zasáhla izolace, někteří řešili negativní aspekty v širším měřítku.

„Pandemie zbrzdila rozvoj esportu, týmy nemohly moc pracovat se sponzory a prize pooly a platy hráčů byly menší. Sledovanost byla sice větší, ale týmům to moc nepomohlo.“ (Pechoušek, 2023)

„Pandemie mi vzala osobní styk s kamarády a spoluhráči, se kterými jsem nemohl trávit volný čas. Fyzický kontakt mi hodně chyběl.“ (Černý, 2023)

„Vadily mi neférové podmínky v rámci hraní. Existují totiž dva druhy hráčů. Ti, kteří rádi hrají z domova, a ti, kteří hrajou o hodně lépe před fanoušky. Hráči, kteří

spadali do první kategorie, zažívali během covidového období větší úspěchy. Tuzemské týmy se herně k evropským celkům moc neposunuly. České týmy mají svůj velmi osobitý styl, kterého se nechtějí vzdát.” (Koláčný, 2023)

2. 4. 5 Budoucnost česko-slovenského esportu

Všichni respondenti jsou velmi opatrní v predikcích do budoucna, spíše doufají, že esport nepůjde v následujících letech o krok zpátky. Hráčům se líbil stav esportu během pandemie, protože scéna rostla, ale někteří respondenti se svěřili, že dle jejich názoru vyrostl segment až moc rychle. Podle hráčů je třeba esportovou kulturu ustálit a vytvořit zdravé prostředí pro týmy i hráče, aby bylo odvětví dlouhodobě udržitelné:

„Doufám, že esport jakožto segment nebude menší než loni. Myslím si, že esport v příštích letech moc neporoste, vyrovnat se roku 2022 bude těžké. Co se už letos musí změnit, jsou částky za přestupy za hráčů, momentálně se za některé platí i přes milion korun, a to finančně vůbec nedává smysl. V roce 2022 to dávalo vzhledem k praze poolům turnajů smysl, ale hráči mají momentálně klidně i přes padesát tisíc výplatu. I kdyby tým letos vyhrál všechny české turnaje, tak na výhrách nepokryje ani ohodnocení hráčů. Herní celky jsou k tomu nesehrané a na mezinárodní úrovni většinou nemají šanci, takže ani tam týmy neseženou více finančních prostředků.” (Černý, 2023)

„PlayZone a Sazka do esportu začaly během covidu investovat velké množství peněz. Ted' se ale společností peníze nevrací. Esportové odvětví ted' není tak velké, jak se zdálo, že bude během covidu. Výhra na českém turnaji není oproti zahraničním výhrám tak skvělá.” (Urválek, 2023).

„Ted' nás čeká finanční krize týmů, hráči budou propouštěni, týmy nejsou konkurenceschopné. Je to stejné jako u jiných sektorů, po krizi se posouváme na křivce zase nahoru. Krize ale vyčistí esport od neschopných lidí, kteří nedělají svou práci správně, a tato situace oddělí zrna od plev. Podle mě to není špatně a je to přirozená cesta.” (Koláčný, 2023)

„Je potřeba, aby organizace pochopily, že není dobré šetřit na pomocném personálu. Hodně týmů stagnuje kvůli tomu, že nemá dobré trenéry, a scéna se moc neposouvá. Je potřeba větší profesionalizace i ze strany hráčů. Spousta hráčů nemá jasný režim a disciplínu.” (Pechoušek, 2023)

2.5 Diskuze

Hlubkové rozhovory odpověděly na výzkumnou otázku „*Jakým způsobem se proměnila česká esport scéna v důsledku pandemie?*” Respondenti nastínili fungování v esportových týmech před pandemií. Z jejich odpovědí je znatelný rozdíl ve fungování jednotlivých týmů, v nichž působili. Realitou ale zůstává, že esportovému segmentu nebylo ze strany širší veřejnosti věnována vyšší míra pozornosti. Týmy byly primárně sponzorované pouze na materiální úrovni a platy hráčů se spíše podobaly příležitostným brigádám. Hráči ale paradoxně trénovali stejně pravidelně a tvrdě, jako později v profesionálnějších týmech. Jedinou velkou změnou pro ně bylo herní zázemí, prize pooly a výplata. To představovalo nové zjištění, protože někteří hráči nepohlíží na esport z širšího pohledu, ale soustředí se čistě na herní aspekty a věci spojené se hrou samotnou. Tomuto přístupu nahrává častá neznalost sponzorů týmů nebo turnajů, neznalost konkrétnějších ekonomických situací v týmech (to může být zapříčiněno i týmovou kulturou, kdy se mezi sebou zaměstnanci o finančních podmínkách příliš nebaví) nebo nejistota ohledně počtu mediálních školení, které hráči v týmech absolvovali.

Primární soustředění na hru se potvrdilo i během pandemie, kdy přechod do online prostředí pro hráče znamenal primárně více času na trénink. Covid podle respondentů alespoň částečně přiblížil české týmy k evropské úrovni, kterou ve své publikaci popisuje Park. Od vyhrávání mezinárodních turnajů jsou ale tuzemské organizace ještě daleko.

Platy hráčů se ani po pandemii většinou nepřibližují zahraničním týmům, a mezi respondenty panuje obava, že byl esport během pandemie uměle nadhodnocen, a teď bude odvětví čekat těžší období. V porovnání s daty od Headphones Addict vydělává průměrný hráč v České republice o několik desítek tisíc korun méně než skupina horších hráčů Rocket League v zahraničí. I s platem okolo 50 000 Kč měsíčně se lepší čeští hráči nepřibližují americkému průměru (Susic, 2023). Tento fakt se dá ale přisuzovat i rozdílné platové hladině mezi jednotlivými zeměmi.

Dalším překvapivým zjištěním byl rozpor mezi hráči ohledně dopadu koronaviru na odvětví. Všichni se jednoznačně shodují na zvýšení sledovanosti během pandemie, které potvrzují i zahraniční studie od Leith & Gheen. Kde se ale názory rozcházejí, je otázka posunu odvětví, které by podle některých respondentů udělalo krok kupředu nezávisle na koronaviru. Potvrdilo se, že korelace není vždy kauzalitou, protože i přes

zvýšenou sledovanost zápasů esportové týmy, a hlavně hráči příliš neprofitovali ze zvýšeného zájmu o odvětví.

Hlubkové rozhovory také potvrdily domněnku o nafouklé bublině esportu, kterou hráči vnímají stejně jako odborníci a žurnalisté. České esportové týmy stejně jako ty zahraniční nenašly řešení pro dlouhodobou udržitelnost. Esportovní fanoušci nepřináší organizátorům akcí zdaleka tolik peněz, jako fanoušci tradičních sportů, jelikož na českém trhu není za co. Lístky na turnaje jsou velmi levné a turnajů je oproti například fotbalové lize málo. Toto zjištění se shoduje s výsledky výzkumu Cecilie D'Anastasio nebo Richarda Lewise z teoretické části.

2. 5. 1 Limitace výzkumu

Pro výzkum mohlo být osloveno více respondentů, ale hráči mají většinou velmi přísný režim a nebyli z časových nebo jiných důvodů ochotni zúčastnit se rozhovoru.

Další limitaci představovala doba, během níž rozhovory probíhaly. Jednalo se o začátek roku 2023, kdy většina respondentů procházela složitějším obdobím, někteří byli v té době bez angažmá, jejich pohled na situaci během covidu mohl být tudíž zkreslený. Mnozí z nich si také nepamatovali pořadí týmů, v nichž hráli, a během rozhovorů bylo občas znát, že kombinují popisování událostí nebo například praktik v týmech před a během pandemie.

Mezi respondenty mohlo být více hráčů z rozdílných týmů, aby byl utvořen celistvější obraz esportové scény. Překvapivě se ale pohledy na fungování ve stejných týmech mnohdy lišily.

Obdobný výzkum by mohl být také proveden v rámci focus group, v níž by si hráči mohli mezi sebou porovnat herní prostředí v organizacích a dobrat se k ucelenému názoru o esportové scéně.

Závěr

Tato práce se pokusila podrobněji rozebrat problematiku změny esportu po pandemii v Česku.

Nejprve v teoretické části definovala esport, uvedla důvody, proč by esport měl nebo neměl být považován za sport, a zaměřila se na vývoj celosvětové scény. Představila hlavní streamovací platformy a popsala i začátky offline turnajů a pravidelných lig. Závěr části rozvedl diskuzi o esportu jako nafouklé bublině a zda je toto odvětví dlouhodobě profitabilní.

V praktické části byl popsán český esport, vývoj lokální scény, úspěchy českých hráčů a rozmach offline turnajů. Práce pomocí hloubkových rozhovorů podrobně popisuje změnu stavu odvětví během pandemie, a dotazníkové šetření ukazuje mínění fanoušků esportu po koronaviru.

Výsledky zkoumání ukazují, že pandemie sice pomohla esportu k růstu ve sledovanosti a ve zvýšení povědomí u širší veřejnosti, ale český trh neměl vybudovanou udržitelnou infrastrukturu, která by se mohla přirozeně rozrůstat. V roce 2023 se odvětví nachází v bodu stagnace. Zahraniční experti se shodují s respondenty výzkumu, že esport v dohledné době neporooste a týmy by se spolu s organizátory turnajů měly pokoušet odvětví stabilizovat do dlouhodobě udržitelného stavu.

Budoucí výzkumy by se měly zaměřit na změnu vnímání esportu jak u fanoušků, tak u širší veřejnosti během pandemie. Dalším směrem by měla být monetizace odvětví a finanční udržitelnost. Zároveň by bylo vhodné prozkoumat i otázku genderu v esportu, jelikož o tomto tématu existuje velmi omezené množství studií.

Summary

This thesis attempted to analyse in more detail the issue of the change of esports after the pandemic in Czechia.

First, in the theoretical part it defined esports in general, gave reasons why esports should or should not be considered a sport and focused on the development of the global scene. The thesis introduced the main streaming platforms and also focused on the beginnings of offline tournaments and regular leagues. The final part of the theoretical part expanded on the discussion of esports as a bubble and whether the industry is profitable in the long term.

The practical part described Czech esports, the development of the local scene, the success of Czech players and the boom of offline tournaments. Using in-depth interviews, the thesis details the change in the state of the industry during the pandemic and a questionnaire survey shows the opinion of esports fans after the coronavirus.

The results of the research show that while the pandemic helped esports to grow in viewership and increase awareness among the wider public, the Czech market did not have a sustainable infrastructure in place to grow naturally. By 2023, the industry is at a point of stagnation. International experts agree with the survey respondents that esports will not grow anytime soon and teams, along with tournament organisers, should attempt to stabilise the industry into a sustainable state.

Future research should focus on changing the perception of esports by both fans and the wider public during the pandemic. Another direction should be the monetization of the industry and financial sustainability. At the same time, it would be useful to explore the issue of gender in esports, as there is a very limited amount of research on this topic.

Zdroje

Knižní zdroje

ABREU FREITAS, Bruno Duarte, CONTRERAS-ESPINOSA, Ruth Sofia and PEREIRA CORREIA, Pedro Álvaro. Sponsoring esports to improve brand image. *Scientific Annals of Economics and Business*. 2020. Vol. 67, no. 4p. 495–515. DOI 10.47743/saeb-2020-0030.<https://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/4761/1/Sponsoring%20Esports%20to%20Improve%20Brand%20Image.pdf>

BURROUGHES, Benjamin; RAMA, Paul. The eSports Trojan horse: Twitch and streaming futures. *Journal For Virtual Worlds Research*, 2015, 8.2.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 2006, 3.2: 77-101.

HAVRLAND, Ladislav. Z volnočasové aktivity e-sportem: Postoj hráčů k profesionalizaci CS:GO. Praha, 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra sociologie. Vedoucí práce Numerato, Dino.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, sro, 2005.

HILTSCHER, Julia. A short history of esports. *eSports yearbook*, 2013, 14: 9-14.

HOPE, Henrik. " Hello [Streamer] PogChamp": The Language Variety on Twitch. 2019. Master's Thesis. University of Stavanger, Norway.

CHEJNOVSKÁ, Lucie. Historický vývoj a nynější úroveň české esportové scény pohledem osobností českého esportu. 2021.

CHENG, Xu; DALE, Cameron; LIU, Jiangchuan. Statistics and social network of youtube videos. In: 2008 16th International Workshop on Quality of Service. IEEE, 2008. p. 229-238.

JENNY, Seth E., et al. Virtual (ly) athletes: where eSports fit within the definition of “Sport”. *Quest*, 2017, 69.1: 1-18.https://www.researchgate.net/profile/Margaret-Keiper/publication/297891315_Virtually_Athletes_Where_eSports_Fit_Within_the_Definition_of_Sport/link/5b9806f2a6fdce59bf85e03e/Virtually-Athletes-Where-eSports-Fit-Within-the-Definition-of-Sport.pdf

KIM, Young Hoon; NAURIGHT, John; SUVEATWATANAKUL, Chokechai. The rise of E-Sports and potential for Post-COVID continued growth. *Sport in Society*, 2020, 23.11: 1861-1871.<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/17430437.2020.1819695?needAccess=true&role=button>

LEITH, Alex P. and GHEEN, Erin. Twitch in the time of quarantine: The role of engagement in needs fulfillment. *Psychology of Popular Media*. 2022. Vol. 11, no. 3p. 275–280. DOI 10.1037/ppm0000372.

MCCAULEY, Brian; TIERNEY, Kieran; TOKBAEVA, Dinara. Shaping a regional offline esports market: understanding how Jönköping, the ‘city of dreamhack’, takes URL to IRL. *International Journal on Media Management*, 2020, 22.1: 30-48.

MONTSERRAT, Eduard. [online]. rep. Stream Hatchet, 2022. [Accessed 19 March 2023]. Available from: <https://insights.streamhatchet.com/-2022-live-streaming-report>

REITMAN, Jason G. and ANDERSON-COTO, Maria J. Esports research: A literature review. *Games and Culture*. 2019. Vol. 15, no. 1p. 32–50. DOI 10.1177/1555412019840892.

ŘIHÁČEK, Tomáš, et al. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013.

SCHAEPERKOETTER, Claire C., et al. The “new” student-athlete: An exploratory examination of scholarship eSports players. *Journal of Intercollegiate Sport*, 2017, 10.1: 1-21.

SOUKUP, Paul A. Looking at, through, and with YouTube. 2014.

SOUTHERN, Neal. The rise of eSports: A new audience model and a new medium. *BA Candidate, Department of Mathematics, California State University Stanislaus*, 2017, 1: 65-68.

ŠEĎOVÁ, Klára. Analýza kvalitativních dat. ŠVARŤÍČEK, R., ŠEĎOVÁ, K. a kol. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007, 207-247.

ZHAO, Yupei; ZHU, Yimei. Identity transformation, stigma power, and mental wellbeing of Chinese eSports professional players. *International Journal of Cultural Studies*, 2021, 24.3: 485-503.

Internetové zdroje

AIM, Alexandra. Interview with Zai: "it's a good thing that young people are coming into the scene". *AFK Gaming* [online]. 3 June 2022. [Accessed 26 February 2023]. Available from:

<https://afkgaming.com/dota2/originals/interview-with-zai-its-a-good-thing-that-young-people-are-coming-into-the-scene>

ALMUGHRABI, Zakaria, KALRO, Nikhil and BONIFACIO, Patrick. The history of League of Legends Worlds. *Hotspawn* [online]. 1 October 2021. [Accessed 28 February 2023]. Available from: <https://www.hotspawn.com/league-of-legends/guides/the-history-of-league-of-legends-worlds>

ÇAKIR, Gökhan. What is a Moba? *Dot Esports* [online]. 17 June 2021. [Accessed 17 April 2023]. Available from: <https://dotesports.com/news/what-is-a-moba>

CLEMENT, J. Gaming reach worldwide by age and gender 2022. *Statista* [online]. 2 February 2023. [Accessed 8 April 2023]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/326420/console-gamers-gender/>

COLANTONIO, Giovanni. Esports organization TSM ends its 10-year deal with FTX. *Digital Trends* [online]. 16 November 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.digitaltrends.com/gaming/tsm-ftx-end-deal/>

DANIELS, Tom. Faze Clan Records \$53.2m loss for 2022. *Esportsinsider* [online]. 31 March 2023. [Accessed 5 April 2023]. Available from: <https://esportsinsider.com/2023/03/faze-clan-records-loss-2022>

DANIELS, Tom and NORDLAND, Jake. The esports industry predicts business trends for 2023. *Esportsinsider* [online]. 19 January 2023. [Accessed 8 April 2023]. Available from: <https://esportsinsider.com/2023/01/esports-industry-predicts-2023>

D'ANASTASIO, Cecilia. Shady numbers and Bad Business: Inside the Esports Bubble. *Kotaku* [online]. 23 May 2019. [Accessed 8 February 2023]. Available from: <https://kotaku.com/as-esports-grows-experts-fear-its-a-bubble-ready-to-po-1834982843>

D'ANASTASIO, Cecilia. Twitch creator chief Constance Knight exits amid streamer pay controversy. *Bloomberg.com* [online]. 23 September 2022. [Accessed 18 March 2023]. Available from: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-09-23/twitch-content-chief-departs-amid-controversy-over-creator-pay>

ESGUERRA, Tyler. LCS sits behind Lck, Lec, and CBLOL in average viewership during the 2022 spring split. *Dot Esports* [online]. 1 March 2022. [Accessed 2 March 2023]. Available from: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/lcs-sits-behind-lck-lec-cblol-in-average-viewership-2022-spring-split>

ESGUERRA, Tyler. Mad Lions win 2021 Lec Summer Finals with impressive 3-1 series victory against Fnatic. *Dot Esports* [online]. 29 August 2021. [Accessed 6 January 2023]. Available from:

<https://dotesports.com/league-of-legends/news/mad-lions-win-2021-lec-summer-finals-with-impressive-3-1-series-victory-against-fnatic>

FISHER, Carver. Dash won't be returning to the LCS 2023 due to "New direction" for broadcast. *Dexerto* [online]. 3 January 2023. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/dash-wont-be-returning-to-the-lcs-2023-due-to-new-direction-for-broadcast-2022684/>

FRAGEN, Jordan. Twitch rival kick revives revenue split debate, gambling controversy. *VentureBeat* [online]. 6 December 2022. [Accessed 18 March 2023]. Available from: <https://venturebeat.com/games/twitch-rival-trainwreck-kick-revives-revenue-split-debate-gambling-controversy/>

GOSLIN, Austen. Twitch Star Shroud is following ninja to mixer. *Polygon* [online]. 24 October 2019. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.polygon.com/2019/10/24/20930650/shroud-moving-streaming-mixer>

GOUGH, Christina. Dota 2 the International Prize Pool 2022. *Statista* [online]. 3 November 2022. [Accessed 6 January 2023]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/749033/dota-2-championships-prize-pool/>

HEFFELFINGER, Allen. What is the LCS? everything you need to know. *Line Movement* [online]. 12 January 2021. [Accessed 2 March 2023]. Available from: <https://linemovement.com/2021/01/12/what-is-the-lcs-everything-you-need-to-know/>

HEFFELFINGER, Allen. What is the lec? unconventional lol. *Line Movement* [online]. 6 January 2021. [Accessed 2 March 2023]. Available from: <https://linemovement.com/2021/01/05/what-is-the-lec/>

HDTV. *Wikipedia* [online]. 14 January 2023. [Accessed 17 April 2023]. Available from: <https://en.wikipedia.org/wiki/HDTV>

HEŠOVÁ, Martina. E-sport U nás UŽ Není Minulostí a Prague Champs to Dokazuje. Skončil První fanouškovský turnaj V league of legends. *Kinobox.cz* [online]. 21 June 2022. [Accessed 7 January 2023]. Available from: <https://www.kinobox.cz/clanek/22246-e-sport-uz-u-nas-neni-pase-a-turnaj-prague-champs-to-dokazuje-skoncil-prvni-fanouskovsky-turnaj-v-league-of-legends>

Herní subjekty na česko-slovenském trhu [online]. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.esport.cz/herni-subjekty>

JANOVSKÁ , Tereza. MISTR SVĚTA v hearthstone žalud: Pokud Se Hry mladým líbí, at' to prostě zkusí. *iSport.cz* [online]. [Accessed 6 January 2023]. Available from: <https://isport.blesk.cz/clanek/esport/312416/mistr-sveta-v-hearthstone-zalud-pokud-se-hry-mladym-libi-at-to-proste-zkusi.html>

JUDD, Will. Counter-strike 2 is already a blast - and lays the groundwork for years to come. *Eurogamer.net* [online]. 28 March 2023. [Accessed 8 April 2023]. Available from: <https://www.eurogamer.net/counter-strike-2-is-already-a-blast-and-lays-the-groundwork-for-years-to-come>

KAY, Meg. Veteran league Caster Pastrytime announces LCS departure. *Dexerto* [online]. 5 October 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/veteran-league-caster-pastrytime-announces-lcs-departure-1950205/>

KELLY, Michael. CLG to reportedly fold its esports brand, sell LCS Franchise Slot. *Dot Esports* [online]. 4 April 2023. [Accessed 5 April 2023]. Available from: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/clg-to-reportedly-fold-its-esports-brand-with-sell-lcs-franchise-slot>

L., Darina. Esports earnings [25 engaging statistics for 2023]. *Best Tech Jobs Near You* [online]. 7 March 2023. [Accessed 20 April 2023]. Available from: <https://leftronic.com/blog/esports-earnings/>

LAMBRECHTS, Stephen. Pro gamers in South Korea train for 15 hours a day – here's what's involved. *TechRadar* [online]. 24 July 2019. [Accessed 8 January 2023]. Available from: <https://www.techradar.com/news/pro-gamers-in-south-korea-train-for-15-hours-a-day-heres-whats-involved>

LARCH, Florian. Emergence of esports: Once ridiculed, now a billion-dollar market. *ISPO.com* [online]. 10 February 2023. [Accessed 21 April 2023]. Available from: <https://www.ispo.com/en/sports-business/esports-history-how-it-all-began>

LEWIS, Richard. Echoes of future past: The ghost of the CGS and what it means for counter-strike. *Dot Esports* [online]. 13 August 2018. [Accessed 8 February 2023]. Available from: <https://dotesports.com/counter-strike/news/cgs-vulcun-twitch-esl-counter-strike-league-1665>

LITCHFIELD, Ted. Riot files to Terminate League of Legends sponsorship deal with failed Crypto Exchange FTX. *pcgamer* [online]. 17 December 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.pcgamer.com/riot-files-to-terminate-relationship-with-failed-crypto-exchange-ftx/>

LOPEZ, Jalen. Understanding roles in CS:GO. *Hotspawn* [online]. 25 July 2022. [Accessed 24 April 2023]. Available from: <https://www.hotspawn.com/csgo/guides/understanding-roles-in-csgo>

MALIK, Aisha. Facebook is shutting down its standalone gaming app in October. *TechCrunch* [online]. 30 August 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://techcrunch.com/2022/08/30/meta-shutting-down-facebook-gaming-app/>

MALIK, Aisha. Meta is testing a new livestreaming platform for influencers called 'super'. *TechCrunch* [online]. 5 August 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://techcrunch.com/2022/08/05/meta-testing-livestreaming-platform-influencers-super/>

MCLAUGHLIN, Dicky. TSM could sell LCS spot and will pause several esports divisions, according to report. *Dexerto* [online]. 31 March 2023. [Accessed 5 April 2023]. Available from: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/tsm-could-sell-lcs-team-slot-and-cease-further-esports-investment-2102277/>

MCWHERTOR, Michael. Heroes of the storm pros vent sadness, anger after Blizzard kills Game's esports future. *Polygon* [online]. 14 December 2018. [Accessed 14 February 2023]. Available from: <https://www.polygon.com/2018/12/14/18141331/heroes-of-the-storm-canceled-hgc-blizzard-community>

OHIRI, May. What is a bootcamp and how to launch one (for Businesses & Creatives) - educateme. *RSS* [online]. 28 February 2023. [Accessed 15 April 2023]. Available from: <https://www.educate-me.co/blog/what-is-a-bootcamp>

ONG, EC. Rekkles debut on Karmine Corp Showmatch Trumps LCS Viewership. *ClutchPoints* [online]. 16 December 2021. [Accessed 7 January 2023]. Available from: <https://clutchpoints.com/rekkles-karmine-corp-koi-showmatch-viewership>

PARK, Cho. *ABC News* [online]. 21 March 2019. [Accessed 8 January 2023]. Available from: <https://abcnews.go.com/Technology/professional-gamers-personal-trainers-hordes-fans-make-big/story?id=61187750>

PATTERSON, Calum. Livestream viewership records: Highest peak viewers on twitch & youtube all-time. *Dexerto* [online]. 6 January 2023. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.dexerto.com/entertainment/livestream-viewership-records-all-time-peak-viewers-twitch-youtube-1493241/>

PHILLIPS, Lawrence. Championship gaming series: A concept "ahead of its time". *Hotspawn* [online]. 6 January 2021. [Accessed 13 February 2023]. Available from: <https://www.hotspawn.com/other/guides/championship-gaming-series-ahead-of-its-time>

PUTIVLSKIJ, Igor. Slovenská pohádka Z Bánské Bystrice. Hvězdny skiter Se Stává vítězem 11. the International. *Sazka eLEAGUE* [online]. 30 October 2022. [Accessed 6 January 2023]. Available from: <https://sazkaeleague.cz/article/slovenska-pohadka-z-banske-bystrice-hvezdny-skiter-se-stava-vitezem-11-the-international>

RANDUŠKA, David. Další Velká kapitola české Legendy? freeze by SE měl Stát Hlavním trenérem evil geniuses. *iSport.cz* [online]. 20 November 2022. [Accessed 8 January 2023]. Available from: <https://isport.blesk.cz/clanek/esport-league-of-legends/423294/dalsi-velka-kapitola-ceske-legendy-freeze-by-se-mel-stat-hlavnim-trenerem-evil-geniuses.html>

RANDUŠKA, David. "Tahle zpráva Není příjemná pro nikoho, komu Koluje V žilách Modrá Krev." Temný den pro tábor esuby. *Sazka eLEAGUE* [online]. 11 January 2023. [Accessed 13 January 2023]. Available

from: <https://sazkaeleague.cz/article/tahle-zprava-neni-prijemna-pro-nikoho-komu-koluje-v-zilach-modra-krev-temny-den-pro-tabor-esuby>

RJM. Entropiq chce Hrát o miliony dolarů, Angažuje Hvězdy. *Sport.cz* [online]. 11 October 2021. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.sport.cz/clanek/esport-entropiq-chce-hrat-o-miliony-dolaru-angažuje-hvezdy-2372937>

SAUERSTROMOVÁ, Kateřina. Ruský Projekt Entropiq Skončí, Sestava je na přestupní listině. nedosáhla stanovených cílů. *Sazka eLEAGUE* [online]. 14 October 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://sazkaeleague.cz/article/rusky-projekt-entropiq-skonci-sestava-je-na-prestupni-listine-nedosahla-stanovenych-cilu>

SECK, Tobias. Analyzing League of Legends Korea Sponsorship Changes. *Sports Business Journal* [online]. 17 June 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.sportsbusinessjournal.com/Esports-Landing/Sections/Marketing/2022/06/South-Korea-LCK-sponsorship-analysis.aspx>

STOLL, Julia. Super Bowl TV viewership 2023. *Statista* [online]. 20 February 2023. [Accessed 18 March 2023]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/216526/super-bowl-us-tv-viewership/>

SUSIC, Peter. How much do esports gamers make? Pro Player Statistics in 2023. *HeadphonesAddict* [online]. 17 February 2023. [Accessed 20 April 2023]. Available from: <https://headphonesaddict.com/esports-gamer-statistics/>

T0MIN. Ohlédnutí za uplynulým Rokem CSKAŘŮ. *eSuba* [online]. 3 January 2023. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.esuba.eu/ohljednuti-za-uplynulym-rokem-cskaru>

TYLER, Joshe. LCS Caster Phreak announces his retirement from casting. *Dexerto* [online]. 9 December 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/lcs-caster-phreak-announces-his-retirement-from-casting-2007480/>

WARREN, Tom. Microsoft is shutting down mixer and partnering with Facebook Gaming. *The Verge* [online]. 22 June 2020. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.theverge.com/2020/6/22/21299032/microsoft-mixer-closing-facebook-gaming-partnership-xcloud-features>

WOJNAR, Zak. Ninja & Shroud make \$40 million combined from mixer buyout in just months. *ScreenRant* [online]. 23 June 2020. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://screenrant.com/ninja-mixer-shroud-contract-40-million-shut-down/>

Worlds 2022 smashes viewership record. *Reuters* [online]. 6 November 2022. [Accessed 13 January 2023]. Available from: <https://www.reuters.com/article/esports-lol-worlds-viewership-idUSFLMGnBXF>

Zooming in on the biggest franchises in Esports: 71% of fans watch only one game. *Newzoo* [online]. 20 March 2023. [Accessed 28 April 2023]. Available from: <https://newzoo.com/resources/blog/zooming-in-on-the-biggest-franchises-in-esports-71-of-fans-watch-only-one-game>

Videa

The LCS is dying. Here's why that matters. [online]. YouTube, 8 January 2023. [Accessed 28 February 2023]. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=boKtR9D-HSM>

League of Legends: Origins [online]. YouTube, 10 February 2023. [Accessed 28 February 2023]. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=74wlkXNmNdg&t=2702s>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 10. 1. 2023)

Příloha č. 2: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 9. 2. 2023)

Příloha č. 3: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 9. 2. 2023)

Příloha č. 4: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 17. 2. 2023)

Příloha č. 5: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 2. 3. 2023)

Příloha č. 6: Vyplněný dotazník Martina Kadlíčka

Příloha č. 7: Osnova rozhovoru

Příloha č. 8: Šablona dotazníkového šetření

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Věk respondentů

Obrázek č. 2: Čas strávený sledováním esportu

Obrázek č. 3: Čas týdně strávený hraním

Obrázek č. 4: Je esport regulérní sport

Obrázek č. 5: Popularita mobilních titulů

Přílohy

Příloha č. 1: Nahrávka (transkripce rozhovoru ze dne 10. 1. 2023)

Sociální sítě, grafika, fotky - Iron team gaming - z toho Dark Tigers

Externí - Produkce pro RELOAD studio - observování pro TOP Gaming, eGAMES na Slovensku, PLAYZONE, COOL, kromě 1 CS:GO eventu jsem byl na všech esport eventech

2016 - začátek esportu

2017 - zkoušel se dostat někam dál

2018 - práce pro PLAYZONE - do 2021 všechny CS:GO eventy na scéně

2020 - Jeden zahraniční turnaj Supreme Masters CS:GO první event, na který přijeli SINNERS a vyhráli ho

2021 - PLAYZONE full-time, ale byl covid a dělali toho hodně a muselo se to cutnout, COOL Esport střih, potom Sampi

2022 - Sazka eLEAGUE

Eventy byly od roku 2017 podobné, jako dnes, akorát je to momentálně ve všem větší. Technika byla horší, bylo to méně pompézní, pro hráče lepší pricepooly a zázemí.

2017 - organizace nesly celý náklad za event (oproti zahraničí) - Náklady na 3 herní tituly najednou (15 lidí cca. na 5 dní) - velké náklady a týmy to platily sami, praly se přes to peníze občas - hráči na fakturu vyplácí 30k a hráči dostávali 25k. **Hráči tenkrát ještě většinou neměli plat.** Většinou to pro hráče bylo kapesné pro hráče (třeba 5k měsíčně). Investoři byli menší.

Nové pozice - admin, observer, rozhodčí, analysti, komentátor, produkce na streamu, zvukař, střih - finální podoba, ovládá mix, observeři, lidi co ovládají ledky, koordinátor, režisér, replay, kamery na hráče.

Covid zrušil - Playzone challenge - BYOG (Bring your own gear) LAN - úspěšný první ročník, ale covid to zrušil, COOL Liga za covidu převálcována Sazka eLEAGUE.

2020 - Okamžitý cut peněz, marketing menší, nemohly být eventy, firmy měly pozastavené marketingové budgety. Např. COOL liga měli hrát hráči offline všechny kola - jako LEC, ESL Pro League. Casteři byli z domova časem, ale nemá to dostatečný hype. Největší změna byla finále MČR velká LEDka na Primě ve studiu. Probíhalo i Mobile MČR, 5 různých titulů v součtu, různí analysti na různé hry, naštěstí se nepředal žádný covid, chodili i sponzoři.

Největší rozdíl pro týmy je, že nemusí platit ubytko atd., pro diváka je to od roku 2022 více pompézní.

2021 - Svádění chyb na covid u MČR, že nepřišlo dost lidí, ale Sazka eLEAGUE finále fungovala.

Formát do budoucna: Liga je náročná finančně, ale je zajímavá pro sponzory. Eventy totiž produkují i open a closed kvalifikace na streamy + event a čísla na streamech fungují.

Myslím si, že rok 2023 půjde esport dolu, je to dané i krizí asi, ale obecně jsou ve všech společnostech cuty. Esport často fakuje čísla sledovanosti (Facebook vidělo to 50000 lidí neznamená 50000 diváků esportu). Twitch je vypovídající, ale Facebook ne. Sledovanost by v peaku bylo možné hitnout 10k organických lidí. Bublina musí splasknout. Čísla esportu nejsou tak silná jako čísla influencerů a pro partnery je snazší jít k influencerům pro čísla. CS:GO sponzorují sázkové kanceláře a LOLko sponzoruje RIOT. Týmů nejsou příliš výdělečné (známý tým Astralis má na burze jednu akcii za 0.37 dolaru). Jediná šance je prodej hráčů, investory a nebo je to jako 100T, kteří mají influencery a tahají jim čísla. Je to stejné, jako sportovní byznys fotbal je dotovaný a tohle je to stejné. Dá se k tomu dělat agenturní činnost atd. Pricepools ze zahraničních tier 2 a 3 turnajů. Betingovky potřebují content, na který jde sázet a dotují tyto eventy. V Čechách 24/7 hráli FIFU online náhodní hráči a na to lidé sázeli.

Úvod:

- Jméno - Martin Pechoušek
- Věk - 24
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně? - od roku 2018, 2020 fulltime
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek? - 100% je to časově a energicky náročný - 6 hodin čistý čas i o víkendu

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem? - 2020
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - 2018 Esuba už začala mít gaming house a office, 2019 Extatus bootcamp herní hotel LAN Party Hotel.
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - rozdílly byly, coach měl míň než my, manažeři tenkrát byli i social manažeři. 10k měsíčně jako hráči za nějakéj poloviční úvazek, coach měl tak 4k
 - Jak se tvůj plat pohybuje v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí.
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - To ještě vůbec nebylo, by ltam jenom coach a manažer
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? a kolik turnajových zápasů týdně si odehrál? - 50h týdně. Bylo míň online zápasů než během pandemie.
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - ASUS, energy drinky RedBull
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - Nebylo to tak moc důležité
 - Měli jste mediální školení? - To jo, ale realně to pro mě nebylo podstatné
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje?
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně? - 6-7 max. 8
 - Jaké byly prize pooly? O hodně menší než teďkon - rok 2022 měl 10x -20x větší pricepool než před coronou
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - MČR pořád stejně velké a For Games a BYOS LAN MSR atd.
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje?
 -
- Jak se vyvíjely výše zmíněné aspekty (zázemí, peníze, mediální podpora) v průběhu let před coronou? *(zde se vyptat konkrétně na development týmu, sponzoři, počet zaměstnanců, částky, za které se kupovali hráči podle toho, jak dlouho působil hráč v nějakm týmu před coronou).* - **Přestupy se smlouvama až s korunou, esuba měla kontrakty na minimální částky za odkoupení vždycky na rok. 2018-2020 byl nárůst, pricepool i zázemí rostlo, ale málo (třeba o 20k pricepool nárůst).**

Během pandemie

- Co se změnilo? - Přišly fulltime profi týmy jako Sampi a SINNERS, sponzoři ale utíkali a zase se to zastavovalo.
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná? - nic se nezměnilo
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - málo týmů mělo bootcampy a zázemí, všichni fungovali přes online
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - Začalo to být profesionální i smlouvy atd. 20k plat cca.
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - S coronou přišly fulltime týmy a s tím i staff, ale některé týmy žádaly o státní příspěvky a propouštěly lidi (esuba)
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - hodně jich odcházelo, protože neměli peníze a byly to offline eventy (zůstávali herní sponzoři). Dotování eventů nešlo, tak odcházeli.
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - bonusy za dobrou marketingovou prezentaci od týmů, nejde jenom o předání obsahu
 - Měli jste mediální školení? - určitě, už to začalo být normální
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje? - hodně open kvalifikací, hodně se zvedl počet online turnajů, nebylo to náročné na organizaci, vyhodil se ven pricepool a datum a týmy hrály

Po pandemii

Polovina 2021 uvolňování

- Jaký byl návrat do offline fungování? - bylo MČR, ale bylo to striktní na opatření, málo eventů 2-3 maximálně (MSR), museli jsme hrát v rouškách.
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat?
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - psychologové tam nejsou fulltime, ale máme manažera pro CS:GO, social správce pak kameraman, merch/marketing - takže cca. 4-5 lidí - my nemáme analysty, ale jiné týmy to mají
 - Kteří sponzoři podporují tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?
 - Jak velký je tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu klade tým na tvůj osobní mediální obraz? Která sociální síť je pro hráče nejvíce relevantní? Je pro hráče důležité mít osobní marketing?
 - Pomáhá vám tým s mediální prezentací?
- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně?
 - Jaké jsou pricepooly?
 - Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - Kteří sponzoři podporují turnaje?

Porovnání

1, Osobní perspektiva na kariéru

- Co přinesla za negativa a co za pozitiva? -
- Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech? -

2, Situace v týmu (esportová organizace)

- Změnila corona tréninkové praktiky v týmu? - První český hráči začali fungovat venku a díky tomu se rozvíjela i CZ/SK scéna.

3, Dopad na CZ/SK scénu

- Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet? - Obecně esport hodně stoupl ve sledovanosti, ale paradoxně jsme dostávali méně peněz a organizace měly problémy.
- Jaký měla pandemie dopad na rozvoj esportové scény v Čechách? - **Vývoj týmů by byl stejný, pořád to šlo i tak nahoru, profi týmy přišli na začátku 2020 a fungovalo by to i tak. Corona pro esport byla negativní, výplaty i pricepooly byly nižší a všechno zbrzdila (ale to je můj osobní pohled z eSuby, Sampi a Extatusu).**

4, Kam si myslíš, že se esportová scéna bude posouvat CZ/SK posouvá - víc profesionaliace, jasné harmonogramy, staff in-game (coach a analytik) tahle pomůže posunu týmu o třeba 20 míst v HLTV žebříčku, hodně hráčů má problém s režimem.

Úvod:

- Jméno - Dominik Černý
- Věk - 25
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně? - 2019 hraní a coachování 2022 léto
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek? - spíš víc než plný úvazek

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem? - 2019
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - Začátek byl v Extatus, měli jsme bootcampy i kanceláře, chovali se k nám profesionálně, předtím organizace, kde jsme nebyli placení na hráče docela kašlaly.
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - Brigáda, kolem 10k
 - Jak se tvůj plat pohybuje v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí. - tady nevím
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - herní coach, ale jinak nic, o psychickou stránku sem se snažil já
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? a kolik turnajových zápasů týdně si odehrál? - 10h denně i přes víkendy. Turnajů nebylo tolik, zahraniční zápasy jsme nehráli, 1x týdně v lize v ČR, celkově max. 2-3 zápasy týdně.
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - ROG na gear, Red Bull
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - tehdy jsem to vůbec neřešil, chtěli abychom sdíleli zápasy, ale nebyli na to vysazený
 - Měli jste mediální školení? - nemyslím si
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje? - 2019 první LAN mimo ČR jsme jeli do Polska
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně? - Tiger Masters, Ygames, MČR, MSR
 - Jaké byly prize pooly? - místo pricepoolu smutek, organizace si brala podíl z výhry. Teď si bere část a zbytek se rozdělí mezi hráče, ale každá to má jinak.
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - MČR je pořád stejné, Tiger masters na For Games, MSR prostory ve školách atd.
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje? - Energyťáky.
 -
- Jak se vyvíjely výše zmíněné aspekty (zázemí, peníze, mediální podpora) v průběhu let před coronou? (*zde se vyptat konkrétně na development týmu, sponzoři, počet zaměstnanců, částky, za které se kupovali hráči podle toho, jak dlouho působil hráč v nějakm týmu před coronou*). - **2019 -2020 - z pohledu diváků to vzrůstalo, z pohledu pricepoolů se to moc neposouvalo, stage pořád to stejný, žádný nový nápad, mediální věci. Čekalo se na někoho, kdo zavelí: pojd'me to udělat jinak**

Během pandemie - u všeho se ptát, jaké byly změny

- Co se změnilo? - 2019 Extatus jsme vyhráli MČR, pak se organizace rozpustila. Ztratila se jiskra, hrálo se jenom z domova, necítil jsem zápal.
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná? - ani ne, ze začátku to ani moc nikomu nevadilo
 - Jaké bylo tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - přechod 2020 do Sampi - to byl fulltime, ale zázemí tam moc nebylo odešel jsem potom Eclot a Erimmers 2020 a 2021 (spodní týmy), neměl jsem ani fulltime kontrakt 5-6k, ale chtěl jsem nahoru znova
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - V Erimmers jsme ani neměli coache, Eclot něco málo
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - týmy neměly moc finance
 - Měli jste mediální školení? - nope
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje? - turnajů víc bylo, ale týmy bylo špatné a nic jsme nehráli

Po pandemii

- Jaký byl návrat do offline fungování? - Forgames 2021, bylo narváno, na MČR jsme hráli a bylo to super, 2022 jsem dostal nabídku jako hráč do esuby. V létě 2022 se měnila sestava a nefungovalo to herně, ale měl jsem herní znalost a uměl jsem motivovat a začal jsem coachovat.
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí? - esuba bootcampy, kanceláře, všechno fungovalo profesionálně.
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat? - Fulltime - 20k cca.
 - Kolik a jaké má organizace zaměstnance, kteří se soustředí na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - měli jsme herního coache a měli jsme možnost využívat mentálního coache, ale pochybuju, že to někdo využil
 - Kteří sponzoři podporují tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - 2021 velký nárůst peněz oproti předchozím rokům, začali tomu sponzoři zase věřit a začalo to fungovat a 2022 se ještě eskaloval víc. Organizace už víc řeší sponzory např. oblečení (esuba -puma), sponzoři víc slyší na offline akce.
 - Jak velký je tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu klade tým na tvůj osobní mediální obraz? Která sociální síť je pro hráče nejvíce relevantní? Je pro hráče důležité mít osobní marketing? - hodně se to řešilo v esubě, i kvůli sponzorům a chtěli, abychom měli fanouškovskou základnu do budoucna, měli jsme podmínky, nevystupovat špatně, dostávali jsme školení a edukaci.
 - Pomáhá vám tým s mediální prezentací?
- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně? - 3 PLAYZONE akce, ForGames, MSR
 - Jaké jsou pricepooly? - o hodně větší než kdykoliv předtím

- Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - prostory stejné, ForGames větší i na Slovensku v tenisové hale
- Kteří sponzoři podporují turnaje? - I mimo herní segment (auta, jídlo...)

Porovnání

1, Osobní perspektiva na kariéru

- Co přinesla za negativa a co za pozitiva? - Pozitiva - víc jsem se snažil zlepšovat, negativa - byla těžká izolace od zbytku týmu
- Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech? - to je to nejlepší, co hráč může zažít, když hraje grandfinále a fanoušci tam skandují jméno týmu nebo tvoje jméno, nic se tomu nevyrovná

2, Situace v týmu (esportová organizace) - corona byla pro většinu týmů horší období. Hodně lidí jsou zvyklí na hraní doma a pro ně to bylo super, ale pro ty, co mají rádi offline, tak to bylo těžší. **Organizace stály na místě a čekalo se co bude.**

- Změnila corona tréninkové praktiky v týmu? - bylo víc času na trénink a přípravu. CZ/SK má ale unikátní styl herní, kterého se nechceme vzdát.

3, Dopad na CZ/SK scénu

- Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet? - sledovanost byla větší, ale týmy nebyly zvyklé na fungování v onlinu, týmy se prezentovaly na offline akcích, hůř se prezentuje sponzorům spolupráce (vyfotit hráče doma s redbullem je nadlidský úkol).
- Jaký měla pandemie dopad na rozvoj esportové scény v Čechách?

4, Predikce na další roky - Doufám, že esport nikam nespadne, nemyslím si ale, že pár let nepřijde takový boom jako byl v roce 2022, ale doufám, že nepůjdou dolů pricepooly a celkově scéna. Teď je to momentálně přepálené (hráči mají přes 50k plat a to nedává smysl).

Úvod:

- Jméno - Lukáš Koláčný
- Věk - 23
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně? - 2018, 2019
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek? - Brute, Entropiq, Eclot. To je slabé slovo, časová náročnost je šilená.

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem? - 2018
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - necroraisers, začátek DTG potom Brute, dostali jsme fulltime na začátku ledna 2020, Brute mělo nic moc zázemí
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - z pricepoolu peněz, jinak nic kromě Extatus, nikdo neměl platový ohodnocení nikdo, v Brute to bylo 20k
 - Jak se tvůj plat pohybuje v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí. - Určitě nižší než trenéři, hráči mají nižší plat.
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - Coach, metal coach (strašně trvá schvalovací proces), v Eclot jsem to už měl
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? a kolik turnajových zápasů týdně si odehrál? - 80-105 hodin za 2 týdny, bylo toho míň než teď ESEA, Open LANKy
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - Petr Andryšek, Semtex, Allienware, nedávali peníze, ale spíš produkty
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - 600 followerů IG cca., před pandemií to bylo lidem jedno, ale mě to bavilo v Brute se to řešilo.
 - Měli jste mediální školení? - V EntropiQ potom jo
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně? - Tiger Masters, Ygames, MČR, MSR, bylo víc LANek
 - Jaké byly prize pooly? - Ani před, ani během pandemie, je to pořád málo i teď
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - Vývoj tam je, LAN jsou spojené s festivaly, kromě MČR není nikde moc lidí, COOL liga byla v Praze pokaždé na jiném místě (kino, show Jana Krause)
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje? - Organizátoři mají dlouhodobé sponzory
- Jak se vyvíjely výše zmíněné aspekty (zázemí, peníze, mediální podpora) v průběhu let před coronou? *(zde se vyptat konkrétně na development týmu, sponzoři, počet zaměstnanců, částky, za které se kupovali hráči podle toho, jak dlouho působil hráč v nějakm týmu před coronou).*

Během pandemie - u všeho se ptát, jaké byly změny

- Co se změnilo? - Na začátku covidu jsem odešel do EntropiQ, tam jsme měli nízký plat, byli jsme 2. na MČR, podzim 2021 jsem odešel do Eclotu,
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná? -
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - EntropiQ nás vedli k sockám, office na bootcampy, **z esportu nedává smysl dělat sport**, nemusí spolu lidi bydlet z gaming housu, proč by se měl člověk stěhovat na jiné místo, když i tak žije v onlinu. Když mám volný čas, chci být s rodinou a ne v jiném městě. I chození do office a hraní tam nedává smysl. Je to tou hrou v CSku to nedává smysl, nejsou dopředu dané turnaje, není známý schedule a 90% turnajů je online. Tier 2, Tier 3 jsou online, HLTV turnaje taky online. V Čechách je těch LANek hodně a zahraniční hráči na to nejsou zvyklí.
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - pod 10k v EntropiQ
 - 2021 jsme hráli s rouškama ve studiu a bylo MSR byl joke, MČR, tam se nic nekontrolovalo a všichni si odnesli covid. V EU když měl někdo covid, tak nemohl hrát vůbec nebo hrál z domova, někomu to vyhovuje a mohla to být výhoda a nedávalo to smysl. Uteklo nám strašně zahraničních LANek s Eclotem s Bali, někteří spoluhráči měli jet, ale neměli dostatek očkování atd.
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - V EntropiQu byl mentální coach, performance coach, manažeri, coachové, content creators
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? -
 - Měli jste mediální školení? - EntropiQ do toho hodně šlapal, profesionální, byznys

Po pandemii

- Jaký byl návrat do offline fungování? - Vlastně jsem covid neřešil, školu jsem měl online a hraní bylo i tak z domova. Turnaje pak už byly v pohodě.
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí? - Eclot měl jiné zázemí, více rodinné a osobní, cítil jsem se tam líp
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat? - 20-30k, lepší než v EntropiQ, ale počítám to na celoroční, hodně se nám dařilo s turnajem
 - Kolik a jaké má organizace zaměstnance, kteří se soustředí na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - Eclot měl míň zaměstnanců
 - Kteří sponzoři podporují tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - EntropiQ - Puma, hokejový klub s Eclotem, Nike, Adidas... každý tým má už mimogamingového sponzora, Eclot má DD reality, Mcdonalds
- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně? - 3 PLAYZONE akce, ForGames, MSR
 - Jaké jsou pricepools? - o hodně větší než kdykoliv předtím
 - Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - prostory stejné, ForGames větší i na Slovensku v tenisové hale
 - Kteří sponzoři podporují turnaje? - I mimo herní segment (auta, jídlo...)

Porovnání

1, Osobní perspektiva na kariéru

- Co přinesla za negativa a co za pozitiva? - **Pozitiva** - esport byl více vidět, během pandemie, teď je krize, lidi na turnaje nechodí stejně jako dřív a hůř se to dostává do povědomí lidí, pandemie CSku pomohla, lidi co byli na střední, dal nám spoustu času a spoustu příležitostí na zlepšování **Negativa** - vzal LANky, vzal nám důvod hrát před lidma, nemohli jsme se vídat s kamarádama
- Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech? - eventy nejsou nijak velký, pro ty lidi tam moc nehraješ, takže ty LANky tolik nechyběly, protože tady to není level jako Major, takže mě baví hrát před lidmi, ale kromě MČR a ForGames tu není nic

2, Situace v týmu (esportová organizace) - Týmy musely být víc ready na restriktce a víc věci plánovat.

- Změnila corona tréninkové praktiky v týmu? - to nebylo covidem, bylo období, kdy přišli noví investoři a týmy. V EntropiQ to byli zahraniční coachové a tým.

3, Dopad na CZ/SK scénu

- Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet? - vývoj esportu by byl trochu pomalejší, rozhodně mu pomohla, ale nemyslím si, že by covid výrazně ovlivnil vývoj, ale **Covid esportu pomohl.**

4, Predikce na další roky - Teď začne finanční krize z covidu, míň konkurence schopných fulltime týmů. Do budoucna trend esportu půjde nahoru, sýnusoida, bude záležet na šikovnosti lidí, vyčistí to esport od neschopných lidí - zrno od plev a myslím si, že to není vůbec špatně, je to přirozená cesta.

Úvod:

- Jméno - Jan Urválek
- Věk - 22
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně? - 2017
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek? - Může být
- Jaké týmy -
 - 2017 - Gromatic
 - 2018 - Gravity
 - 2019 - extatus
 - 2020-2022 - EntropiQ
 - 2022-2023 - nachvíli v Sampi

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem? - až EntropiQ polovina 2021 jsem začal dostávat plat
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - Extatus platil cesty na turnaje a hotely, ale plat tam nebyl
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - 0
 - Jak se tvůj plat pohybuje v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí. - V té době ani trenéři neměli nic
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) -
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? a kolik turnajových zápasů týdně si odehrál? - Někdy i 9-10 hodin denně. Corona spíš smetla méně známé turnaje. 1 zápas na dva dny (v rámci turnajů) - 4-5 turnajů měsíčně
 - Kterí sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - ASUS
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - neměli jsme dávat blbosti na sítě, cancel za to nestojí
 - Měli jste mediální školení? - nope
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje? - České týmy tehdy nebyly tak dobré, takže úspěchy moc nebyly.
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně? - 4-5 větších, 10 menších
 - Jaké byly prize pooly? - 10k za win pro celý tým hodn malé, v COOL lize 2. místo jsme dostali 15k, 25k za první místo
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - MČR mi přijde teď mnohem větší
 - Kterí sponzoři podporovali turnaje? - TipSport, Vodafone, Hal3000
- Jak se vyvíjely výše zmíněné aspekty (zázemí, peníze, mediální podpora) v průběhu let před coronou? *(zde se vyptat konkrétně na development týmu, sponzoři, počet zaměstnanců, částky, za které se kupovali hráči podle toho, jak dlouho působil hráč v nějakm týmu před coronou).* -

Během pandemie - u všeho se ptát, jaké byly změny

- Co se změnilo? - s příchodem EntropiQ všechno šlo strašně dopředu.
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná?
 - Jaké bylo tvé herní zázemí? - bootcampy v praze
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat? - Brigáda, 10k + výhry z turnajů (klidně i 25k)
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně) - coachů tam bylo za mě až moc - výživový poradce, 2 mentální coachové, performance coachové (úplně zbytečné, nastavování režimu, který člověk ani nechce). Práce s coachem bylo toli, že jsme se pak ani nesoustředili na hru
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)? - McDonalds, Puma až později, YourGate, Coco Loco, Ematiq, HAL3000
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz? - šlo o naše PR a naši budoucnost (měl jsem 200 followers) - za rok mi to vyletělo za 2200
 - Měli jste mediální školení? - jak dělat věci, aby to mělo dosah, ale nebylo to přímo školení
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje? - Polské turnaje - 2 jsme vyhráli (jednou peníze nepřišli), hráli jsme ESEA

Po pandemii

- Jaký byl návrat do offline fungování? - adaptace zpátky na offline akce bylo v pohodě, hodně jsme v té době prohrávali, takže to bylo psychicky náročné. V EntropiQ skončil trenér, pak skočili i hráči, ale ten tým si nesedl k sobě.
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat? - Plat byl přestřelený a organizací potom peníze na platy neměli 2022, 25k
 - Kolik a jaké má organizace zaměstnance, kteří se soustředí na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně? -
 - Jaké jsou pricepools? - pricepools o hodně větší než před coronou
 - Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)? - fanoušci nechodili, první rok, protože se báli
 - Kteří sponzoři podporují turnaje? - Konkrétně nevím, ale pricepool byl o hodně větší

Porovnání

1, Osobní perspektiva na kariéru

- Co přinesla za negativa a co za pozitiva? - pozitiva - otevřel hraní her širší cílovce, turnaje během covidu měly velká čísla negativa - prize money na turnajích během covidu, offline akce nic, cestování na turnaje po Evropě

- Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech? - Je to pro mě nejdůležitější, testuju svůj stres před lidma a když se stresem umíš pracovat, je to výborné
- 2, Situace v týmu (esportová organizace)
- Změnila corona tréninkové praktiky v týmu? - Dřív se hrálo jenom na individuální skill, teď je to spíš o týmových taktikách (některé týmy se nebyly schopné adaptovat).
 -
- 3, Dopad na CZ/SK scénu
- Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet? - Sledovanost na streamech byla o hodně větší během corony.
 - Byl by vývoj esport stejný bez covidu? - PlayZone a Sazka do toho začali víc šlapat. V covidu do toho šlo strašně peněz a teď se peníze nevrací. To odvětví teď není tak velký, jak se zdálo, že bude během covidu. Výhra na českém turnaji není zas tak nic skvělého.

Úvod:

- Jméno - Michal Kadlíček
- Věk - 23
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně? - 4 roky
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek? - Ano
- V jakých týmech si ve kterých letech působil? - No Limit Gaming (2020-2020)
Entropiq (2020-2022) Enterprise (2023-současnost)

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem? - 2019
 - Jaké bylo tvé herní zázemí v týmech ve kterých si působil?
 - - Half-time ale i full-time (nerozumím otázce)
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat?
 - Před pandemií jsem nebral plat, maximálně do 200€
 - Jak se tvůj plat pohyboval v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí.
 - - Hráči mají často větší platy než trenéři, ale záleží na zkušenostech dané osoby. Podle zkušeností a úspěchů se odvíjí plat. Někdy trenér bral méně, někdy až 4 násobek
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - - 0
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? A kolik turnajových zápasů týdně si odehrál?
 - - cca 8-10hodin denně a zápasů záleží, někdy 2-3 někdy až 6 až 7
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)
 - - Bez sponzorů
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz?
 - - Malý, velký following počet jsem nasbíral až po 2020
 - Měli jste mediální školení?
 - - Ne
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje?
 - Několikrát do týdne
 - Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně?
 - - Cca 8-10
 - Jaké byly prize pooly?
 - - od 50 000 do 200 000
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - - Mohlo docela hodně, ale nepřišlo jich. MČR bylo velký i počtem fanoušků ale u ostatních turnajů maximálně desítky.
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje?
 - - Prima Cool, Fortuna, KFC

Během pandemie - jaké byly změny?

- Co se změnilo?
- - Nejistota v průmyslu, nevědělo se jak to zvládneme finančně i turnajově
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná?
 - Jaké bylo tvé herní zázemí?
 - - Fulltime
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat?
 - - 800-1000€
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - - 60+ zaměstnanců, 1 fyzicky 2 mentálně
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?
 - - Mcdonalds, Puma, Hyperx, Logitech ...
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz?
 - - Počet followers mi narostl o hodně např z 1500 na 7000 (ig) z 0 na 15k (youtube) Organizace kladla velký důraz na socials
 - Měli jste mediální školení?
 - - Ano
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje?
 - - Na týdenní bázi
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně?
 - - Během 2020 - 0, 2021 - 0
 - Jaké byly pricepooly?
 - - 500 000 až 1 milion Kč
 - Jaká byla opatření?
 - - Online prostředí
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje?
 - - Nepamatuji si

Po pandemii

- Jaký byl návrat do offline fungování?
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí?
 - Fulltime
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat?
 - - Více než 1000€
 - Kolik a jaké má organizace zaměstnance, kteří se soustředí na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - - Mentálně 1 fyzicky 0
 - Kteří sponzoři podporují tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?
 - - nevím
 - Jak velký je tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu klade tým na tvůj osobní mediální obraz? Která sociální síť je pro hráče nejvíce relevantní? Je pro hráče důležité mít osobní marketing?

- - Nejvíce relevantní je nyní twitter/tiktok/ig
- Pomáhá vám tým s mediální prezentací?
- - Moc ne

- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně?
 - - 3 až 4
 - Jaké jsou pricepooly?
 - - od Milionu do 2 milionu Kč
 - Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - - O hodně větší
 - Kteří sponzoři podporují turnaje?

Porovnání

1, Osobní perspektiva na kariéru

- Co přinesla za negativa a co za pozitiva?
- - Negativa - málo offline akcí. Pozitiva - růst esportu
- Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech?
- - Mnohem větší než online prostředí

2, Situace v týmu (esportová organizace)

- Změnila corona tréninkové praktiky v týmu?
- - Ano

3, Dopad na CZ/SK scénu

- Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet? - Během corony vzrostl zájem o esport, poté začínal upadat
- Jaký měla pandemie dopad na rozvoj esportové scény v Čechách? - Finančně nevím, sledovaností pozitivní
- Myslíš, že rozvoj esportu urychlila/zpomalila/vývoj by byl stejný?
- - Urychlila

Úvod:

- Jméno
- Věk
- Jak dlouho hraje CS:GO profesionálně?
- Je profesionální hraní práce na plný úvazek?

Před pandemií

- Ve kterém roce jsi se začal živit esportem?
 - Jaké bylo tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat?
 - Jak se tvůj plat pohybuje v porovnání s profesemi v esportové organizaci (Trenéři, manažeři) a jak se tyto platy vyvíjí.
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - Kolik hodin denně jsi trénoval? a kolik turnajových zápasů týdně si odehrál?
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?
 - Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz?
 - Měli jste mediální školení?
 - Jak často jste hráli zahraniční turnaje?
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně? ○
Jaké byly prize pooly?
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje?
 -
- Jak se vyvíjely výše zmíněné aspekty (zázemí, peníze, mediální podpora) v průběhu let před coronou? (*zde se vyptat konkrétně na development týmu, sponzoři, počet zaměstnanců, částky, za které se kupovali hráči podle toho, jak dlouho působil hráč v nějakm týmu před coronou*).

Během pandemie - u všeho se ptát, jaké byly změny

- Co se změnilo?
- Byla aklimatizace na online prostředí náročná?
 - Jaké bylo tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohyboval tvůj plat?
 - Kolik a jaké měla organizace zaměstnance, kteří se soustředili na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - Kteří sponzoři podporovali tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?

- Jak velký byl tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu kladl tým na tvůj osobní mediální obraz?
- Měli jste mediální školení?
- Jak často jste hráli zahraniční turnaje?
- Jak probíhaly offline eventy?
 - Kolik jich bylo ročně?
 - Jaké byly pricepooly?
 - Jak velké byly prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - Kteří sponzoři podporovali turnaje?

Po pandemii

- Jaký byl návrat do offline fungování?
- Co se změnilo?
 - Jaké je tvé herní zázemí?
 - Jak se rámcově pohybuje tvůj plat?
 - Kolik a jaké má organizace zaměstnance, kteří se soustředí na zlepšení tvého výkonu? (jak fyzicky, tak mentálně)
 - Kteří sponzoři podporují tvůj tým, z jakého segmentu pocházeli (herní vybavení, soft drinks, energy drinks...)?
 - Jak velký je tvůj following na sociálních sítích? Jak moc velkou váhu klade tým na tvůj osobní mediální obraz? Která sociální síť je pro hráče nejvíce relevantní? Je pro hráče důležité mít osobní marketing?
 - Pomáhá vám tým s mediální prezentací?
- Jak probíhaly offline eventy po coroně?
 - Kolik jich je ročně?
 - Jaké jsou pricepooly?
 - Jak velké jsou prostory (kolik se mohlo přijít podívat fanoušků)?
 - Kteří sponzoři podporují turnaje?

Porovnání

- 1, Osobní perspektiva na kariéru
 - Co přinesla za negativa a co za pozitiva?
 - Jakou váhu pro tebe má hraní na offline eventech?
- 2, Situace v týmu (esportová organizace)
 - Změnila corona tréninkové praktiky v týmu?
- 3, Dopad na CZ/SK scénu
 - Jaké je zájem o sledování esportu? Jak ho corona ovlivnila a jak se bude sledovanost vyvíjet?
 - Jaký měla pandemie dopad na rozvoj esportové scény v Čechách?

Příloha č. 8: Šablonadotazníkového šetření

Kolik je vám let?

15-18
19-23
24-29
30-35
36-44
45+

Jaké je vaše pohlaví?

Žena
Muž
Preferuji neodpovídat

Která z následujících kategorií nejlépe vytihuje Váš pracovní stav?

Zaměstnaný/á
Mám vlastní živnost/firmu
Student/ka
Brigádník/ce
Nezaměstnaný/á

Víte, co je to esport?

Ano
Ne

Jaké tvrzení Vás nejlépe vystihuje?

Přesně vím, co je to esport.
Něco o esportu vím
O esportu jsem slyšel/a, ale vím o tom jen málo
O esportu nevím vůbec nic

Kolik hodin týdně strávíte sledováním esportu?

1-2 hodiny týdně
3-4 hodiny týdně
5-7 hodin týdně
8+ hodin týdně
Nekoukám na esport

Jaké PC/konzolové esportové tituly sledujete nejvíce?

League of Legends
CS:GO
Dota2
PUBG
Fifa

Teamfight Tactics
Valorant
Nesleduji

Jaké mobilní esportové tituly sledujete nejvíce?

Wild Rift
Teamfight Tactics
PUBG Mobile
Brawl Stars
Hearthstone
Nesleduji

Na jakém zařízení sledujete esport?

PC
Mobil
Tablet
TV
Nesleduji

Na jaké platformě sledujete esport nejčastěji?

Twitch
YouTube
Facebook
Instagram
TikTok
Twitter
Reddit
Nesleduji

Považujete esport za regulérní sport (spadá do kategorie jako fotbal, hokej)?

Ano
Ne
Nevím

Navštívili byste esport event, kde by bylo zpoplatněné vstupné?

Ano, nemám problém si koupit lístky.
Ne, šel/šla bych pouze kdyby to bylo zadarmo.
Ne, nešel/nešla bych vůbec.

Šli byste pravděpodobněji na esport event, nebo na tradiční sportovní event (fotbal, hokej)?

Esport
Sport
Na obojí stejně
Ani jedno

Hrajete video hry?

Ano
Ne

Kolik hodin týdně strávíte hraním video her?

0 hodin týdně
1-2 hodiny týdně
3-7 hodin týdně
8-14 hodin týdně
15+ hodin týdně

Jakou hru aktuálně hraje?

League of Legends
CS:GO
Dota 2
Fortnite
MMORPG
PUBG
Valorant
Teamfight Tactics
FIFA
Wild Rift
Roblox
3A Single Player tituly (God of War, Elden Ring, Witcher 3
Nehraju video hry

Na jakém zařízení hraje video hry?

PC Mobil
Tablet
Play station Xbox
Jiné konzole
Nehraju video hry

16.9.22
SCHVÁLENO *MJ*

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Veverka Martin, Bc.	Razítko podatelny: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</p> <p>Došlo dne: 15 -09- 2022 -1-</p> <p>Čj: 333 Příloh:</p> <p>Přiděleno:</p> </div>
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2021/2022	
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: <u>61633774@fsv.cuni.cz</u>	
Studijní program/forma studia: Mediální studia, prezenční	
Název práce v češtině: Post-pandemická situace v českých esportových soutěžích	
Název práce v angličtině: The post-pandemic situation in czech esport leagues	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezi) LS 2022/2023	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Diplomová práce se zabývá post-pandemickou situací v lokálních esportových soutěžích. Esport během koronavirové pandemie zažil velký vstup. Zároveň došlo k dočasnému rozdrobení kompetitivní scény na regionální ligy a na esportové scéně došlo kvůli protiepidemickým opatřením k regulaci offline esportových akcí. Esport a gaming byly v této době výdělečnější než filmový a hudební průmysl. Tento trend se nezastavil ani po covidovém období a i regionální ligy zažily strmý vzestup na popularitě. Tato práce se soustředí na rozvoj a aktuální situaci českých lig z pohledu profesionálních hráčů. V teoretické části práce budou blíže představeny vybrané ligy, následně budou porovnány s vývojem lig zahraničních a nakonec dojde k přiblížení rozvoje esportové ligy od začátku pandemie, po stav v roce 2022. V praktické části bude blíže představena metodologie výzkumu společně s kvalitativním výzkumem v podobě hloubkových rozhovorů s profesionálními hráči v českého esportu.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem diplomové práce je blíže analyzovat vývoj a vzestup esportu v regionálních ligách. Práce si dále klade za cíl porozumět pohledu a motivacím profesionálních hráčů k volbě tohoto nově vzniklého povolání, pochopit jejich ambice na české a mezinárodní scéně a porovnat ekonomickou situaci esportových týmů v Čechách. Vzhledem k absenci obdobných výzkumů v českém prostředí by tato práce též mohla sloužit jako odrazový můstek pro budoucí práce. V rámci diplomové práce je zkoumána jedna výzkumná otázka, která zní: Jakým způsobem se proměnila česká esportová scéna v důsledku pandemie?	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod 1 Teoretická část 1.1. Fenomén esportu 1.1.1. Vysílací platformy 1.1.2. Vývoj offline esportových eventů 1.1.3. Profesionalizace esportu 1.1.3.1. Rozvoj nových povolání spojených s esportem 1.2 Stav esport scény před pandemií 1.3 Rozvoj během pandemie 1.4 Aktuální stav české esportové scény 1.4.1. Stav esportových týmů, jejich ekonomická situace a vývoj během pandemie	

1.4.2. Vývoj sledovanosti regionálních lig v porovnání se světovými
1.4.3. Přístup hráčů, jejich finanční ohodnocení a přístup týmů k vychovávání talentů a k poskytování zázemí
2 Praktická část
2.1 Výzkumná otázka
2.2 Metodologie výzkumu – bude představen výzkumný vzorek a bude nastavena struktura hloubkových rozhovorů se scénářem a otázkami
2.2.1 Výzkumná strategie
2.2.2 Metoda analýzy dat
2.3 Vyhodnocení výzkumu
3 Diskuze
3.1 Limitace výzkumu
4 Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):
V rámci analýzy budou analyzovány materiály za posledních 5 let (stav před, během a po pandemii).

Metody (techniky) zpracování materiálu:
Veškerý dostupný materiál bude analyzován kvalitativními metodami.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):

Billings, Andrew, and Sai Datta Mikkilineni. 2022. "The Next Best Thing: How Media Dependency and Uses and Gratifications Inform Esport Fandom During the COVID-19 Pandemic." *American Behavioral Scientist*, August, 00027642221118277. <https://doi.org/10.1177/00027642221118277>.

Tato práce se věnuje nové mainstreamové formě zábavy během pandemie koronaviru, kdy nebylo možné pořádat zápasy v tradičních sportech. V kvantitativním výzkumu, ve kterém se ptají 155 fanoušků sportu popisují, jak je tradiční sporty uspokojují.

Jin, Dal Yong, ed. 2021. *Global Esports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*. London: Bloomsbury Academic.

Tato kniha analyzuje přístup lidí k rostoucímu fenomenu, kterým se esport stává. Na toto téma nahlíží z pohledu digitální ekonomiky a kulturních změn ve společnosti, ale autor řeší i důvod, proč se z esportu stal v poslední dekádě globální fenomén.

Kim, Young Hoon, John Nauright, and Chokechai Suveatwatanakul. 2020. "The Rise of E-Sports and Potential for Post-COVID Continued Growth." *Sport in Society* 23 (11): 1861–71. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1819695>.

Tento titul se zabývá budoucností esportu. Poukazuje na fakt, že přestože je esport velmi úspěšný, je velmi málo zkoumán z systematického a strategického pohledu. Esport je ale do budoucna nutné zkoumat i v souvislosti s důležitostí tohoto odvětví pro světové vlády a velké korporace, z hlediska ekonomického přínosu.

McCauley, Brian, Kieran Tierney, and Dinara Tokbaeva. 2020. "Shaping a Regional Offline ESports Market: Understanding How Jönköping, the 'City of DreamHack', Takes URL to IRL." *International Journal on Media Management* 22 (1): 30–48. <https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1731513>.

Tato práce se zabývá tématem, jak aktéři v offline lokálních eventech vnímají přísun těchto událostí pro rozvoj lokálního esportu. Rozhovory se 17 profesionálními hráči, aktéry na esportové scéně a místními politiky mají za úkol poskytnout pohled na regionální esport ze strategického hlediska.

Witkowski, Emma. 2022. "Growing Pains in Esports Associationalism: Four Modes of National Esports Associational Development." *Games and Culture*, April, 15554120221084448. <https://doi.org/10.1177/15554120221084449>.

Tato práce porovnává čtyři funkční modely národního esportu, ze kterého se v posledních letech stal multimilionový byznys.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let):

HAMPEL, Jiří. Sport vs. eSport: motivy sledovanosti z pohledu fanoušků. Praha, 2022. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta tělesné výchovy a sportu, Management. Vedoucí práce Voráček, Josef.

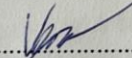
HAVRLAND, Ladislav. Z volnočasové aktivity e-sportem: Postoj hráčů k profesionalizaci CS:GO. Praha, 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra sociologie. Vedoucí práce Numerato, Dino.

HLINKA, Vladimír. Vliv makroekonomických faktorů na výkonnost hráčů esportu. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta tělesné výchovy a sportu, Management. Vedoucí práce Šíma, Jan.

POKORNÝ, Ladislav. Specifika marketingové komunikace české eSports scény. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí práce Klabíková Rábová, Tereza.

ZEMAN, Ondřej. Esportový team jako nástroj marketingové komunikace. Praha, 2022. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí práce Koudelková, Petra.

Datum / Podpis studenta/ky

15.9. 

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

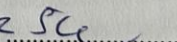
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

ŠVELCH JAN

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

15.9. 2022 

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.