

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra managementu**

**Vliv manažerských rozhodnutí společnosti Riot Games na zájem  
diváků o evropskou LCS**

Bakalářská práce

Autor: Martin Vaněk  
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Václav Zubr, Ph.D.

Hradec Králové

duben 2024

---

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 26.4.2024



**Martin Vaněk**

---

Poděkování:

Chtěl bych poděkovat mému vedoucímu bakalářské práce Ing. Václavu Zubrovi, Ph.D. za doporučení a rady, které mi dával, ale především bych mu chtěl poděkovat za trpělivost a ochotu, jež jsem potřeboval.

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá vlivy manažerských rozhodnutí společnosti Riot Games, a to konkrétně na zájem diváků o evropskou LCS/LEC. Teoretická část práce se věnuje pojmům souvisejících s tématem práce. Jedná se o pojem esport, společnost Riot Games, soutěž League of Legends Championship Series respektive League of Legends European Championship a s tím související streamovací platformy, sociální média a co to znamená patch a meta. Praktická část se soustředí na vliv konkrétních faktorů na sledovanost této soutěže. Pro dosažení výsledků studie bylo vyhotoveno dotazníkové šetření a získány údaje o sledovanosti EU LCS/LEC. V rámci dotazníku byla kromě vlivu zjišťována také spokojenost s rozhodnutími společnosti Riot Games, které souvisí s řízením této soutěže.

Klíčová slova: esport, streamovací služby, živé vysílání, LCS, LEC, Riot Games, League of Legends, sociální média

## **Abstract**

### **Title: Influence of manager decisions of company Riot Games on interest of viewers in european LCS**

This bachelor thesis is dealing with influences of manager decisions of company Riot Games and specifically viewers interest in european LCS/LEC. Theoretic part of this thesis is dedicated to concepts that are related to this topic. That is concept esport, company Riot Games, competition League of Legends Championship Series or League of Legends European Championship respectively, related streaming platforms, social media a what it means patch and meta. Practical part of the thesis focuses on influence of specific factors on viewership of this competition. To achieve results to this study a survey was made and data about viewership of EU LCS/LEC were acquired. The survey also helped to gain data about satisfaction of viewers with decisions related to management of the competition made by company Riot Games.

Keywords: esport, streaming services, live stream, LCS, LEC, Riot Games, League of Legends, social media

## Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika .....	2
3	Teoretická část .....	3
3.1	Management a manažerské rozhodování .....	3
3.2	Esport .....	8
3.3	Esport a sport.....	10
3.4	Riot Games.....	11
3.5	League of Legends .....	13
3.6	Pojem patch.....	14
3.7	Pojem meta.....	14
3.8	Sociální média.....	15
3.9	Streamovací služby .....	15
3.10	European League of Legends Championship Series (EU LCS/LEC).....	16
3.11	Co-streaming .....	18
4	Praktická část .....	19
4.1	Sledovanost při vydání nového patche.....	19
4.2	Rozhodnutí o změně formátu základní sezóny .....	21
4.3	Rozhodnutí o změně formátu playoffs .....	23
4.4	Rebrand z EU LCS na LEC .....	23
4.5	Získávání nových sponzorů.....	25
4.6	Vliv týmů na sledovanost.....	25
4.7	Harmonogram vysílání.....	29
4.8	Vliv sociálních médií a dalšího obsahu.....	30
4.9	Hodnoty a moralita společnosti.....	31
4.10	Odměny za sledování přenosu a nabízené zboží.....	32
4.11	Porovnání sledovanosti LEC a americké LCS .....	33
4.12	Sloučení regionů.....	34
4.13	Další změna formátu .....	35
4.14	Vliv pandemie .....	35
5	Shrnutí výsledků .....	36
6	Závěry a doporučení .....	40
7	Seznam použitých zdrojů.....	41
7.1	Tištěné zdroje .....	41
7.2	Online zdroje.....	41

8	Seznam tabulek, grafů, obrázků.....	50
8.1	Seznam tabulek .....	50
8.2	Seznam grafů.....	50
8.3	Seznam obrázků .....	50
8.4	Seznam příloh.....	50

# 1 Úvod

Esporty jsou každým rokem stále populárnější. Nejde už jen o lenošení u počítačových her a úniku před realitou. Pro některé je to obrovská příležitost, jak se živit něčím, co by si nikdo před 30 lety nedokázal představit. Pro jiné je to možnost sledovat ty nejlepší profesionální hráče, ke kterým vzhlíží. Sport a esport se tak v mnoha věcech podobají, ačkoli ne všichni jsou ochotni přijmout kariéru profesionální hráče počítačové či konzolové hry.

Dle Insider Intelligence (2022) jsou esporty v dnešní době velkým businessem, do kterého vstupují velké firmy, jež vidí v elektronických sportech velkou příležitost, jak ještě více posílit svou vlastní značku. Není tedy možné toto odvětví ignorovat obzvláště v dnešní době, kdy máme neustálý přístup k nejrůznějším technologiím, které nám umožňují se jednoduše dostat na internet a sledovat váš oblíbený pořad na O2 televizi, Netflixu či jiné streamovací službě (Insider Intelligence, 2022).

Milovníci sportu si můžou vybrat, jestli chtějí sledovat hokej nebo fotbal. Fanoušci esportu si mohou vybírat například mezi Counter-Strikem či League of Legends. Sledovat nejlepšího evropského hráče v zápase League of Legends Championship Series (zkr. LCS) může být stejně kvalitní zážitek jako pozorovat Ronalda v utkání Juventusu v rámci italské Serie A. Rozdíl je ale v tom, že pravidla fotbalového zápasu se skoro nikdy nemění. U esportů a obzvláště u League of Legends a evropské LCS dochází velice často ke změnám mohou běžného diváka odradit.

Důvodem pro výběr tohoto tématu je autorův zájem o esport a konkrétně EU LCS. V této soutěži dochází k neustále velkým změnám ať už k lepšímu či horšímu. Běžný divák, který nemá přehled o všech úpravách pravidel toho, za jakých okolností tým zvítězí, může být odrazen od sledování esportu v porovnání se sportem, který má jasně daná pravidla.

## 2 Cíl práce a metodika

Cílem této práce je zjištění, jakým způsobem určité faktory či rozhodnutí ovlivňují zájem diváků o sledování EU LCS/LEC. K dosažení výsledků této studie byly zapotřebí údaje o sledovanosti získány vlastním záznamem dat v období konání jarní části EU LCS 2018. Pro další statistiky byly využity údaje z období od roku 2017 do roku 2024 zveřejněné na webových stránkách Esports Charts, které se zabývají sledováním a zaznamenáváním statistik esportovních turnajů.

### Hlavní výzkumné otázky:

Jaký faktor má největší vliv na zájem diváků o sledování EU LCS/LEC?

Mají špatná rozhodnutí zásadní vliv na sledovanost?

Mají pravidelně publikované opravy hry dopad na sledovanost?

Daří se v oblasti průměrného množství diváků v porovnání s americkou verzí stejné soutěže?

Autor této práce předpokládá, že i přes mírnou nespokojenost diváků s rozhodnutími, které společnost Riot Games koná, nebude mít negativní vliv na sledovanost soutěže. Dalším předpokladem je, že nejdůležitějším faktorem ovlivňující zájem diváků o EU LCS/LEC jsou soutěžící týmy a jejich úspěch na mezinárodní poli.

Vzhledem k nižšímu povědomí o esportech v České republice, bylo pro ucelení práce využito výrazně více zahraničních zdrojů.

V rámci zpracování bakalářské práce bylo realizováno dotazníkové šetření sepsáno v anglickém jazyce, ve kterém dotázaní odpovídali, jak určité faktory ovlivňují jejich zájem o sledování EU LCS/LEC a jak jsou spokojeni s rozhodnutími společnosti Riot Games v souvislosti s touto soutěží. Tyto faktory byly vybrány autorem, jenž je pravidelným divákem soutěže, dle vlastního uvážení.

Otázky v dotazníku měly formu uzavřených odpovědí. Na Likertově škále respondenti odpovídali, do jaké míry zmíněné faktory mají vliv na jejich zájem o sledování soutěže a zda jsou s určitými rozhodnutími společnosti spokojeni.

Dotazník byl publikován na sociální síti Reddit, konkrétně na fóru dedikovaném hře League of Legends dne 11. září v roce 2020. Na dotazník odpovědělo celkem 202 respondentů.



### 3 Teoretická část

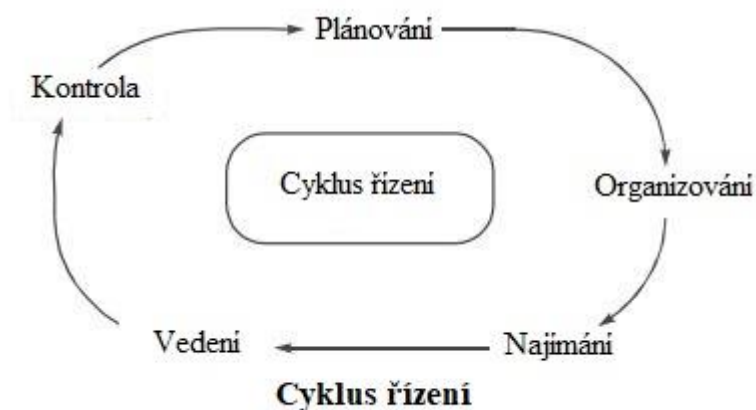
Teoretická část se zabývá pojmy spjatými s tématem práce. Pro jeho pochopení je nutné znát základní informace o esportu, streamovacích službách, soutěži evropské LCS respektive League of Legends European Championship (zkr. LEC), fungování a pravidlech hry, v které se soutěží. Je to důležité z důvodu, že společnost Riot Games koná manažerská rozhodnutí v oblasti změn soutěže i úprav v samotném softwaru. Oba případy mohou mít vliv na zájem diváků o sledování evropské LCS/LEC, což je předmětem zkoumání této práce.

#### 3.1 Management a manažerské rozhodování

Naidu a Krishna (2008) uvádějí, že schopnost řídit je důležitým aspektem všech úspěšných podniků včetně nadnárodních korporací, neziskových organizací, vládních institucí i lidských životů. K dosahování velkých podnikatelských cílů je zapotřebí více lidí s různými úkoly, dovednostmi, zkušenostmi a jejich efektivní organizaci a spolupráci. Každá společnost žije i umírá na základě managementu a jejich rozhodování (Naidu, 2008).

Podle Hálek (2017) můžeme managementem neboli řízením rozumět jako proces plánování, organizování, personalistiky, vedení a kontroly. Hlavními cíli tohoto procesu by měl být prosperující podnik a spokojený zákazník. V každém kroku managementu je potřeba uskutečňovat potřebná rozhodnutí manažerů k realizaci určitých úkolů. Veškerá rozhodnutí, ať se můžou zdát na první pohled nedůležitá, či nepatrná, mají vliv na chod organizace (Hálek, 2017).

Naidu a Krishna (2008) tvrdí, že řízení je neustálým cyklem, jehož součástí jsou aktivity plánování, organizování, najímání a vedení lidí a kontrola.



Obrázek 1 - Cyklus řízení

## **Plánování**

Podle Naidua a Krishny (2008) si v rámci tohoto článku cyklu řízení podnik stanovuje vlastní cíle, kterých chce dosáhnout, naplánovat takové akce, jež umožní organizace tyto cíle splnit. V plánu musí být stanoveno, jaké zdroje mají k dispozici a způsoby, kterými realizují plán (Naidu, 2008).

## **Organizování**

V této části managementu podle Naidua a Krishny (2008) dochází k určování struktury organizace a dosazování kompetentních lidí do strukturou vytvořených pozic. To umožní podniku a jeho zaměstnancům pracovat efektivně s přehledně danou hierarchií. Může docházet k formování divizí s jasnými úkoly, a které budou mít přiděleny zodpovídající manažery (Naidu, 2008).

## **Najímání a podpora lidí**

Dle Naidua a Krishny (2008) je nedílnou součástí tohoto cyklu přijímání kompetentních pracovníků na různé pozice v podniku, což také zahrnuje vytváření nových pracovních míst, zabezpečovat kariérní růst, zajistit zaučování nových pracovníků a další.

## **Vedení lidí**

Naidu a Krishna (2008) uvádí, že k tomu, aby podnik dosáhl svých cílů musí zajistit, že jejich zaměstnanci se také chtějí na tomto společném zájmu podílet, k čemuž je zapotřebí kvalitní komunikace, vedení a motivace. Dobrá komunikace zvyšuje efektivitu při práci napříč divizemi. Vůdci jsou schopni dirigovat a předávat konkrétní úkoly svým podřízeným a spolupracovníkům. Zaměstnanec, který své práci dává sto procent a záleží mu na tom, jak se podniku daří, je ideálním příkladem pro každou organizaci. Motivovat pracovníky lze ve formě financí jako bonusy, odměny či podíl ze zisku společnosti a mezi další nefinanční příklady lze řadit pochvaly, jistotu práce, možnost povýšení a další (Naidu, 2008).

## **Kontrola**

Podle Naidua a Krishny (2008) je poslední součástí cyklu řízení kontrola, která za pomoci měření a hodnocení sleduje, zda podnik pokračuje v plánu na dosažení svých stanovených cílů. V tomto kroku organizace na základě měření zjistí, jestli by neměli provést

určitě změny v různých činnostech podniku, které by vedly k lepším výsledkům v rámci příští kontroly (Naidu, 2008).

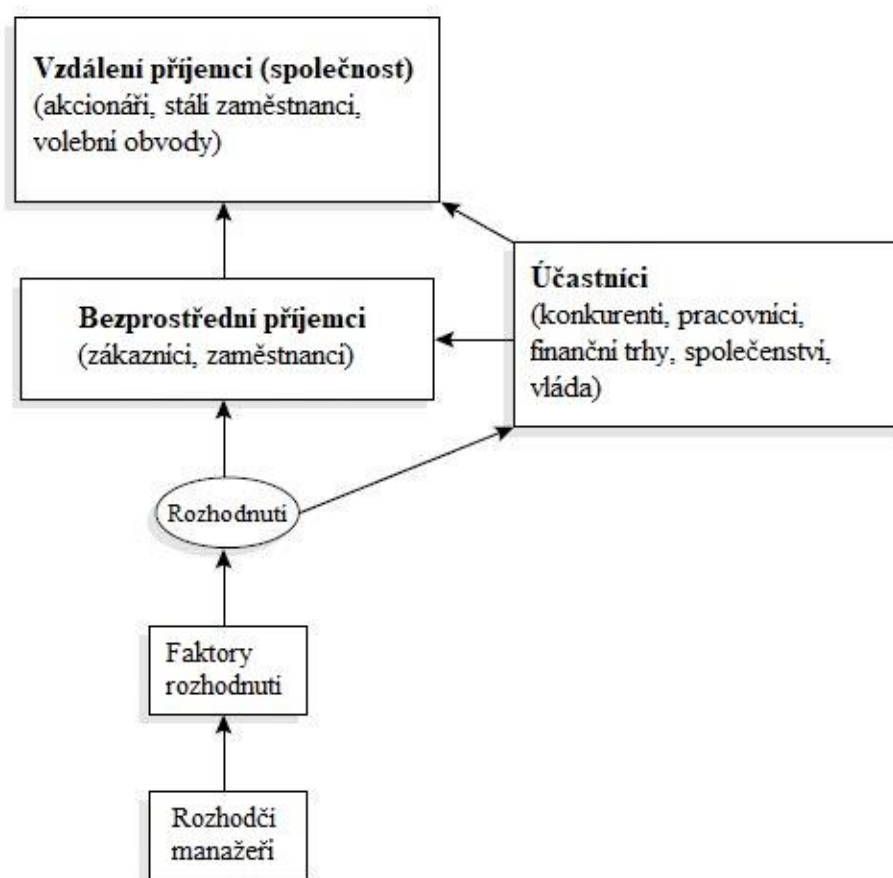
Yates (2003) tvrdí, že v každém kroku cyklu řízení manažeři různých úrovní činí určitá rozhodnutí, která mají vliv na chod podniku. „*Rozhodnutí je závazek k akci, která má přinést uspokojivé stavy věcí pro konkrétní strany zvané jako příjemci této akce.*“ (Yates, 2003)

Každé rozhodnutí se skládá z několika složek, jak uvádí Yates (2003). Jde o

- závazek vykonat akci
- úmysl
- příjemci rozhodnutí

Podle Yatese (2003) závazek vzniká společnou dohodou na určité akci mezi manažeři podílející se na řešení specifického problému. Úmysl nebo motivace čeho chtějí rozhodčí dosáhnout. Ať už se jedná o možnost získání nového sponzora a zvýšení příjmů společnosti či expanze podniku a vstup do nového trhu. Poslední složkou jsou příjemci rozhodnutí. Jde o subjekty, kterých se rozhodnutí týká a kdo z nich těží (Yates, 2003).

Rozhodnutí mají vliv na jejich příjemce, jak uvádí Yates (2003). Ti mohou podle něj být bezprostřední nebo vzdálení. Mezi bezprostřední příjemce patří například zákazníci či zaměstnanci. Podniky se v největší míře zabývají rozhodnutími souvisejícími s touto skupinou příjemců. Jedná se třeba o řešení problému se získáváním nových zákazníků anebo uspokojení jejich potřeb uvedením nového výrobku na trh. Tato akce bude mít vliv i na druhou skupinu příjemců. Mezi ně patří například vlastníci společnosti či akcionáři. V případě, že vykonané rozhodnutí mělo mezi zákazníky úspěch, budou z toho profitovat také vlastníci v podobě větších zisků (Yates, 2003).



*Obrázek 2 - Příjemci rozhodnutí*

Zdroj: Yates (2003)

## Proces řešení problému

Dle Plamínky (2008) se proces řešení problému sestává z několika po sobě jdoucích aktivitami od porozumění problému až po závěrečnou realizaci. Tyto aktivity jsou definování problému, analýza problému, generování možností, třídění, hodnocení, rozhodování a realizace (Plamínek, 2008).

K dobré definici řešeného problému a možnosti se posunout na další krok je podle Plamínky (2008) zapotřebí třeba zjistit o jaký druh problému se jedná a zda je vůbec ze své struktury řešitelný, jednoznačný, skutečný a na jaké úrovni řízení by se měl řešit

Jak dále Plamínek (2008) uvádí, je k analyzování problému nutné získat potřebná data a posoudit jejich vztahy a souvislosti, což řešitelům umožní rozpoznat dobrá a špatná řešení daného problému, čemuž dokážou pomoci takzvané modely reality, mezi něž patří teorie vitality, teorie omezení a pro organizace důležitý model balanced scorecard, který měří výkonnost podniku za pomoci čtyř ukazatelů: finanční ukazatele, zákazníci, interní obchodní procesy, učení a růst.

Dalším krokem je podle Plamínky (2008) generování možností řešení. Jednou z možností je skupinová práce v rámci aktivity brainstorming. Cílem je získat velké množství různorodých nápadů v poměrně krátkém čase. Tato činnost by se měla konat v příjemné a uvolněné atmosféře, kde jednotlivé příspěvky nejsou nijak zesměšňovány. Negativem této metody je kvalita navržených možností řešení. Systém 365 vychází z principu vytvoření skupinky lidí o 5 členech, kteří mají na práci 6 minut a musí se dohodnout na 3 nápadech a poté dojde změně složení skupinky. Podle Plamínky (2008) má tato metoda oproti brainstormingu promyšlený systém, který dokáže spolehlivě přinést výsledky. Výhoda další metody je, že je zcela anonymní a jde o infobanku. Všechny nápady se totiž píšou na malé lístky a ty se potom vhazují do připravené nádoby či krabice, ke které je neustálý přístup (Plamínek, 2008).

Podle Plamínky (2008) poté následuje třídění těchto nápadů na řešení, kdy nejdříve dojde k eliminaci nesmyslných nápadů, což může probíhat na základě konsensu manažerů. Plamínek dále uvádí (2008), že některá řešení si mohou být podobná, a proto se zbývající nápady musí utřídit a zamezit tak redundancím a poté se na základě požadovaných kritérií najdou ty nejvhodnější nápady.

Do další fáze procesu se dle Plamínky (2008) dostane závěrečná množina navrhovaných řešení, které se budou posuzovat na základě hodnotících kritériích. Hodnocení může být relativní nebo absolutní. V případě absolutního hodnocení není důležité pořadí možností, ale jak řešení vyhovuje kritériím. Zatímco při relativním hodnocení se vybírá ta nejlepší možnost v rámci pořadí (Plamínek, 2008).

Vyhodnocení má především pomocnou funkci, jak uvádí Plamínek (2008). Rozhodnutí je další částí tohoto procesu, za nějž jsou zodpovědní manažeři podniků. Styly

rozhodnutí jsou autoritativní (rozhoduje jednotlivec), participativní (rozhoduje skupina) a delegativní (rozhoduje externí subjekt). Mezi způsoby patří hlasování, hodnocení a konsensus. Poté dochází k realizaci řešení a závěrečnému vyhodnocení, zda se jednalo o úspěch či nikoliv (Plamínek, 2008).

## 3.2 Esport

*„Esport je forma sportu, kde primární aspekty sportu jsou umožněny elektronickými systémy.“* (Hamari, Sjöblom, 2017) Winnam (2016) zmiňuje, že v anglickém jazyce se esportům také říká „competitive gaming“ nebo „pro-gaming“ v Jižní Koreji. Podle Hamari a Sjöbloma (2017) jde zjednodušeně řečeno jde o soutěžení profesionálních a amatérských hráčů ve videohře. Zpravidla je dle Hamari a Sjöbloma (2017) esportem hra, ve které se pravidelně uskutečňují turnaje, kde v těchto soutěžích hráči zastupují určitou organizaci, se kterou podepsali kontrakt a ty pak bývají sponzorovány jinými obchodními organizacemi.

Podle Andrejkovicse (2016) se v oblasti tradičních sportů esportům nejvíce podobají tradiční šachy, neboť v obou případech se hráči snaží svého oponenta porazit připraveným taktickým plánem, znalostí soupeře a důvtipem. Obzvláště schopnost se rychle a správně rozhodovat, když to situace vyžaduje (Andrejkovics, 2016). Dalším podobným sportem jsou například šipky. Ani jedna aktivita nevyžaduje náročné fyzické pohyby, ale především vysokou koncentraci, dobré motorické schopnosti a koordinaci očí a rukou (Andrejkovics, 2018). Stejně jako v tradičních sportech, tak i tady jsou rozhodčí, kteří během zápasu sledují, jestli některý z týmů nepoužívá nedovolené prostředky poskytující nespravedlivou výhodu (Winnam, 2016).

Andrejkovics (2016) tvrdí, že na základě dovedností můžeme třídit jednotlivé esporty do různých kategorií, přičemž z nich jsou hry, které vyžadují od hráčů rychlé reakce a herní um, kam patří esporty jako Counter-Strike a Overwatch. Další kategorií podle Andrejkovicse (2016) jsou hry apelující na plánování a strategii, mezi které spadají hry League of Legends, Dota 2 a Heartstone. Podle Winnama (2016) jsou nejčastějšími esportovními žánry „first-person shooter“ (zkráceně FPS), „real-time strategy“ (zkráceně RTS), „fighting“ a „multiplayer online battle arena“ (zkráceně MOBA), jejímž hlavními představiteli jsou pro FPS Counter-Strike, pro RTS StarCraft, pro „fighting“ Tekken a pro MOBA League of Legends.

Aspektem, kterým se esporty odlišují od tradičních sportů jako basketbal, je podle Andrejkovicse (2016) v tréninku, protože zatímco se basketbaloví hráči v posilovacích soustředí na tvorbě svalové hmoty a zvyšování fyzické výdrže na běžícím pásu, esportovní hráči se zaměřují na zlepšení technických schopnostech, taktice a mentální připravenosti. Podle Andrejkovicse (2016) se esporty také odlišují věkem těchto atletů, neboť se odhaduje, že věkový průměr se pohybuje mezi 14 až 26 lety, což naznačuje, že profesionální kariéra esportovního hráče začíná ale i velice brzy i končí.

Winnam (2016) uvádí, že první videoherní turnaj se uskutečnil v roce 1972 ve Stanfordské univerzitě ve hře SpaceWar. Vítězem oné soutěže se stal Slim Tovar a Robert E. Maas v týmovém módu a Bruce Baumgart ve verzi „free-for-all“. V roce 1980 se pořádal turnaj ve hře Space Invaders a přilákal více než 10 tisíc hráčů. Šlo o jeden z prvních sponzorovaných turnajů na světě a byl organizován videoherní společností Atari. Profesionální hráč Dennis „Thresh“ Fong se v devadesátých letech minulého století stal slavným díky jeho dominantním úspěchům ve hře Quake. Po vítězství v turnaji v roce 1993 v Atlantě obdržel cenu v podobě červeného Ferrari 328. S technologickým pokrokem v oblasti internetu se scénu vynořily hry, které mohly být hrány online. Další novinkou se stala funkce „matchmaking“. Tento systém, který byl v roce 1996 integrován do her WarCraft a StarCraft od společnosti Blizzard, umožňoval náhodně vybraným hráčům hrát online proti sobě (Winnam, 2016).

Od té doby se mnohé změnilo. V roce 2013 sledovalo esport okolo 71,5 milionů lidí a z toho 32 milionů lidí sledovalo světový šampionát třetí sezóny v League of Legends (Warr, 2014). V roce 2018 sledovalo ten samý šampionát průměrně 46 milionů lidí současně. Ve stejném roce se konal turnaj ve hře Dota 2 s názvem The International 8, kde celková sledovanost přesáhla 66 milionů shlédnutí (Andrejkovics, 2018). Esport podle Winnama (2016) v posledních letech zažívá velký boom. Nejlepším příkladem je nárůst organizovaných turnajů. Zatímco v roce 2000 byla možnost se účastnit v 10 pořádaných turnajích, rok 2010 jich nabídl k vidění až 260 (Winnam, 2016). V roce 2015 bývalý hráč NBA Rick Fox koupil esportovní tým Gravity, který později hrál v americké LCS pod názvem Echo Fox (Soshnick, 2015). Major League Soccer ve spolupráci se společností EA Sports vytvořili esportovní ligu eMLS, kterou reprezentují skutečné fotbalové týmy ze zmíněné americké soutěže (Sarkar, 2018). Sheldon (2017) tvrdí, že esporty se dostávají do popředí většiny medií. Některé země dokonce oficiálně uznali esport jako opravdový sport, což pomůže profesionálním hráčům získat atletické licence. V roce 2017 byli touto zemí

Filipíny. Další země, které by podle Andrejkovicse (2018) mohly uznat esporty jako sporty jsou: Čína, Taiwan, Indie, Indonésie, Írán, Kazachstán, Jižní Korea, Spojené Arabské Emiráty, Vietnam, Thajsko, Finsko, Itálie, Rakousko, Dánsko, Norsko, Švédsko, Ukrajina, Egypt, Brazílie, Kanada, USA, Austrálie, Nový Zéland a další.

Winnam (2016) dále zmiňuje, že v současnosti jsou esporty stále na vzestupu. Rekordy ve sledovanosti jsou každým rokem překonávány a toho si všimly i známé korporace. Coca-Cola, Warner music, KitKat, Red Bull, Nissan, Nike, Puma, SK Telecom, KFC, T-Mobile, Audi, BMW a mnoho dalších organizací v současné době sponzorují pořádané turnaje nebo jednotlivé esportovní týmy (Winnam, 2016).

### **3.3 Esport a sport**

Esporty přinášejí neustálé změny a inovace, jak tvrdí Skogvard (2021). Tradiční sportu na druhou stranu zůstávají dlouho neměnné. Rozdíly jsou i v jejich diváckých základnách. Esporty jsou na očích především mladším ročníkům, zatímco tradiční sporty zajímá mnohem širší věkové spektrum lidí. Rozdíl je také ve faktorech, které hrají roli při konfrontaci soutěžících. Zatímco důležitým aspektem tradičních sportů jsou fyzické atributy jako svalová hmota či atletická zdatnost, tak pro esportovní hráče hlavní roli hrají reflexy a týmová práce (Skogvard, 2021).

Výjimkou jsou podle Skogvarda (2021) například motorsporty. Porovnávat fyzické požadavky jezdců a hráčů esportů stále nelze, ale co se týče psychických dispozic, tam se podobají už mnohem více. Reflexy a obrovská koncentrovanost jsou důležitými faktory, které rozhodují o vítězích a poražených (Skogvard, 2021).

Tradiční sportovní kluby se ve velké většině utkávají na lokální úrovni a pouze ti nejlepší ze svých zemí se následně setkají na mezinárodní scéně před celým světem, jak uvádí Skogvard (2021). Esporty se na této úrovni zpravidla nevyskytují. U většiny esportů se dá na velké mezinárodní akce kvalifikovat v rámci turnajů, kterých se můžou zúčastnit celky z celého kontinentu. Týmy z amerického kontinentu se kvalifikují v rámci amerického kvalifikačního turnaje a evropské v rámci toho evropského (Skogvard, 2021).

Podle Skogvarda (2021) zájem diváků o esporty neustále roste a v porovnání s tradičními sporty už nejsou tak pozadu, čemuž pomáhá i způsob, jakým mohou diváci živé přenosy z esportovních utkání sledovat, a to prostřednictvím platforem jako Youtube a



Twitch díky nimž mohou vstřebávat zážitky z právě konaného utkání přímo před sebou na monitoru počítače či televizi, kde kromě občasných reklam je přístup zcela zdarma.

Skogvard (2021) dále uvádí, že zpravidla pouze ti nejlepší sportovci si vydělají na živobytí nejvíce, jelikož atleti na nejvyšší úrovni jsou placeni mnohem lépe než ti o ligu níže a v esportech je to podobné, ale díky streamovacím službám si mohou hráči vydělat i více než jako profesionál. Vzhledem k povaze této aktivity není problém skloubit jak streamování, tak profesionální přístup k povinnostem svého esportovního týmu (Skogvard, 2021).

### **3.4 Riot Games**

Společnost Riot Games byla založena v roce 2006 v Kalifornii v Santa Monice. Jejími zakladateli jsou výkonný ředitel společnosti Brandon Beck a prezident firmy Marc Merrill, kteří se stali přáteli během jejich studia na univerzitě v Jižní Karolíně díky jejich společnému zájmu o videohry. Oba také nebyli spokojeni s tehdejší chování vývojářů, že nenaslouchají svým vášnivým hráčům a fanouškům a místo toho se soustředí na vývoj dalšího produktu. Za inspiraci si vzali asijské vývojáře. Ti byli známí tím, že nabízeli své produkty zadarmo (v anglickém jazyce se tomu říká „free-to-play“), aby nalákali nové hráče. Aby ovšem byl produkt výdělečný, tak obsahuje takzvané mikrotransakce. Jde o předměty a další úpravy poskytované v rámci té hry za malý poplatek. Většinou mají formu virtuálního předmětu nebo měny, které kupujícího určitým způsobem zvýhodňují. Zakladatelé Riot Games se tedy rozhodli pro systém „free-to-play“ s rozdílem, že dostupné mikrotransakce nebudou nákupčího žádným způsobem zvýhodňovat, neboť by to narušilo soutěživý aspekt hry, kdy jeden z hráčů s více disponibilními prostředky by měl výhodu proti někomu, kdo tyto prostředky nemá. V tradičních sportech by to vypadalo asi tak, že jeden ze sportovců si připlatí za to, aby mohl při běžeckém maratónu jet na kole. Proto se v Riot Games dohodli, že se mikrotransakce budou nabízet pouze ve formě kosmetických úprav (Crecente, 2019).

Cílem Merilla a Becka bylo vytvořit hru, která bude pravidelně upravována a vyvíjena a také bude fungovat jako esport. Tato hra se jmenuje League of Legends a dosud se jedná o jejich nejúspěšnější dílo v historii společnosti. Až v roce 2010 byla zahájena první kompetitivní sezóna. Společnost v roce 2012 zabudovala do hry funkci zvanou „spectator mode“, která umožnila fanouškům po celém světě sledovat zápasy živě. Úspěch Riot Games korunoval vstup obří čínské korporace Tencent do společnosti. Ta totiž získala

většinový podíl v roce 2011 za 231 milionů amerických dolarů a od roku 2015 je Riot Games ve vlastnictví čínské firmy kompletně (Winnam, 2016).

Jedním z problémů videoherního průmyslu je negativní a agresivní chování a verbální obtěžování hráčů jinými hráči při hře online. Riot Games tak vytvořili tým zvaný „player behavior team“ složený z psychologů, který měl za úkol bojovat proti útokům těchto agresivních hráčů. Zároveň umožnili funkci, jež sloužila k ignorování zpráv od hráčem vybraných uživatelů v otevřeném chatu (Crecente, 2019).

V současné době má společnost Riot Games více než 3000 zaměstnanců a 20 kanceláří po celém světě. Sídlo firmy mají ve Spojených státech amerických ve městě Los Angeles. Jejich dalšími produkty jsou hry League of Legends: Wild Rift, Legends of Runeterra, Teamfight Tactics, LoL Esports Manager a Valorant. Kromě vývoje a vydávání her se společnost také věnuje organizování soutěží a turnajů svých vlastně vydaných titulů. Mezi tyto soutěže patří League of Legends World Championship, Championship Series, European Championship (původně European Championship Series) a Mid-Season Invitational (Riot Games, c2022).

Společnost Riot Games již čelila řadě kontroverzí. Jedna vyústila z pohlavní diskriminace uvnitř společnosti, kdy několik z 28 současných a původních pracovníků tvrdilo, že ženské pracovnice jsou diskriminovány. Šlo o případy, kdy ženské zaměstnankyně s novými nápady, které byly ostatními spolupracovníky či nadřízenými ignorovány. Ty stejné nápady potom byly přijaty, když je předložili kolegové opačného pohlaví. Další výpovědí bylo, že ženské pracovnice sexuálně obtěžovány. Zaměstnanci Riot Games tato nařčení odmítali nebo tvrdili, že se už pracují na zlepšení jejich pracovního prostředí (D'Anastasio, 2018). V srpnu roku 2019 byla na Riot Games podána hromadná žaloba a došlo k dohodě o vyrovnání, které znamenalo, že společnost musí uhradit 10 milionů dolarů ženám, které tam v nejbližších 5 letech pracovali. Následně došlo k vyhodnocení, že původní částka je vzhledem k okolnostem nízká. Ke konečné rezoluci ještě nedošlo (Dean, 2019).

Další kontroverzí bylo prohlášení Riot Games, aby profesionální hráči a komentátoři nevyjadřovali jejich politické a náboženské názory během oficiálního přenosu. Šlo o reakci na událost, kdy profesionální hráč ve hře Hearthstone deklaroval svou podporu protestů v Hong Kongu (Grayson, 2019).

Na závěr se strhla lavina kritiky na Riot Games poté co oznámili, že novým sponzorem League of Legends European Championship (LEC) se stalo megaměsto NEOM nacházející se v Saudské Arábii (Webster, 2020).

Neom v arabštině znamená „budoucnost“ a podle toho vypadají také plány, které mají pro toto budoucí futuristické město. Mezi tyto plány patří například uměle vytvoření měsíc, pláže, které svítí ve tmě, létající taxíky, robotičtí ještěři ve stylu Jurského parku nebo robotičtí služebníci pro úklid domů místních obyvatel. S nápadem na vytvoření tohoto megaměsta přišel korunní princ Saudské Arábie, Mohammed bin Salman. Problém leží především v tom, kde se má město nacházet. Na plánovaném území totiž sídlí kmen Huwaitat. 20 000 členů tohoto kmene hrozí, že budou vystěhováni z jejich domovů. Jeden z členů kmene se vyjádřil, že město Neom je budováno na jejich krvi a kostech. (Michaelson, 2020)

Dalším důvodem, proč byla společnost Riot Games kritizována za přijetí projektu megaměsta NEOM jako sponzora, byl, že Riot Games veřejně podporuje hnutí LGBTQ, které se snaží potlačit diskriminaci lesbických, gay, bisexuálních, trans a queer osob, zatímco v Saudské Arábii být osobou LGBTQ je nelegální. Všichni členové štábu LEC vyjádřili svou nespokojenost s tímto rozhodnutím, a dokonce vyhrožovali stávkou. Po obrovské vlně kritiky se Riot Games rozhodli rozvázat spolupráci s megaměstem NEOM (Webster, 2020).

### **3.5 League of Legends**

League of Legends (zkráceně LoL) je jednou z nejpoblárnějších multiplayerových her současnosti (ActivePlayer, c2022) vytvořena společností Riot Games v roce 2009. LoL je zcela zdarma pro všechny, kdo mají zájem si tento produkt vyzkoušet. Příjmy získává z takzvaných mikrotransakcí, které žádným způsobem nezvýhodňují hráče. Jde o kosmetické doplňky jako jsou odlišné vzhledy hrdinů, avatary a ikony. Zakoupit lze i hrdiny v případě, že hráč nemá dostatek času k jejich zakoupení za virtuální měnu, kterou je možné získat pouze při hraní (Crecente, 2019).

Podstatou této hry je zničit základu soupeře neboli Nexus. Oba týmy po pěti hráčích jsou umístěny na symetricky strukturovanou mapu. Každý hráč kontroluje jednoho hrdinu. Na základě jeho výběru se hráč pohybuje po určité části mapy. V průběhu hry je možné nakupovat předměty pro ovládaného hrdinu za zlato, a tím zvýšit jeho sílu. Hráč také získává zkušenostní body a po každé dosažené úrovni je k dispozici dovednostní bod pro vylepšení

dovedností hrdiny. Týmy nejdříve musí zničit nepřátelské věže, aby se mohli dostat k soupeřově Nexusu. Jeho zničením tým vítězí (Robinson, 2020).

Po ukončení zápasu se všichni zúčastnění vrátí do lobby, ve kterém jsou k dispozici statistiky o utkání a nabízí se i možnost pochválit své spoluhráče. Hráči vítězného celku obdrží více virtuální měny (tzv. „blue essence“) než tým poražený (Chipteck, 2022). V případě, že se jednalo o kompetitivní zápas (tzv. „ranked“), vítězní hráči navíc získají body do žebříčku (Laserface, 2022).

### **3.6 Pojem patch**

Patch slouží jako oprava při vzniku softwarových problémů nebo pro vylepšení programu prostřednictvím nových funkcionalit a lepšího zabezpečení. Pro správný chod softwaru jsou tyto patche naprostou nutností (Posey, 2022).

Tato práce se zabývá patchem jako prostředkem pro vylepšení a úpravu programu. Úpravy v League of Legends mají za cíl buď pouze vybalancovat určité hodnoty nebo mohou zásadním způsobem zasáhnout do dynamiky hry. Vývojáři tak jsou schopni pomocí těchto úprav oživit zážitky ze hry, který hráči pociťují (League of Legends Wiki, c2022).

### **3.7 Pojem meta**

Metagaming nebo meta je pojem požívaný v kompetitivních hrách a je to akronym pro most efficient tactics available což znamená nejefektivnější možné taktiky. Když se v rámci esportů říká, že je něco meta, tak se tím myslí nejlepší způsob hraní, jak zvítězit (Ticak, 2017).

Tento pojem má vždy trochu jiný význam v závislosti na žánru hry. Například v bojových hrách je meta založená na postavách, které si hráči vybírají před zápasem. Některé postavy jsou silnější, a proto se jedná o nejlepší možnou strategii, jak zvítězit ještě před začátkem zápasu. V League of Legends je to podobné, kdy si hráči před začátkem utkání musí vybrat svou postavu či hrdinu. Každá postava má v závislosti na svých schopnostech a vlastnostech výhodu v určitých pasážích hry. Někteří hrdinové získávají na síle čím déle utkání probíhá, a naopak jsou tací, kteří jsou silnějšími v dřívějších minutách hry. To znamená, že pokud je délka jedné hry dlouhá, tak nejlepší možnou strategií je si vybrat hrdiny, kteří jsou silnější v pozdních pasážích hry. Meta se pravidelně mění vydáváním nových úprav. Pokud se herní vývojáři rozhodnou, že chtějí, aby zápasy měli

kratšího trvání, tak mohou vydat úpravu určitých hodnot u jednotlivých hrdinů či jiných aspektech hry. Tyto změny mají zpravidla předpokládané důsledky. Někdy se ale stane, že i nepatrná úprava hry naprosto neočekávaně změní, jak nejefektivněji zvítězit (Newell, 2018).

### **3.8 Sociální média**

Sociální média jsou virtuálním místem využívané jako platforma pro komunikaci s propojení s ostatními uživateli. V oblasti obchodu se ale také jedná o místo, kde je možné propagovat vlastní značku a výrobky (Henderson, 2020). V roce 2021 téměř každý 7 Američan z 10 využíval nějaké sociální médium. Mezi ty nejpoblárnější platformy patřily Youtube a Facebook (Auxier, Anderson, 2021).

V porovnání s jinými formami reklamy a propagace má toto místo výhodu v interakci a velmi osobním kontaktu s uživateli a potencionálními či již existujícími zákazníky. Další výhodou je schopnost rychle reagovat na vývoj událostí ať už v oblasti trhu nebo sdílení podpory komunitám v případě tragické příhody. A hlavním důvodem, proč jsou sociální média tak důležitá je obrovské množství lidí, kteří tyto služby využívají. V případě, že chce organizace jít s dobou, musí do této oblasti marketingu investovat (McDonald, 2020).

### **3.9 Streamovací služby**

Živé přenosy esportů se v drtivé většině případů dají sledovat prostřednictvím streamovacích služeb. Dle definice jde stream popsat jako tok dat, který je přenášen od zdroje vysílání ke koncovému uživateli. Může se jednat o audio či video formát (Gillis, 2021).

Mezi největší zprostředkovatele živých vysílání esportů patří služba Twitch a Youtube. Dále stojí za zmínku i platformy Mixer a Facebook (Bryan, 2022).

#### **Twitch**

Twitch je velice populární streamovací služba zaměřená především na vysílání videoher a esportů. Twitch vznikl z původní streamovací platformy justin.tv, která vznikla v roce 2005. Zakladatelem byl Justin Kan (Cook, 2014). V roce 2014 byla služba zakoupena Amazonem za 970 milionů dolarů (Kim, 2014). Twitch patří mezi 30 nejnavštěvovanějších stránek na světě (Similarweb, 2022).

## Youtube

V červenci roku 2022 byla webová adresa youtube.com druhou nejnavštěvovanější adresou na světě. Před Youtube se na prvním místě umístil Google. Na třetím, čtvrtém a pátém místě se nacházely sociální sítě Facebook, Twitter a Instagram. (Similarweb, 2022). Jde o službu, která umožňuje kreativním tvůrcům sdílet svá videa s ostatními uživateli stránek. Tvůrci mají také možnost streamovat prostřednictvím této platformy. Youtube se v porovnání se službou Twitch nevěnuje pouze videohram a esportu, ale zabývá se i vysíláním tradičních akcí (Moreau, 2020).

### 3.10 European League of Legends Championship Series (EU LCS/LEC)

European League of Legends Championship Series respektive League of Legends European Championship je profesionální esportovní soutěž v počítačové hře League of Legends pořádaná každý rok už od roku 2013. Soutěž se pravidelně odehrává v Německu a skládá se z jarní a letní části. Jarní část zpravidla začíná v lednu a končí v dubnu, zatímco letní část začíná v červnu a končí na přelomu srpna a září. Všechny zápasy této soutěže jsou vysílány na streamovacích službách Twitch a Youtube v několika různých jazycích včetně češtiny. O organizaci se první dva ročníky starali společnosti Riot Games a ESL (Electronic Sports League) a od roku 2015 si Riot Games převzali produkci a řídí soutěž sami (Susanto, 2021).

Do prvního ročníku EU LCS v roce 2013 se týmy dostali skrze kvalifikaci a do finální podoby soutěže se dostalo 8 týmů. Ty potom po dobu deseti týdnů hrály zápasy každého s každým čtyřikrát. Každý z těchto zápasů se hrál na jednu vítěznou hru. Jde o formát zvaný „Best of 1“ (neboli Bo1). Po odehrání všech zápasů bylo určeno konečné pořadí, které rozhodlo o týmech postupujících do vyřazovací fáze (neboli „playoffs“) a týmech hrající o udržení v soutěži (neboli „promotion“). Pořadí bylo určeno podílem vítězství ku porážkám a poté podle celkového počtu vítězství. V případě, že by dva týmy po všech odehraných zápasech měli stejný záznam v počtu vítězství a porážek, byla by tato shoda rozuzlena na základě jejich společných zápasů (neboli „Head to head record“). Pokud by i nadále trvala shoda byl by nařízen rozhodující zápas mezi těmito dvěma týmy. Celky, které se po všech odehraných zápasech nacházely na prvních 6 místech v tabulce, postoupily do playoffs. První dva týmy se dostaly přímo do semifinále, zatímco třetí a šestý tým, respektive čtvrtý a pátý tým musely nastoupit v těchto dvojicích proti sobě už ve čtvrtfinále. Vítěz ze zápasu

mezi čtvrtým a pátým celkem postoupil do semifinále, kde se potom utkal s týmem, který skončil na prvním místě v tabulce a vítěz z druhého zápasu čtvrtfinále vytvořil semifinálovou dvojici s týmem na druhém místě. Nakonec se vítězové semifinálových zápasů utkali ve finále a poražení v boji o třetí místo. Odměna v podobě 100 tisíc dolarů se rozprostřela mezi první čtyři týmy po playoffs. Vítěz dostal 50 tisíc, druhý finalista 25 tisíc, tým na třetím místě 15 tisíc a čtvrtý tým 10 tisíc (Leaguepedia, c2022).

## **Rebrand**

Vedení evropské LCS se poprvé od svého založení rozhodlo k velkému kroku, a to k „rebrandu“ této soutěže. Od sezóny 2019 se tak název soutěže změnil na League of Legends European Championship. Společnost Riot Games se tedy spojila s firmou DesignStudio, která má také na svědomí rebrand anglické fotbalové nejvyšší soutěže Premier League a největší fotbalový turnaj v Evropě, UEFA Champions League. Kromě jména došlo tedy i ke grafické proměně loga a studia, ve kterém se zápasy konají. Navíc znovu došlo ke změně formátu. Tentokrát šlo o úpravu playoffs fáze, jež je unikátní ve srovnání s ostatními ligami. Tento krok tak vedl k osamostatnění evropské divize LCS od té americké, což přidává těmto soutěžím na jedinečnosti. Už nejsou stejným produktem s lehce odlišným nádechem, ale svým vlastním unikátem (Summers, 2019).

Od roku 2013 se formát soutěže EU LCS/LEC pravidelně měnil. Její podoba pro sezónu 2022 je následovná:

- 10 účastnících týmů;
  - sezóna je rozdělená na jarní část a letní část;
  - každý hraje s každým dvakrát;
  - k vítězství v zápase potřebuje tým porazit svého soupeře pouze jednou (Bo 1);
  - nejlepších 6 týmů se kvalifikuje do vyřazovací části;
  - pro poslední 4 soutěžící celky jarní nebo letní část sezóny končí;
  - vítěz playoffs v jarní části sezóny se kvalifikuje na druhý největší mezinárodní turnaj v League of Legends, Mid-Season Invitational
  - vítěz playoffs v letní části sezóny, druhý finalista, tým, který skončil již v semifinále a celek, jež vypadl ještě o kolo dříve, se kvalifikují na největší mezinárodní turnaj v League of Legends, World Championship.
- (Leaguepedia, c2022)

Evropská LCS v roce 2018 poprvé od svého vzniku odstoupila od sestupování týmů z nejvyšší soutěže. Celky na posledních pozicích se už nemusí obávat, že by přišli o pozici v nejprestižnější lize v Evropě. V roce 2019 došlo ke „zfranzizování“ evropské LCS po vzoru svého amerického protějšku. Organizace, které chtěly být součástí „zfranzizované“ ligy musely podat žádost a vyčkat na odpověď od společnosti Riot Games (Wolf, 2017).

### 3.11 Co-streaming

Podle streamovací platformy Twitch (2023) co-streaming umožňuje tvůrcům digitálního obsahu sdílet na svém vlastním kanále vysílání někoho jiného a tvůrci, tak mohou své vlastní komunitě zobrazovat cizí obsah a komentovat ho v případě, že má svolení od vlastníka. Dříve měl co-streaming trochu jinou podobu. Pokud chtěli tvůrci v rámci vlastního vysílání sdílet své komentáře a poznámky na přímý přenos nějaké esportovní soutěže, mohli zobrazovat pouze čas právě hraného utkání, jak uvádí Muñoz (2023). Diváci tak museli mít zároveň spuštěný přenos dané soutěže a synchronizovat ho s časem zobrazeným na kanále tvůrce, aby věděli, na co reaguje. Pro pohodlnější způsob synchronizace byl například vyvinut nástroj LiveViewSync. Muñoz (2023) dále zmiňuje, že v roce 2020 k příležitosti konání mezinárodního esportovního turnaje Worlds 2020 ve hře League of Legends oznámil populární španělský tvůrce Ibai Llanos co-stream zvaný „Radio Worlds“. I přestože diváci museli synchronizovat vysílání turnaje s vysíláním „Radio Worlds“, dokázal tento co-stream přitáhnout téměř 200 000 diváků. Vzhledem k rostoucí popularitě těchto přenosů, se někteří organizátoři rozhodli začít udělovat povolení vybraným tvůrcům vysílat oficiální přenos soutěží na jejich vlastních kanálech. Společnost Riot Games začala udělovat povolení už v roce 2018 k příležitosti kvalifikačního turnaje v americké LCS a turnaje Rift Rivals (Muñoz, 2023).

Na začátku roku 2023 Riot Games oznámili první partnery, kteří mohou co-streamovat LEC. Těmito partnery se staly organizace Team Heretics a KOI, jejichž týmy byly součástí soutěže. Zatímco Team Heretics vysílali na svém vlastním Twitch kanále, tak KOI vybrali pro co-streamování přenosu kanál Ibaie Llanose (LolSports, 2023). Během prvního zápasu KOI dosáhl jejich stream v jeden moment více než 100 000 současně sledujících diváků (Ciocchetti, 2023).



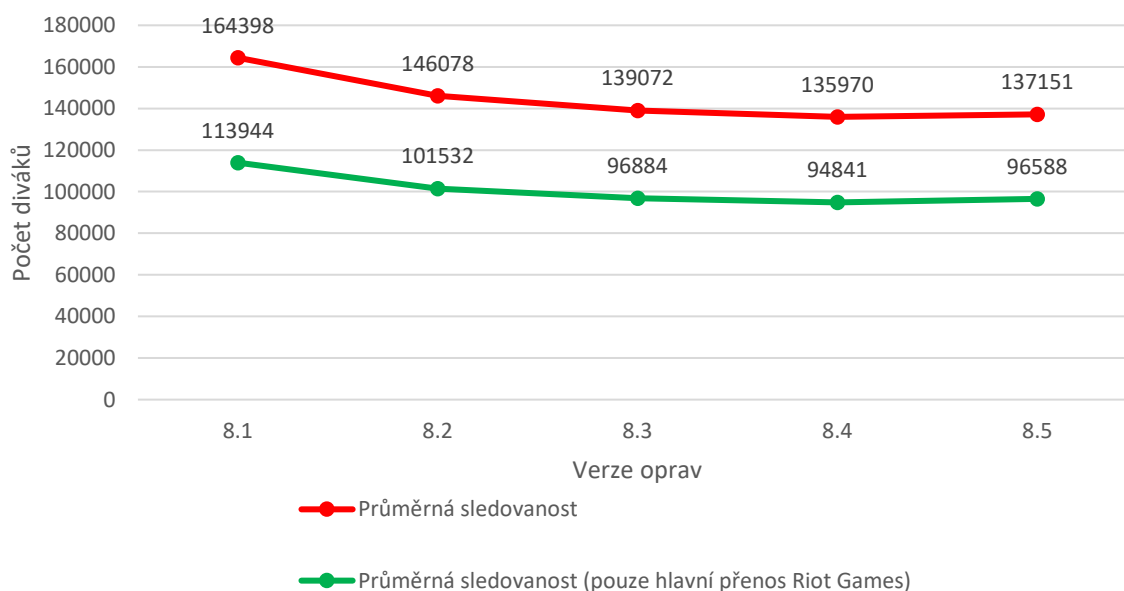
## 4 Praktická část

Na základě dat z dotazníku, na který odpovědělo **202 osob**, bylo zjištěno, že většina respondentů byli **muži** (87,6 %). Téměř polovina dotázaných byli v období vyplnění dotazníku ve věku **21 až 25 let** (48 %). Druhá nejpočetnější věková skupina byla v rozmezí od **16 až 20 lety** (24,3 %) a třetí od **26 až 30 lety** (19,3 %). Nejméně početné byly ty nejmladší a nejstarší věkové skupiny.

Téměř všichni dotázaní sledují LEC pravidelně. Ti v průměru sledují **2,99 zápasu** každý hrací den s tím, že nejpočetnější skupina (29,2 %) odpověděla, že pravidelně sledují 3 zápasy za jedno vysílání. Druhá skupina (18,8 %) tráví u vysílání ještě delší dobu. Ti odpověděli, že se dívají na všech 5 utkání každý živý přenos.

### 4.1 Sledovanost při vydání nového patche

Každé vydání nového patche mění dynamiku hry (odlišná meta) ať už ve smyslu její časové délky či způsobů, jak dosáhnout vítězství. To může mít pozitivní nebo naopak negativní vliv na atraktivitu sledování zápasů EU LCS/LEC. Proto se tato část práce zaměřuje právě na tyto patche a jejich rozdíly ve sledovanosti. Sledované období je jarní sezóna EU LCS 2018.



*Graf 1 - Průměrná sledovanost EU LCS 2018 jarní sezóna při různých verzích oprav*

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvyšší sledovanost EU LCS v jarní sezóně 2018 zaznamenala v době, kdy týmy hrály s patchem 8,1 tedy v době prvního a druhého víkendu soutěže. Zápasy trvaly v průměru skoro 40 minut a v průměru bylo poražených hrdinů nejméně za celou dobu trvání jarní sezóny. Na začátku soutěže jsou fanoušci evropské LCS nadšení a zvědaví, co nová sezóna přinese. Postupně ale začne zájem opadat. Důvodem proč v prvních dvou víkendech je menší počet poražených hrdinů v porovnání s následujícími víkendy může být počáteční nervozita a opatrnost soupeřících týmů. Poslední víkend znamenal pro jarní sezónu EU LCS 2018 mírné zvýšení ve sledovanosti kvůli tomu, že se blíží konec soutěže.

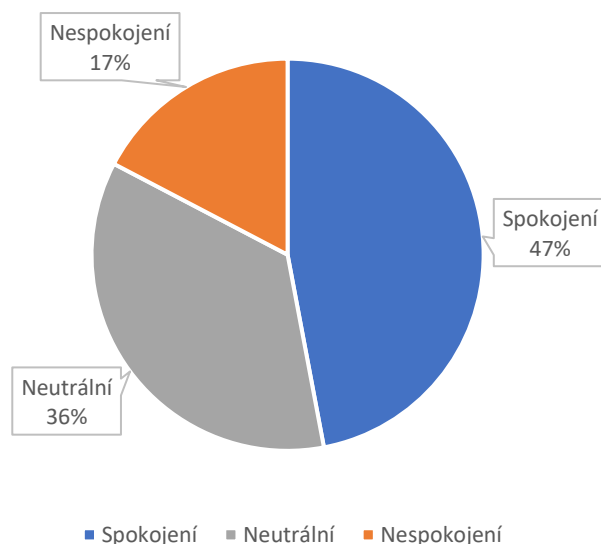
*Tabulka 1 - Průměrná délka zápasu a počet poražených hráčů při různých verzích oprav*

Zdroj: Vlastní zpracování

<b>Patch</b>	<b>Průměrná délka zápasu (v minutách)</b>	<b>Průměrný počet poražených hráčů za zápas</b>
8.1	39,87	17,6
8.2	41,03	19,3
8.3	37,62	20,3
8.4	38,52	19,1
8.5	36,46	22,4

Patche, které vývojáři a management aplikují v době, kdy probíhá některá z profesionálních soutěží v League of Legends, nemají velký vliv na změnu v atraktivitě zápasů, a tak nemá ani vliv na sledovanost EU LCS. V tomto případě se ovšem jedná o malé úpravy v herních mechanismech. V době, kdy žádná ze soutěží neprobíhá se vývojáři snaží pravidelně publikovat velké úpravy, které mohou mít zásadní vliv na dynamiku zápasů, a právě tyto změny už mají schopnost diváka navnadit či odradit od sledování profesionálních zápasů.

Většina dotázaných osob (**111**) v otázce, jestli má meta vliv na jejich zájem sledovat LEC vysílání, souhlasila. Dalších 45 lidí měli na tento faktor neutrální postoj. Ještě více lidí (**72**) mělo stejný pohled na to, jestli jsou spokojeni s tím, jak Riot Games mění tento aspekt hry. Nejpočetnější skupina **76** dotázaných je ovšem spokojena s těmito změnami, které ovlivňují délku a dynamiku zápasů.



**Graf 2** - Spokojenost lidí s rozhodnutími Riot Games na změny dynamiky hry

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.2 Rozhodnutí o změně formátu základní sezóny

Formát soutěže EU LCS se poprvé dramaticky změnil v roce 2016 v letní části sezóny, kdy se vedení tohoto profesionálního turnaje rozhodlo pro úpravu, jakým způsobem se týmy mezi sebou utkají. Z původní formy „nejlepší z jednoho“ (neboli Bo1) se změnila na „nejlepší ze dvou“ (neboli Bo2). Z toho důvodu byl také zaveden bodový systém, který týmům vítězných v obou hrách přidělil 3 body, týmům, které spolu hráli nerozhodně přidělil 1 bod pro každého a pro poražený tým žádný. Tento systém měl tak pomoci kvalitnějším týmům v případě, že je v prvním dějství soupeř zaskočil, dát možnost se adaptovat a získat tak alespoň 1 bod (Lolesports, 2015).

V následujícím roce došlo k další změně, kdy se formát upravil z „nejlepší ze dvou“ (Bo2) na „nejlepší ze tří“ (Bo3). V době, kdy v evropské LCS bylo zavedené Bo2 v americké verzi LCS se hrálo stylem Bo3. Tehdy šlo o fázi testování, a nakonec došli k rozhodnutí, že aplikují stejný formát i v evropské verzi s tím rozdílem, že byl přenos rozdělen do tří hracích dnů. Oproti Bo2 nemohlo dojít k nerozhodnému výsledku, a tak kvalitní týmy v případě zaváhání v jedné ze střetnutí měly možnost uzmout vítězství pro sebe (Moser, 2016).

Pro rok 2018 si vedení připravilo další změnu, a to navrácení k Bo1 po neúplně vydařeném přechodu k Bo3. Kromě této změny také došlo k zrušení EU Challenger Series. Šlo o soutěž o jednu úroveň níž, do které celky v případě nedostatečných výkonů ze sezóny

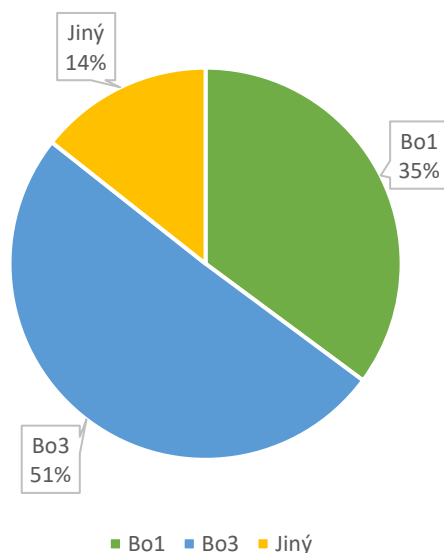
mohly sestoupit. Tento turnaj byl nahrazen soutěží zvanou European Masters. S největší evropskou ligou ale už nemá žádnou spojitost (Lolesports).

**Tabulka 2 - Průměrná sledovanost EU LCS a LEC v letech od 2017 až 2022**

Zdroj: Esportscharts (c2024)

Sezóna	Průměrná sledovanost
EU LCS Jaro 2017	139 018
EU LCS Léto 2017	103 383
EU LCS Jaro 2018	153 756
EU LCS Léto 2018	117 545
LEC Jaro 2019	207 887
LEC Léto 2019	177 206
LEC Jaro 2020	229 711
LEC Léto 2020	301 165
LEC Jaro 2021	309 951
LEC Léto 2021	242 666
LEC Jaro 2022	270 749

Lidé v rámci dotazníkového šetření odpovídali na otázku, jaký je jejich nejoblíbenější formát soutěže. Překvapivě více než polovina dotázaných (**50,5 %**) nejraději sleduje formát Bo3, který byl využíván v EU LCS v roce 2017. 71 lidí (**35,1 %**) preferuje formát Bo1. Tohle je zajímavé zjištění, neboť dle statistik o sledovanosti došlo ke zvýšení počtu diváků sledujících vysílání poté, co se soutěž vrátila k původnímu formátu z Bo3 na Bo1 v roce 2018. Zbýlých 29 dotázaných preferuje jiný formát jako Bo2 a další.



**Graf 3** - Nejoblíbenější formát soutěže diváků

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3 Rozhodnutí o změně formátu playoffs

V roce 2017 a 2018 byl formát playoffs stejný. Kvalifikovalo se šest týmů a první dva byly nasazeny přímo do semifinále. V roce 2019 se Riot Games rozhodli ke změně. Opět se kvalifikovalo šest týmů, ale tentokrát se první dva týmy utkaly ve druhém kole playoffs. Vítězný tým šel přímo do finále a poražený hrál s vítězem mezi zbývajících celky o postup do finále. V roce 2020 se vyřazovací část hrála stylem dvou eliminací. Poražený tým z vítězné části playoffs se musel probíjet do finále skrze poražené části playoffs.

Formát playoffs má podle dotázaných vliv na jejich zájem o sledování živého přenosu LEC, neboť **47,5 %** lidí s tím vyjádřením souhlasilo. Většina dotázaných také odpověděla, že jsou s rozhodnutími společnosti Riot Games ohledně změn formátu playoffs spokojeni. Celkem 140 lidí zmínili, že jsou spokojeni nebo velmi spokojeni se zmíněnými změnami.

### 4.4 Rebrand z EU LCS na LEC

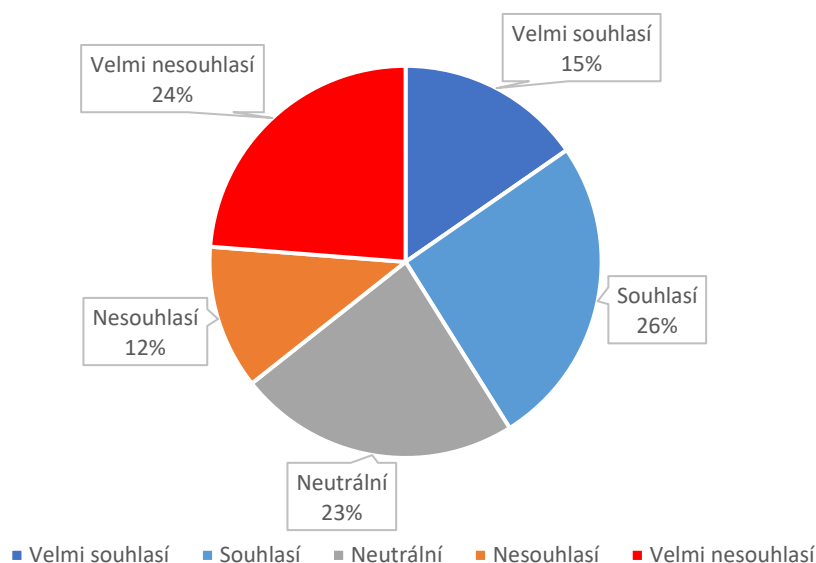
Rok 2019 přinesl nejen změnu názvu soutěže, ale i loga, tradičních barev, grafiky a celého vysílání. Do roku 2018 se evropská LCS od té americké lišila pouze v místě, kde se soutěž odehrávala a účastnícími týmy. Zatímco americká LCS od té doby víceméně stagnuje,

tak LEC každým rokem překonává své vlastní rekordy. Pro porovnání se stačí podívat na sledovanost EU LCS Spring 2018 (před rebrand) a LEC Spring 2019 (po rebrand).

Průměrné množství diváků:

- EU LCS Jaro 2017: **139 018**
- EU LCS Jaro 2018: **153 756 (Před rebrand)**
- LEC Jaro 2019: **207 887 (Po rebrand)**
- LEC Jaro 2020: **229 711**

V rámci dotazníku respondenti odpovídali, jestli má specifický styl vysílání ať už se jedná o grafické zpracování, práce komentátorů a další změny, které vyšly z nového „brandingu“, má vliv na jejich zájem o sledování vysílání a také jestli jsou spokojeni s těmito změnami vycházející z rozhodnutí k tomuto kroku. V rámci této otázky se názory na vliv tohoto faktoru značně lišili.



**Graf 4** - Vliv „brandingu“ na zájem o sledování přenosu LEC

Zdroj: Vlastní zpracování

Největší skupina dotázaných (**41 %**) souhlasí, že způsob, jakým se vysílání soutěže prezentuje má vliv na jejich zájem o sledování. Skupina, která s tímto vyjádřením nesouhlasí (**35,6 %**), se vůči tomu ohradila více, neboť většina z nich s tímto názorem vyjádřila velký nesouhlas.

Na druhou stranu, když měli dotázaní odpovědět na to, jestli jsou s novým rebrandem spokojeni, tak rozdíl mezi těmi, kteří s tímto vyjádřením souhlasili a nesouhlasili, je veliký.

Většina lidí (52 %) je spokojena s novou vizáží LEC. Zatímco pouhých 19 dotázaných (9,4 %) vyjádřili s tímto rozhodnutím rebrandu nespokojenost. Ostatní mají vůči novému „brandingu“ neutrální postoj.

#### **4.5 Získávání nových sponzorů**

Poté co došlo k významné změně z EU LCS na LEC, tak společnost Riot Games se výrazně začala zabývat získáváním nových sponzorů pro jejich vysílání. Společnost Warner music začala sponzorovat LEC a umožnila jim používat jejich hudbu v rámci živých přenosů. Společnost KitKat zase sponzoruje vysílání při technických přestávkách. Velký vliv na diváky to ovšem nemělo. Problém nastal, když Riot Games oznámili spolupráci s megaměstem NEOM. Šlo o fatální rozhodnutí, kdy manažeři při hodnocení jejich možností řešení nebrali vůbec v potaz reakci lidí. Komentátoři vyhrožovali stávkou a Riot Games museli z dohody odstoupit. Tímto rozhodnutím si poškodili svou image před veřejností a také obchodní vztahy se Saúdskou Arabskou stranou. Na sledovanost soutěže to ovšem nemělo vliv.

Dotázané osoby odpovídali, zda nový sponzor má vliv na jejich zájem o sledování LEC a drtivá většina se shodla na tom, že nemá. Celkem 160 z 202 lidí (79,2 %) s tím, že většina z nich velmi nesouhlasila, že by tento faktor měl na ně vliv.

Když se měli dotazovaní vyjádřit, jestli s rozhodnutími o získaných sponzorech jsou spokojeni či ne, tak nejpočetnější skupina (59,4 %) stanovila neutrální postoj vůči těmto rozhodnutím.

#### **4.6 Vliv týmů na sledovanost**

Týmy, které jsou součástí LEC pro sezónu 2022:

##### **G2 Esports**

Je to španělská organizace a jedna z největších ve sféře esportu sídlící v Berlíně v Německu. Byla založena v roce 2014 a jejími zakladateli jsou Jens Hilgers a Carlos „Ocelote“ Rodriguez, který je zároveň bývalým profesionálním hráčem v League of Legends a byl součástí konkurenčního týmu SK Gaming. G2 spolupracuje se známými obchodními partnery jako jsou BMW, Red Bull, Logitech, Mastercard a další (G2 Esports, c2022).

G2 se kvalifikovali do EU LCS/LEC v roce 2016 v rámci jarní části sezóny. Hned v jejich premiérové účasti se stali vítězi této soutěže. Celkem dokázali vyhrát EU LCS/LEC sedmkrát, navíc jednou zvítězili v mezinárodním turnaji MSI v roce 2019 a ve stejném roce se dostali do finále World Championship, kde byli poraženi čínským týmem FunPlus Phoenix. Nejznámějším hráčem tohoto týmu je Rasmus Borregaard „caPs“ Winther Perković pocházející z Dánska (Leaguepedia, c2022).

Kromě League of Legends má organizace G2 Esports také tým v esportech Counter-Strike: Global Offensive (zkr. CS:GO), Rainbow Six Siege, Fortnite, Valorant, Rocket League a iRacing (G2 Esports, c2022).

## **Fnatic**

Profesionální esportovní organizace založena v roce 2004 se sídlem v Londýně. Zakladateli jsou Sam Mathews a Anne Mathews. Svůj tým mají také ve hrách Dota 2, FIFA, CS:GO a další. Stejně jako G2 Esports dokázali vyhrát EU LCS/LEC sedmkrát a jsou součástí této soutěže již od jejího vzniku v roce 2013. Jako jediný evropský tým vyhráli World Championship v roce 2011, což byl první ročník tohoto turnaje (Carriço, 2021). Hlavními obchodními partnery organizace jsou také AMD, BMW a ASOS. Pro české fanoušky je nejznámějším hráčem Marek „Humanoid“ Brázda (Fnatic, c2004-2022). League of Legends není jediný esport, kde měla organizace obrovský úspěch. Ve hře CS:GO měla jeden z nejdominantnějších týmů v historii. Jako první tým dokázali vyhrát největší turnaj v tomto esportu dvakrát po sobě a nakonec zůstali na čele světového žebříčku dva po sobě jdoucí roky (Carriço, 2021).

## **SK Gaming**

Esportovní organizace se sídlem v Německu byla založena již v roce 1997. Své kanceláře mají ve městech Kolín nad Rýnem a Berlíně. Mezi jejich sponzory patří například společnosti Deutsche Telekom, Mercedes-Benz, REWE či Western Digital (SK Gaming, c2022). Mají také týmy, které působí ve hrách FIFA, Hearthstone, Paladins a Rainbow Six Siege. V EU LCS figurovali už dříve, ale v roce 2015 ztratili své místo v soutěži po vyřazení soupeřem G2 Esports. Zpět se vrátili v roce 2019 v rámci franšizování soutěže. Nejznámějším hráčem je Erik „Treatz“ Wessén ze Švédska (Leaguepedia, c2022).

## **Excel Esports**



Mladá organizace založena v roce 2014 se sídlem ve Velké Británii. Zakladateli jsou bratři Joel a Kieran Holmel-Darby. League of Legends divizi vytvořili dříve, než získali účast v nejvyšší evropské soutěži tohoto esportu a to v roce 2015. Do LEC se dostali až v roce 2019 v rámci franšizování. Nejznámějším hráčem Patrik Jírů z České republiky (Leaguepedia, c2022).

### **MAD Lions**

Jedná se o španělskou esportovní organizaci vlastněnou společností OverActive Media Kromě League of Legends mají také tým ve hře CS:GO, FIFA a Clash Royale. Původně se tento tým jmenoval Splyce, ale v roce 2020 se rozhodli pro změnu ve prospěch MAD Lions. Soutěž LEC dokázali vyhrát v jarní i letní části sezóny v roce 2021. Tehdy v týmu působili také dva čeští hráči Marek „Humanoid“ Brázda a Matyáš „Carzzy“ Orság. Nejznámějším současným hráčem je Yasin „Nisqy“ Dinçer z Belgie (Leaguepedia, c2022).

### **Misfits Gaming**

Tato esportovní organizace byla založena v roce 2016 a sídlí v jižní Floridě. V tom samém roce se dokázali kvalifikovat do EU LCS. Zakladatelé jsou Ben Spoot, Laurie Silvers a Mitch Rubenstein. Nejznámější hráčem je Vincent „Vetheo“ Berrié z Francie. V týmu také působí Matúš „Neon“ Jakubčík ze Slovenska (Misfits Gaming, c2022).

### **Rogue**

Organizace sídlící ve Spojených státech amerických byla založena v roce 2016 a je ve vlastnictví skupiny ReKTGlobal. Také tento tým se dostal do LEC v rámci franšizování v roce 2019. Nejznámějšími hráči týmu jsou Emil „Larsen“ Larsson ze Švédska a Andrei „Odoamne“ Pascu z Rumunska (Leaguepedia, c2022).

### **Team Vitality**

Profesionální esportovní organizace založena v roce 2013 se sídlem ve Francii jejíž zakladateli jsou Fabien Devide a Nicolas Maurer. Prominentní jsou také v jiném esportu a to je především CS:GO. (Team Vitality, c2022) Do EU LCS se dostali v roce 2015 poté, co koupili místo od jiného týmu. Nejznámějším hráčem je Luka „Perkz“ Perković z Chorvatska, který dříve úspěšně působil v týmu G2 Esports. V tomto celku je i česká stopa a tou je Matyáš „Carzzy“ Orság (Matthiesen, 2022).

### **Team BDS**

Tým BDS je esportovní organizace založena v roce 2018 v Ženevě, ve Švýcarsku. Kromě League of Legends se také účastní soutěží ve hrách Valorant, Rocket League, FIFA, Rainbow Six Siege, Fortnite a Trackmania. Tato organizace zažila esportovní úspěchy především ve hrách Rocket League a Rainbow Six Siege. Do soutěže LEC se dostali v roce 2022 po odkoupení místa od organizace Schalke 04 (Biazzi, 2021).

### **Astralis**

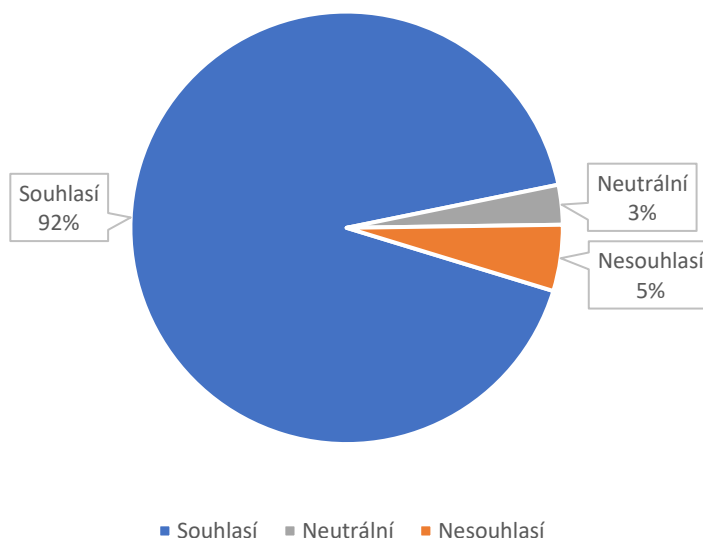
Organizace Astralis byla založena v roce 2016 a do soutěže LEC se dostali již v roce 2019, kdy došlo ke „zfranšizování“ turnaje. Tehdy vystupovali pod názvem Origen, což byla organizace, kterou zakoupili. Značku Astralis začali používat až v září roku 2020. Na esportovní scéně není značka neznámá. V rámci esportu CS:GO totiž získali mnoho úspěchů v podobě vítězství v největším konaném turnaji. V srpnu roku 2022 se ovšem začali šířit zprávy o tom, že organizace přemýšlí o prodeji svého místa v LEC. Mezi adepty, kteří by mohli místo odkoupit jsou týmy Karmin Corp a NAVI (Seeger, 2022).

### Další organizace, které se v minulosti objevily v EU LCS/LEC:

Against All Authority, Alliance, Team ALTERNATE, Copenhagen Wolves, DragonBorns, Elements, Evil Geniuses, Schalke 04, Giants Gaming, Gambit Gaming, H2k-Gaming, Lemondogs, Millenium, Mysterious Monkeys, MeetYourMakers, Ninjas in Pyjamas, Origen, Splyce, SUPA HOT CREW, Team ROCCAT a Unicorns of Love (Leaguepedia, c2022)

V tradičních sportech mají týmy silné fanouškovské základny. Ty si vybudovaly díky svým úspěchům v domácích či mezinárodních soutěžích nebo si svůj respekt vysloužily svou dlouhodobou tradicí. Ve světě esportů takovou tradici nikdo nemá. Možná v porovnání se stářím samotného esportu by mohl tuto podmínku splňovat tým SK Gaming (založen v roce 1997). Proto nejpobulárnějšími týmy v LEC jsou ty, které dosáhly nějakých výsledků zasluhující si pozornost od diváků. Mezi tyto týmy patří G2 a Fnatic. Oba se v posledních dvou ročnících dostaly do jedné do finále turnaje Worlds Championship a tak je zřejmé proč je o tyto celky mezi fanoušky takový zájem.

Popularita týmů má tedy vliv na počet lidí sledující jejich účty na Twitteru, Facebooku i Youtube. Zda je tomu i tak v případě sledování vysílání LEC, odpovídali účastníci dotazníku, kde odpovídali, jestli mají v daném momentě hrající týmy vliv na jejich zájem o sledování přenosu. Drtivá většina odpověděla, že to na ně vliv má, a to velice silný. Celkem 186 dotázaných (**92,1 %**) vyjádřilo s tímto tvrzením souhlas a na pouhých 10 lidí tento faktor vliv nemá.



**Graf 5** - Vliv soutěžících týmů na sledovanost LEC

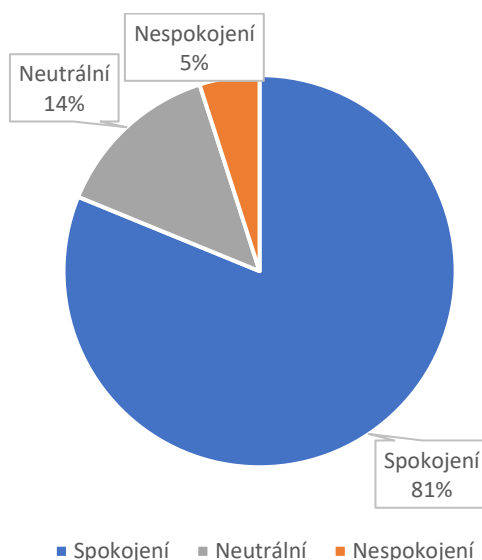
Zdroj: Vlastní zpracování

V další otázce měli lidé odpovědět na otázku, jak jsou spokojeni s rozhodnutím Riot Games o tom, které týmy se v soutěži LEC vyskytují. Opět se většina lidí (**81,6 %**) shodla na tom, že jsou s týmy spokojeni. Pouhých 12 dotázaných vyjádřili svou nespokojenost.

## 4.7 Harmonogram vysílání

Přestože se už evropská odnož této soutěže osamostatnila (co se týče „brandingu) od té americké, tak si stále v rámci doby vysílání nijak nekonkurují. Zatímco živý přenos LEC se koná každý pátek a sobotu od 18 respektive 17 hodin (v době kdy soutěž probíhá), tak se americká LCS uskutečňuje každou sobotu zhruba hodinu po plánovaném konci LEC vysílání a neděli ve večerních hodinách evropského času. Přece jen jsou obě soutěže řízeny společností Riot Games takže pokud si myslí, že se tyto divácké skupiny prolínají, potom nemá smysl si ve stejných vysílacích časech konkurovat.

Na otázku, zda harmonogram soutěže má vliv na zájem diváků o sledování LEC, odpovídali respondenti v rámci dotazníku. Většina z nich (**73,8 %**) se shodla, že to vliv na jejich zájem má a pouze na 22 lidí naopak nemá. Drtivá většina lidí (**81,2 %**) odpověděla, že jsou spokojeni s vysílacím harmonogramem s tím že 67 z nich jsou dokonce velmi spokojeni. Pouze 10 lidí vyjádřilo svou nespokojenost a zbylých 28 má na to neutrální názor.



**Graf 6** - Spokojenost s harmonogramem vysílání LEC

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.8 Vliv sociálních médií a dalšího obsahu

Pravý potenciál sociálních médií ještě nebyl zdaleka dosažen, ale už teď se jedná o jeden z nejdůležitějších nástrojů digitálního marketingu. Vytvoření účtu, na platformách jako je Facebook nebo Twitter, je zdarma a všem jste na očích. V případě, že společnost má dostatečný kapitál, tak může svůj účet na sociální síti zviditelnit prostřednictvím reklamy. To, jak uspět na poli sociálních médií je už věc jiná. Někteří si ani neuvědomí, jak velký vliv to na ně má, když si vybírají, jaký produkt koupit. Vliv na prodej určitých produktů a služeb to jistě má, ale zda to funguje pro přilákání diváků je trochu odlišná otázka.

Většina z 202 dotázaných lidí (**51,5 %**) odpověděla, že sociální média (například Twitter či Facebook) nemají vliv na jejich zájem o sledování LEC. Naopak na **25,2 %** lidí tento faktor vliv má. Zbývající se nepřiklání na žádnou stranu. Pokud jde o spokojenost s tím, jak jsou sociální média LEC řízena, tak 90 lidí má na tuto záležitost neutrální pohled.

Zajímavé je spíše porovnání mezi těmi, co jsou spokojeni a ti co nejsou, neboť mezi nespokojenými je pouze 10 lidí ve srovnání s těmi 102 spokojenými.

Další formou sociálních médií je služba Youtube. Kromě vysílání živých přenosů prostřednictvím této webové stránky společnost Riot Games v rámci soutěže LEC se stará i o tvorbu obsahu v podobě videí. Může se jednat o informativní videa představující týmy, které nastoupí proti sobě v rámci dalšího kole soutěže či zábavná hudební videa s tematikou LEC.

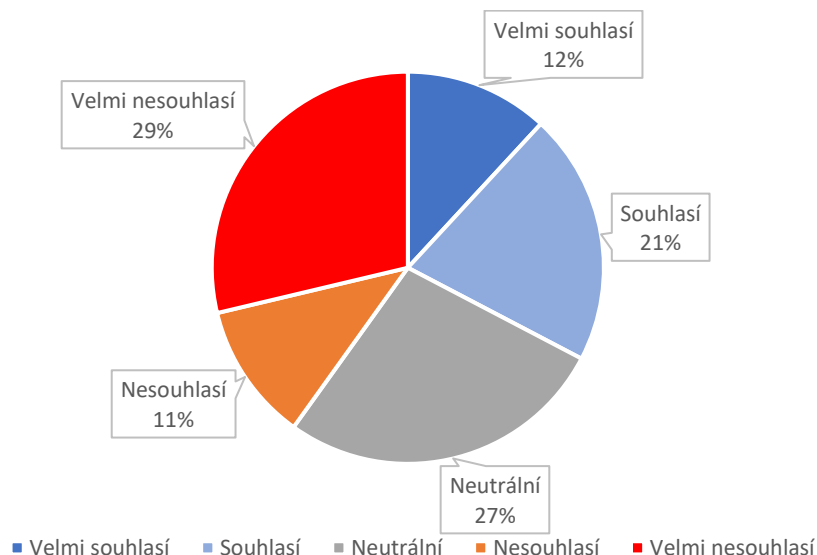
Vzhledem k demografické skupině sledující esporty je zřejmé, že k získávání nových informací o soutěži, kterou pravidelně sledují, využívají internet a sociální média. Otázkou je, jestli informativní a zábavná videa propagující soutěž, mají vliv na sledovanost. Na to odpovídali lidé v rámci dotazníku a **48,5 %** z nich odpověděli, že ano. Naopak na **31,7 %** z 202 dotázaných to vliv nemá.

V další otázce lidé odpovídali, zda jsou s vydáváním vedlejšího obsahu k LEC spokojeni. 87 dotázaných byla nejpočetnější skupina (**43,1 %**), která se přiklání k velké spokojenosti, což žádný jiný sledovaný faktor neměl. Celkový počet spokojených činil 139 lidí (**68,8 %**) a pouze 14 ze všech dotázaných jsou nespokojeni.

#### **4.9 Hodnoty a moralita společnosti**

Tento faktor je spíše odrazem rozhodnutí, která společnost vykonává. V případě, že Riot Games veřejně vyjadřuje podporu členům skupiny LGBTQ a zároveň uzavírá spolupráci s projektem na megaměsto NEOM v zemi, ve které být členem LGBTQ je nelegální, vrhá stín na rétoriku společnosti. Je podnik skutečně upřímný ve své podpoře vůči minoritám? Pokud firma nemá problém přijímat finanční zdroje od takovýchto sponzorů, tak v očích veřejnosti budou působit jako neživá a nestoudná entita, která se neštítí ničeho. Samozřejmě se také jedná o image podniku, což je nedílná součást úspěšného marketingu.

Na to jak hodnoty a moralita společnosti mají vliv na zájem diváků o sledování, odpovídali lidé v dotazníku. Názory byly poněkud polarizující s tím, že nejpočetnější skupina 58 dotázaných (**28,7 %**) velmi nesouhlasila s názorem, že by tento faktor měl nějaký vliv na jejich zájem. Dalších 23 lidí „pouze“ nesouhlasilo. Naopak 66 účastníků (**32,7 %**) dotazníku zmínili, že vliv to na ně má.



**Graf 7** - Vliv hodnot a morality na zájem o sledování vysílání LEC

Zdroj: Vlastní zpracování

V otázce, která byla přímo na tělo Riot Games, kdy dotázaní odpovídali na to, jak jsou spokojeni s hodnotami a morálitou této společnosti, tak více než polovina (**51,5 %**) všech zúčastněných řekla, že nejsou spokojeni ale ani nespokojeni.

#### 4.10 Odměny za sledování přenosu a nabízené zboží

Dalším faktorem, které může mít vliv na sledování živého přenosu LEC jsou odměny, které diváci mohou získat, pokud prostřednictvím webových stránek Riot Games sledují vysílání. Odměny jsou ve formě virtuální měny používané ve hře League of Legends. Navíc v závislosti na tom, který tým zrovna hraje, můžou diváci získat i slevové kupóny na zboží těchto týmů. Na jednu stranu tímto způsobem nalákají více lidí, aby zapnulo živý přenos soutěže, ale na stranu druhou není v současné době možné zjistit, zda vysílání aktivně sledují.

Lidé, kteří odpovídali na to, jestli tento faktor má vliv na jejich zájem o sledování přenosu, se většinou shodli, že nemá nebo na to nemají názor. Pouze **29,7 %** dotázaných souhlasili, že tento faktor má na ně vliv. Zda jsou lidé spokojeni s tímto zajímavým marketingovým nástrojem odpovídali v další otázce dotazníku. Nejpočetnější skupina (**42,6 %**) není spokojena ani nespokojena s tím, jak s tímto nástrojem Riot Games pracují. Malá většina zbylých 116 lidí jsou spíše nespokojeni s dosavadní funkcí odměn.

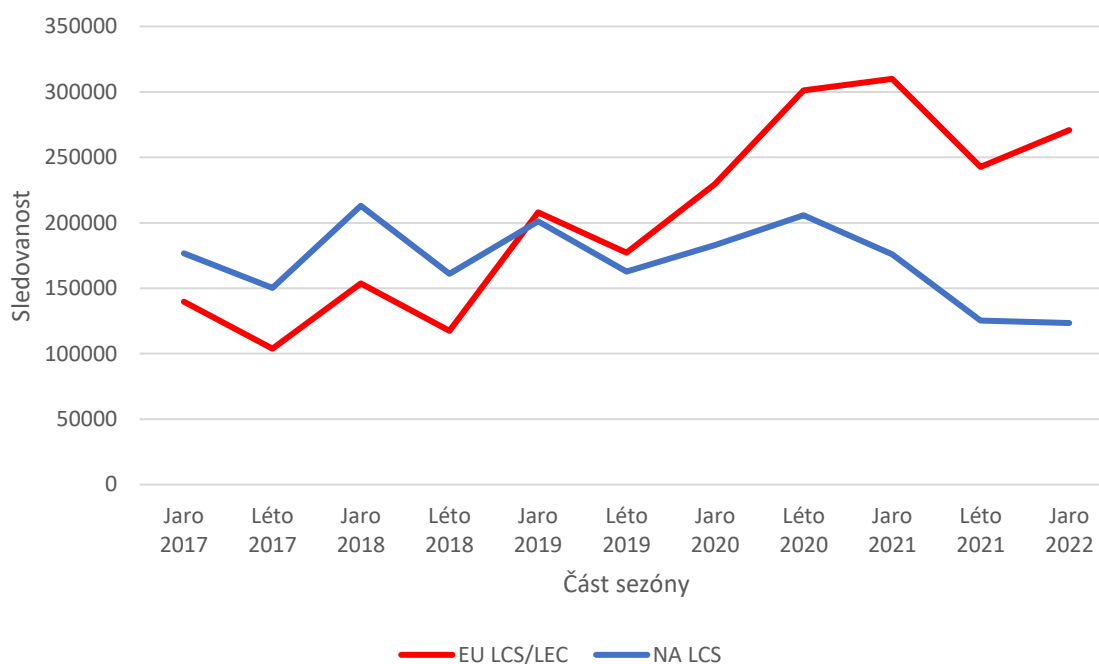
Kromě soutěžících týmů má vlastní zboží k prodeji také LEC. Ti nabízejí předměty jako trička, mikiny, hrnky a kryty na telefony s logem této soutěže. Odpovědi v dotazníku na otázku, zda tento faktor má vliv na jejich zájem, byly ve velké většině (75,7 %) negativní. Vzhledem k tomuto výsledku potom není překvapivé, že drtivá většina (73,8 %) dotázaných má neutrální postoj k rozhodnutím týkající se prodávaného zboží.

#### **4.11 Porovnání sledovanosti LEC a americké LCS**

Jak evropská, tak americká verze LCS soutěže vznikly v roce 2013 a obě byly téměř totožnými produkty. Rozdíl byl pouze v lokalitě a barevném schématu. Zatímco evropská LCS byla zabarvená do červené barvy, tak ta americká zase do modré. V začátcích soutěže měla navrch, co se týče sledovanosti, americká pobočka.

V momentě, kdy došlo k rebrandu na evropské straně v roce 2019, zájem diváků se v porovnání s NA LCS výrazně zvýšil, a dokonce předčil svého amerického „bratra“. Od tohoto okamžiku rozdíl stále navyšoval. Zatímco na jaře v roce 2017 měla NA LCS průměrnou sledovanost o 36 756 diváků větší, na jaře v roce 2019 se karty otočily a v té době už takzvaná LEC soutěž ukázala svůj potenciál, když měla o 6 765 sledujících více. Na jaře v roce 2022 byl rozdíl markantní. Ten činil 147 338 diváků ve prospěch evropské soutěže.

Sledovanost obou turnajů má zpočátku podobnou tendenci, kdy zájem diváků je větší na jaře než v létě. Tento trend se ovšem změnil v létě v roce 2020. Obě soutěže měly ve zmíněném roce v létě větší sledovanost než na jaře. Rozdíl je ale v následujícím období. Zatímco LEC dosáhla ještě většího růstu než v předchozím období, u americké LCS došlo k poklesu nejen v porovnání s létem předešlého roku, ale i jarem. V dalším období nadešel pokles ve sledovanosti i na straně LEC.



**Graf 8 - Porovnání sledovanosti EU LCS/LEC a NA LCS**

Zdroj: Esportscharts (c2024)

## 4.12 Sloučení regionů

V listopadu roku 2022 Riot Games na webu Lolesports (c2024) oznámili rozšíření evropského regionu. Součástí této expanze se staly regiony Turecka, Společenství nezávislých států a země Středního východu a Severní Afriky. Vzhledem k tomuto novému seskupení muselo dojít i ke změně názvů oficiální evropských soutěží. Název League of Legends European Championship se změnil na League of Legends EMEA championship a soutěž o úroveň níž se posléze začala nazývat EMEA Masters. Do turnaje EMEA Masters se kvalifikují nejlepší týmy z EMEA regionálních lig mezi něž se v rámci tohoto sloučení přiřadily ligy Türkiye Championship League (zkr. TCL) a Arabian League (zkr. AL) což znamenalo rozšíření počtu regionálních lig na 13. Oficiální liga v rámci Společenství nezávislých států zvaná League of Legends Continental League (zkr. LCL) byla v době oznámení pozastavena až do odvolání s tím, že mají příslib, že se v budoucnu mohou stát součástí regionálních lig (Lolesports, c2024).



### **4.13 Další změna formátu**

Při příležitosti oznámení na webu Lolesports (c2024) expanze soutěžících regionů, došlo i zveřejnění výrazně obměněného formátu. Už od vzniku EU LCS se sezóny dělily na dvě části, a to jarní a letní. Od roku 2023 se nově sezóna rozdělila na 3 části z nichž každá trvá 6 týdnů. Po konci poslední části se navíc uskuteční finále celé sezóny pro korunovaci vítěze za daný rok. Kvalifikovat se může 6 týmů, a to díky vítězství v jedné z těchto částí anebo na základě nasbíraných bodů, kterými jsou týmy odměňovány podle umístění na konci každé části. Nejlepší 4 týmy z finále se navíc kvalifikují na závěrečný mezinárodní turnaj „Worlds“. Pro rok 2024 byla oznámena další úprava formátu, ale množství částí hraných za sezónu zůstalo stejné (Lolesports, c2024).

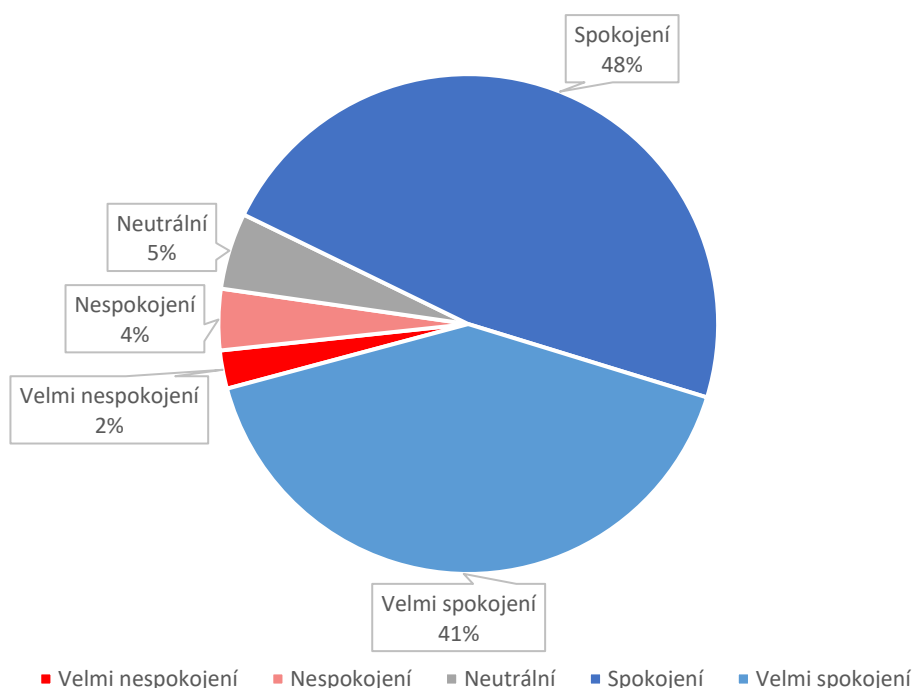
### **4.14 Vliv pandemie**

Pandemie koronaviru měla dopad téměř na všechny, a to většinou v negativním slova smyslu ale pro některé i v tom pozitivním. Podle Halla (2020) se vlivům pandemie a nouzového stavu nevyhnul ani zábavní průmysl, jehož je esport součástí. Některé video herní společnosti zaznamenaly v prvním čtvrtletí roku 2020 růst svých tržeb. Obchody zabývající se prodejem her v digitální podobě také zaregistrovaly nárůst v jejich prodejkách a poskytovatelé internetového připojení hlásili zvýšení provozu na svých linkách. Pandemie naopak negativně ovlivnila esport, neboť byli organizátoři nuceni své veřejné akce s živým publikem rušit, což vedlo k poklesu tržeb v tomto sektoru. Divácký zájem o sledování esportu nicméně neopadl. Série iRacing vysílaná v průběhu pandemie měla v jeden moment 1,3 milionu sledujících (Hall, 2020).

## 5 Shrnutí výsledků

Na základě dat získaných z dotazníku se demografická skupina sledující přenosy LEC se v drtivé většině skládá z mužů ve věku od 16 do 25 let. Ti a další dotázaní se ve velkém počtu shodli na tom, že jsou spokojeni s tím, jak Riot Games řídí tuto evropskou soutěž. Celkem 179 z 202 lidí (**88,6 %**) vyjádřili svou celkovou spokojenost.

Jeden z předpokladů autora této práce o tom, že i přes mírnou nespokojenost diváků s vykonanými rozhodnutími nebude mít vliv na sledovanost soutěže se vzhledem ke spokojenosti respondentů nepotvrdil.



**Graf 9** - Celková spokojenost s rozhodnutími Riot Games souvisejícími s řízením LEC

Zdroj: Vlastní zpracování

Z pohledu divácké spokojenosti si Riot Games v řízení soutěže LEC vedou velice dobře, což dokládají i statistiky o sledovanosti od roku 2017. V posledních dvou částech sezóny ovšem k poklesu sledovanosti v porovnání s předchozím rokem.

**Tabulka 3** - Porovnání údajů o sledovanosti s předchozími ročníky EU LCS/LEC

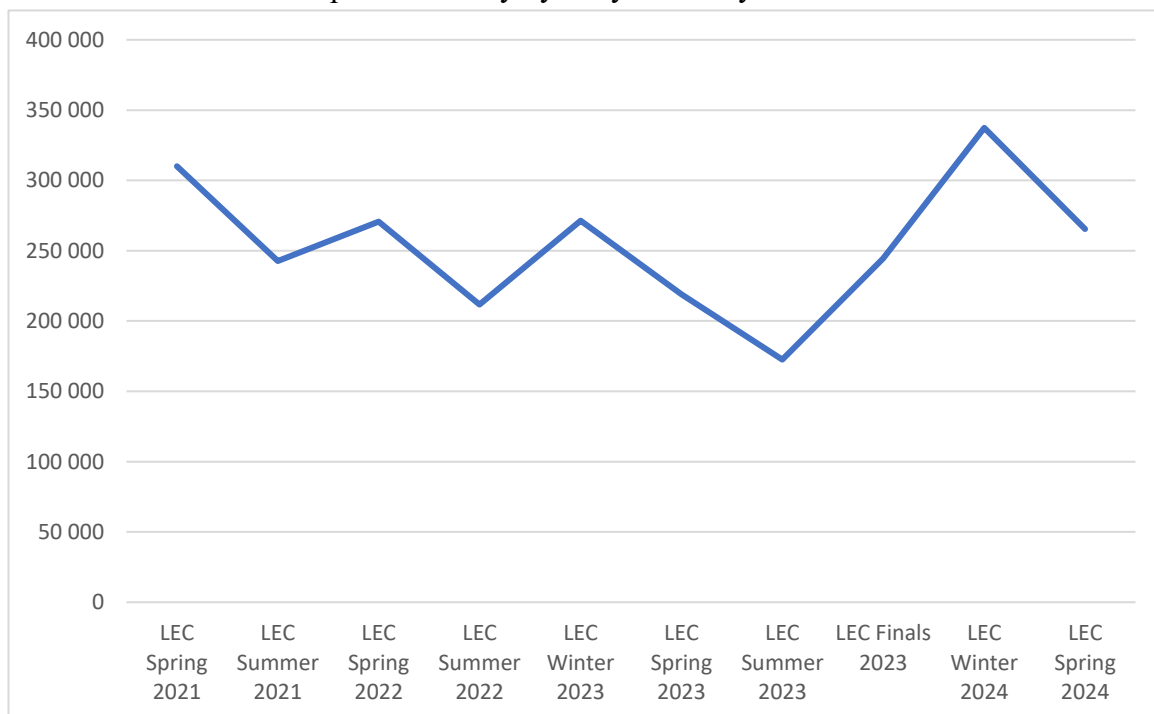
Zdroj: Esportscharts (c2024)

Sezóna	Jarní část	Rozdíl oproti předchozímu ročníku (Jaro)	Letní část	Rozdíl oproti předchozímu ročníku (Léto)

<b>EU LCS 2017</b>	139 018	-	103 383	-
<b>EU LCS 2018</b>	153 756	+ 14 738	117 545	+ 14 162
<b>LEC 2019</b>	207 887	+ 54 131	177 206	+ 58 134
<b>LEC 2020</b>	229 711	+ 21 824	301 165	+ 125 486
<b>LEC 2021</b>	309 951	+ 80 240	242 666	- 58 499
<b>LEC 2022</b>	270 749	- 39 202	-	-

Velký nárůst ve sledovanosti se dá přičítat rozhodnutí Riot Games pro rebrand z EU LCS na LEC, ale také je možné si tento jev vysvětlit jako reakce na úspěch evropských týmů na mezinárodním poli, neboť v období mezi letní sezónou EU LCS 2018 a jarní částí LEC 2019 proběhl turnaj Worlds Championship 2018, kde se evropský tým Fnatic dostal až do finále. I to mohl být faktor, který způsobil nárůst ve sledovanosti následujících ročníků. Další možností by mohl být vliv pandemie a nouzového stavu, což donutilo lidi zůstat více ve svých domovech. Také by to vysvětlovalo i mírný úpadek po skončení nouzového stavu napříč světem.

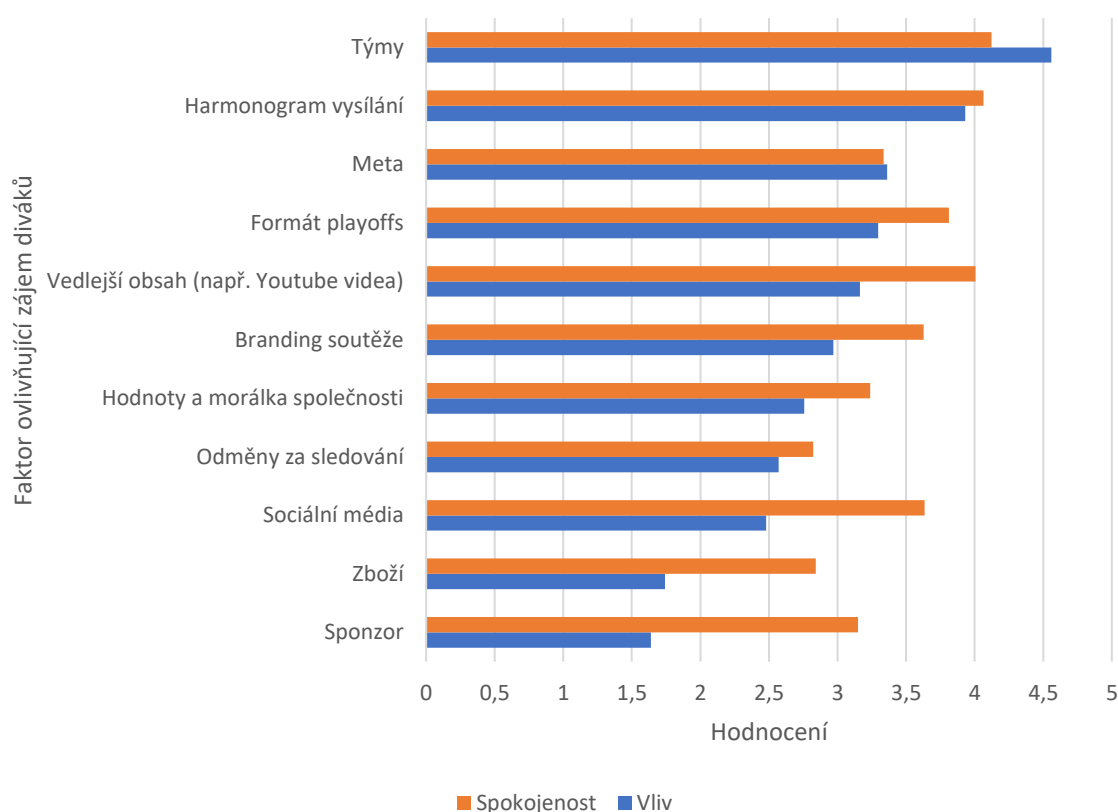
Od doby, kdy Riot Games v roce 2023 zahájili co-streaming partnerství s vybranými tvůrci se na grafu sledovanosti mnohé nezměnilo vyjma začátku roku 2024. Sloučení regionů a změna formátu taktéž nepřinesla žádný výrazný okamžitý nárůst ve sledovanosti.



**Graf 10 - Sledovanost LEC od jara 2021 do jara 2024**

Zdroj: Esportscharts (c2024)

Na základě všech odpovědí byl vytvořen graf, který názorně ukazuje, jaké faktory mají největší vliv na divácký zájem. Výsledkem je odpověď na jednu z výzkumných otázek ohledně faktoru s největším vlivem na zájem diváků o sledování EU LCS/LEC. Nebylo překvapením, že nejdůležitějším vlivem pro diváky je, který tým zrovna hraje, a navíc jsou s týmy, které se dostaly do franšizované soutěže LEC, spokojeni. Druhý nejdůležitějším faktorem při jejich rozhodnutí, zda sledovat vysílání je harmonogram, s kterým jsou taktéž spokojeni. Na druhou stranu uvedení nového sponzora soutěže či produktu do jejich e-shopu nijak diváky neovlivňuje.



**Graf 11** - Porovnání faktorů ovlivňující zájem diváků o LEC seřazeno podle jejich vlivu

Zdroj: Vlastní zpracování

Porovnání sledovanosti EU LCS/LEC a americké LCS odpovídá na další výzkumnou otázku, zda se v průměrné sledovanosti obou soutěží daří lépe té evropské a data tomu dávají za pravdu. Porovnání také naznačuje, že rozhodnutí s rebrandem pomohlo přilákat velké množství nových diváků. To potvrzuje i fakt, že si svoji dominantní pozici v porovnání s americkým protějškem dokázala udržet i přesto, že se domácím týmům na

mezinárodním poli nedařilo tolik jako v předešlých ročnících. Těžko říct, zda potenciál evropského trhu byl vždy větší než ten amerického. To ovšem nevyvrací možnost, že rebrand pomohl tohoto potenciálu dosáhnout.

Druhý z předpokladů autora práce byl, že nejdůležitějším faktorem ovlivňující zájem o sledování soutěže jsou soutěžící týmy a jejich mezinárodní úspěch. Respondenti se vyjádřili, že hrající celky skutečně mají největší vliv na jejich zájem. Týmy ze soutěže LEC dosahovali největší mezinárodních úspěchů v období od konce roku 2018 až do konce roku 2020, kdy se evropské týmy dvakrát dostaly finále největšího turnaje a jednou dokonce zvítězili v druhém největším turnaji v tomto esportu. V následujících letech už tak úspěšní nebyli, nedlouho poté začala sledovanost opadat a předpoklad by se tak potvrdil.

Další výzkumná otázka se týkala špatných rozhodnutí a jejich dopady na sledovanost. Mezi tyto rozhodnutí můžeme zařadit například oznámení projektu NEOM jako sponzora soutěže, což se uskutečnilo v průběhu letní části sezóny v roce 2020. To byl rok s druhou největší průměrnou sledovaností soutěže v její historii. V rámci dotazníku navíc respondenti vyjádřili svoji spokojenost s tím, v rámci soutěže vykonávají rozhodnutí.

Závěrečná otázka se věnovala pravidelným opravám a jejich důsledků na sledovanost a na základě grafu v předchozí části práce lze usoudit, že tyto opravy žádným způsobem sledovanost neovlivňují.

## 6 Závěry a doporučení

Na základě zjištěných výsledků získaných z dotazníkového šetření a údajů o sledovanosti společnost Riot Games řídí soutěž League of Legends European Championship velice dobře. V rámci manažerských rozhodnutí, která mají vliv na sledovanost se jim dle účastníků dotazníku také daří. Pokud jde o efekt rozhodnutí na sledovanost, tak není problém, ale jak kontroverze okolo Riot Games ukázaly, manažeři při řešení konkrétních problémů někdy neberou na vědomí své vlastní zaměstnance, a to opravdu není vizitka kvalitního manažerského rozhodování.

Bylo by zajímavé sledovat, jaký vliv na sledovanost má přirozený růst zájmu o esport jako takový a jestli má tato forma zábavy šanci se stát stejně populární jako sporty tradiční. Vzhledem k tomu, v jakém prostředí nejmladší generace vyrůstají a tomu, jak jednoduchý je přístup k esportům vypadá, že se tak opravdu jednou stane.

K přesnějším výsledkům této studie by pomohl přístup k podrobnějším statistikám o sledovanosti, které by pomohly zjistit, jak velký je rozdíl v zájmu diváků při vysílání zápasů s populárními a méně populárními týmy, neboť tento faktor byl ze všech měřených tím nejdůležitější a jak může společnost Riot Games nebo týmy samotné zvýšit svou atraktivitu v očích veřejnosti.

Další studie, která by pomohla při řešení této problematiky je porovnání s organizátory soutěží v tradičních sportech. V mnoha ohledech se liší, ale například v oblasti motorsportu lze najít určité podobnosti. A na závěr by bylo užitečné mít znalost o struktuře společnosti Riot Games a kdo činí jaká rozhodnutí pro kterou entitu a hodnotit tak ty manažerské subjekty, jež jsou odpovědné za rozhodnutí, která jsou v jejich kompetenci.

## **7 Seznam použitých zdrojů**

### **7.1 Tištěné zdroje**

[1] ANDREJKOVICS, Zoltan. The Invisible Game: Mindset of a Winning Team. South Carolina: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. ISBN 978-1517457013.

[2] ANDREJKOVICS, Zoltan. A Newborn Business: Esports. Hungary: Independently published, 2018. ISBN 978-1723831058.

[3] HÁLEK, Vítězslav. Management a marketing. Hradec Králové: Vítězslav Hálek, 2017. ISBN 978-80-270-2439-1.

[4] MCDONALD, Jason. Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. 2020 Updated version. Scotts Valley: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2020. ISBN 978-0615840031.

[5] NAIDU, N. V. R. a T. Krishna RAO. Management and Entrepreneurship. New Delhi: I K International, 2008. ISBN 978-8190675789.

[6] PLAMÍNEK, Jiří. Řešení problémů a rozhodování: jak přinutit problémy, aby pracovaly ve váš prospěch. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2437-9.

[7] YATES, Jacques Frank. Decision management: how to assure better decisions in your company. San Francisco: Jossey-Bass, 2003. ISBN 978-0787956264.

### **7.2 Online zdroje**

[8] About - Misfits Gaming. Misfits Gaming - Esports Organisation [online]. South Florida: Misfits Gaming, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://misfitsgaming.gg/about/>

[9] G2 Esports, About – EU - G2 Esports. G2 Esports: The greatest esports organization in the world – EU - G2 Esports [online]. Berlin: G2 Esports, c2022 [cit. 2022-08-29].

Dostupné z: <https://g2esports.com/pages/about>

[10] Excel Esports , About — Excel Esports. In: Excel Esports [online]. [cit. 2020-08-06].

Dostupné z: <https://www.excelesports.com/about>

[11] AUXIER, Brooke a Monica ANDERSON. Social Media Use in 2021. Pew Research Center [online]. Washington, DC: Pew Research Center, 2021, 7 April 2021 [cit. 2022-08-30]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>

[12] BIAZZI, Leonardo. What is Team BDS? Everything you need to know about the ... Dot Esports - Esports News, Analysis, Tournament Coverage, and More [online].

Beaconsfield (New South Wales): Dot Esports, 2021, 29 June 2021 [cit. 2022-08-29].

Dostupné z: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/everything-you-need-to-know-about-team-bds>

[13] BRYAN. Where Can I Watch Esports Competitions?. Your Guide to Esports - Ready Esports [online]. Ready Esports, 2022 [cit. 2022-08-25]. Dostupné z:

<https://readyesports.com/where-can-i-watch-esports-competitions/>

[14] CARRIÇO, Francisco. How Fnatic became one of the biggest esports organizations in the world. G-Loot – Level-up your gaming skills with 24/7 esports [online]. Stockholm: G-Loot, 2021, 11 December 2021 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://gloot.com/blog/how-fnatic-became-one-of-the-biggest-esports-organizations-in-the-world>

[15] Ciocchetti, C., ‘Ibai’s LEC co-stream debut breaks 6-figure viewership mark during KOI’s first LEC Winter game’, [online], Dot Esports, 2023 [cit. 2024-04-12]. Dostupné z: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/ibais-lec-co-stream-debut-breaks-six-figure-viewership-mark-during-kois-first-lec-winter-game>



[16] COOK, James. Twitch Founder: We Turned A 'Terrible Idea' Into A Billion-Dollar Company [online]. 20 October 2014 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10>

[17] CRECENTE, Brian. The origin story of League of Legends. The Washington Post [online]. Washington, D.C.: The Washington Post, 2019, October 27, 2019 [cit. 2022-08-20]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/video-games/2019/10/27/league-legends-is-now-years-old-this-is-story-its-birth/>

[18] D'ANASTASIO, Cecilia. Inside The Culture Of Sexism At Riot Games. Kotaku [online]. 2018 [cit. 2020-07-20]. Dostupné z: <https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>

[19] DEAN, Sam. Riot Games will pay \$10 million to settle gender discrimination suit. Los Angeles Times [online]. 2019 [cit. 2020-07-23]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/business/technology/story/2019-12-02/riot-games-gender-discrimination-settlement>

[20] Esports Ecosystem in 2022: Key industry companies, viewership growth trends, and market revenue stats. Insider Intelligence [online]. New York: Insider Inteligence, 2022 [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.insiderintelligence.com/insights/esports-ecosystem-market-report/>

[21] Excel Esports. Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/Excel\\_Esports](https://lol.fandom.com/wiki/Excel_Esports)

[22] Esports Charts, Esports Charts - Esports Viewership, Popularity and Analytics [online]. Esport Charts, c2024 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/Excel\\_Esports](https://lol.fandom.com/wiki/Excel_Esports)

[23] G2 Esports/Tournament Results. Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/G2\\_Esports/Tournament\\_Results](https://lol.fandom.com/wiki/G2_Esports/Tournament_Results)

[24] GILLIS, Alexander S. Video streaming. Purchase Intent Data for Enterprise Tech Sales and Marketing - TechTarget [online]. Newton (Massachusetts): TechTarget, 2021 [cit. 2022-08-20]. Dostupné z:

<https://www.techtargget.com/searchunifiedcommunications/definition/streaming-video>

[25] GRAYSON, Nathan. Riot Forbids League Of Legends Players And Commentators From Discussing Politics On Air. Kotaku [online]. 2019 [cit. 2020-07-23]. Dostupné z: <https://kotaku.com/riot-forbids-league-of-legends-players-and-commentators-1838978263>

[26] HALL, Stefan Brambilla, 'COVID-19 is taking gaming and esports to the next level', [online], World Economic Forum, 15 May 2020 [cit. 2024-04-13]. Dostupné z:

<https://www.weforum.org/agenda/2020/05/covid-19-taking-gaming-and-esports-next-level/>

[27] HENDERSON, Gary. The Importance Of Social Media Marketing. DigitalMarketing.org [online]. DigitalMarketing.org, 2020, 2 July 2020 [cit. 2022-08-30]. Dostupné z: <https://www.digitalmarketing.org/blog/the-importance-of-social-media-marketing>

[28] CHIPTECK. Reward (BE/XP) System Breakdown. League of Legends Support [online]. West Los Angeles, Kalifornie: League of Legends Support, 2022, 19 August 2022 [cit. 2022-08-28]. Dostupné z: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/en-us/articles/201752824-Reward-BE-XP-System-Breakdown>

[30] INTRODUCING EMEA 2023, [online]. Lolesports, c2024 [cit. 2024-03-24]. Dostupné z: <https://lollemea.com/>

[31] Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) "What is eSports and why do people watch it?", Internet Research, Vol. 27 Issue: 2, pp.211-232, <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>

[32] KIM, Eugene. Amazon Buys Twitch For \$970 Million In Cash [online]. 25 August 2014 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/amazon-buys-twitch-2014-8>

[33] LASERFACE. MMR, Rank, and LP. League of Legends Support [online]. West Los Angeles, Kalifornie: League of Legends Support, 2022, 27 August 2022 [cit. 2022-08-28].

Dostupné z: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/en-us/articles/4405781372051-MMR-Rank-and-LP>

[34] League of Legends - Fnatic. Leading Esports Performance | Fnatic [online]. London: Fnatic, c2004-2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://fnatic.com/esports/league-of-legends>

[35] League of Legends Live Player Count and Statistics. Home - The Game Statistics Authority : ActivePlayer.io [online]. ActivePlayer, c2022 [cit. 2022-08-30]. Dostupné z: <https://activeplayer.io/league-of-legends/>

[36] League of Legends tournaments stats - Esports Charts. Esports teams & tournaments stats: Dota 2, LoL, CS:GO, HS, Fortnite, PUBG[online]. Copyright © 2016 [cit. 28.01.2019]. Dostupné z: <https://esc.watch/tournaments/lol>

[37] LoL European Championship - Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki. In: Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. c2022 [cit. 2020-08-02]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/LoL\\_European\\_Championship](https://lol.fandom.com/wiki/LoL_European_Championship)

[38] LoL European Championship/Teams Timeline. Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/LoL\\_European\\_Championship/Teams\\_Timeline](https://lol.fandom.com/wiki/LoL_European_Championship/Teams_Timeline)

[39] LOOKING AHEAD: NA AND EU LCS FORMAT CHANGES FOR SUMMER SPLIT 2016. Home of the LCS [online]. Lolesports, 2015 [cit. 2022-08-31]. Dostupné z: <https://nexus.leagueoflegends.com/en-us/2015/12/looking-ahead-na-and-eu-lcs-format-chang/>

[40] MAD Lions. Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/MAD\\_Lions](https://lol.fandom.com/wiki/MAD_Lions)

[41] MATTHIESEN, Tom. The creation of Vitality, the LEC's next superteam. Upcomer - Your guide to everything esports and all that it implies [online]. Upcomer, 2022, 14 January 2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://upcomer.com/the-creation-of-vitality-the-lecs-next-superteam>

[42] Meet our squads – EU - G2 Esports. G2 Esports: The greatest esports organization in the world – EU - G2 Esports [online]. Berlin: G2 Esports, c2022 [cit. 2022-08-29].

Dostupné z: <https://g2esports.com/pages/teams>

[43] MICHAELSON, Ruth. ‘It’s being built on our blood’: the true cost of Saudi Arabia’s \$500bn megacity. News, sport and opinion from the Guardian's global edition | The Guardian [online]. London: The Guardian, 2020, 4 May 2020 [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/may/04/its-being-built-on-our-blood-the-true-cost-of-saudi-arabia-5bn-mega-city-neom>

[44] MOREAU, Elise. What Is YouTube: A Beginner's Guide. Lifewire: Tech News, Reviews, Help & How-Tos [online]. New York: Lifewire, 2020, 2 December 2020 [cit. 2022-08-27]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847>

[45] MOSER, Kelsey. Riot Games announces EU LCS format changes for 2017 season. Yahoo! Sports - News, Scores, Standings, Rumors, Fantasy Games [online]. Yahoo!Sports, 2016, 15 December 2016 [cit. 2022-08-30]. Dostupné z: <https://sports.yahoo.com/riot-games-announces-eu-lcs-format-changes-for-2017-season-231105275.html>

[46] NEWELL, Adam. What is “the meta” and how does it affect gaming? Dot Esports [online]. USA, 2018 [cit. 2020-09-10]. Dostupné z: <https://dotesports.com/general/news/what-is-the-meta-meaning-24834>

[47] Partners - Fnatic. Leading Esports Performance | Fnatic [online]. London: Fnatic, c2004-2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://fnatic.com/partners>

[48] Patch (League of Legends). League of Legends Wiki | Fandom [online]. League of Legends Wiki | Fandom, c2022 [cit. 2022-08-27]. Dostupné z: [https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/Patch\\_\(League\\_of\\_Legends\)](https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/Patch_(League_of_Legends))

[49] POSEY, Brien. Software patch/fix. Purchase Intent Data for Enterprise Tech Sales and Marketing - TechTarget [online]. Newton (Massachusetts): TechTarget, 2022 [cit.

2022-08-25]. Dostupné z:

<https://www.techtargget.com/searchenterprisedesktop/definition/patch>

[50] ROBINSON, Craig. WHAT IS LEAGUE OF LEGENDS?. Hotspawn | Latest Esports News, Data, Guides, and More [online]. Hotspawn, 2020, 18 Semptember 2020 [cit. 2022-08-24]. Dostupné z: <https://www.hotspawn.com/league-of-legends/guides/what-is-league-of-legends>

[51] Rogue (European Team). Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/Rogue\\_\(European\\_Team\)](https://lol.fandom.com/wiki/Rogue_(European_Team))

[52] SARKAR, Samit. MLS launching esports league for FIFA 18 World Cup [online]. 12 January 2018 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <https://www.polygon.com/2018/1/12/16880590/fifa-18-esports-world-cup-emls>

[53] SEEGER, Brieuc. Sources: Astralis considering offers for their LEC spot. Upcomer - Your guide to everything esports and all that it implies [online]. Upcomer, 2022, 15 August 2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://upcomer.com/sources-astralis-considering-offers-for-their-lec-spot>

[54] SHELDON, David. Philippines Officially Recognizes eSports As A Real Sport [online]. 22 October 2017 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <https://www.casino.org/blog/philippines-officially-recognizes-esports-as-a-real-sport/>

[55] SK Gaming. Leaguepedia | League of Legends Esports Wiki [online]. Leaguepedia, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: [https://lol.fandom.com/wiki/SK\\_Gaming](https://lol.fandom.com/wiki/SK_Gaming)

[56] SK Gaming | About. SK Gaming | gaming is believing [online]. Cologne: SK Gaming, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://www.sk-gaming.com/about>

[57] SKOGVARD, Kristina. Esports vs Sports – How Do They Compete?. Abios Newsroom - Get the Latest News From Abios [online]. Abios, 2021, 6 August 2021 [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://abiosgaming.com/press/esports-vs-sports/>

[58] SOSHINICK, Scott. Former NBA Player Rick Fox Buys eSports Team Gravity [online]. 18 December 2015 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-12-18/former-nba-player-rick-fox-buys-esports-team-gravity>

[59] SUMMERS, Nick. How Riot rebranded its European esports league. Engadget | Technology News & Reviews [online]. Engadget, 2022, 18 January 2019 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2019-01-18-riot-lec-league-esports-design-rebrand.html>

[60] SUSANTO, Adeline. The LEC: Past, Present, and Future. DBLTAP - The next generation of esports media [online]. New York: DBLTAP, 2021, 9 February 2021 [cit. 2022-08-23]. Dostupné z: <https://www.dbltap.com/posts/the-lec-past-present-and-future-01exptfs4yr9>

[61] Teams - Misfits Gaming. Misfits Gaming - Esports Organisation [online]. South Florida: Misfits Gaming, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://misfitsgaming.gg/teams/>

[62] TICAK, Marko. What Does Meta- Mean? Grammarly Blog [online]. San Francisco, 2017 [cit. 2020-09-10]. Dostupné z: <https://www.grammarly.com/blog/meta-meaning/>

[63] Top Websites Ranking. Website Traffic - Check and Analyze Any Website | Similarweb [online]. New York: Similarweb, 2022 [cit. 2022-08-27]. Dostupné z: <https://www.similarweb.com/top-websites/>

[64] Twitch Content Sharing Guidelines, [online]. Twitch, c2023 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: [https://help.twitch.tv/s/article/twitch-content-sharing-guidelines?language=en\\_US#co-streaming](https://help.twitch.tv/s/article/twitch-content-sharing-guidelines?language=en_US#co-streaming)

[65] WARR, Philippa. ESports in numbers: Five mind-blowing stats [online]. 9 April 2014 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <https://www.redbull.com/au-en/esports-in-numbers-five->

mind-blowing-stats

[66] We're trialling LEC co-streams in Spanish!, [online]. Lolesports, 2023 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <https://lolesports.com/article/we're-trialling-lec-co-streams-in-spanish!/blt84a2774701d9deba>

[67] WEBSTER, Andrew. Riot faces criticism after League of Legends competition sponsored by Saudi megacity. The Verge [online]. 2020 [cit. 2020-07-23]. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2020/7/29/21347066/riot-league-of-legends-lec-esports-controversy-neom-saudi-arabia>

[68] Who are we ?. Team Vitality | Leading esports team in Europe [online]. Paris: Team Vitality, c2022 [cit. 2022-08-29]. Dostupné z: <https://vitality.gg/en/home/who-are-we/>

[69] Who We Are | Riot Games. Riot Games [online]. West Los Angeles, Kalifornie: Riot Games, c2022 [cit. 2022-08-25]. Dostupné z: <https://www.riotgames.com/en/who-we-are>

[70] WINNAM, Christopher D. An Entrepreneur's Guide to the Exploding World of eSports: Understanding the Commercial Significance of Counter-Strike, League of Legends and DotA 2 (Unconventional Entrepreneurs Book 3) [online]. Seattle: The Borderland Press, 2016 [cit. 2020-08-13]. ASIN B01CI6SZOQ.

[71] WOLF, Jacob. EU LCS to franchise in 2019, abandon promotion and relegation. ESPN: Serving sports fans. Anytime. Anywhere. [online]. Bristol (Connecticut): ESPN, 2017, 30 October 2017 [cit. 2022-08-23]. Dostupné z: [https://www.espn.com/esports/story/\\_/id/21225798/league-legends-european-championship-series-move-franchise-partnership-model-abandon-promotion-relegation](https://www.espn.com/esports/story/_/id/21225798/league-legends-european-championship-series-move-franchise-partnership-model-abandon-promotion-relegation)

## **8 Seznam tabulek, grafů, obrázků**

### **8.1 Seznam tabulek**

<b>Tabulka 1</b> - Průměrná délka zápasu a počet poražených hráčů při různých verzích oprav 20	
<b>Tabulka 2</b> - Průměrná sledovanost EU LCS a LEC v letech od 2017 až 2022 .....	22
<b>Tabulka 3</b> - Porovnání údajů o sledovanosti s předchozími ročníky EU LCS/LEC .....	36

### **8.2 Seznam grafů**

<b>Graf 1</b> - Průměrná sledovanost EU LCS 2018 jarní sezóna při různých verzích oprav .....	19
<b>Graf 2</b> - Spokojenost lidí s rozhodnutími Riot Games na změny dynamiky hry.....	21
<b>Graf 3</b> - Nejoblíbenější formát soutěže diváků.....	23
<b>Graf 4</b> - Vliv „brandingu“ na zájem o sledování přenosu LEC .....	24
<b>Graf 5</b> - Vliv soutěžících týmů na sledovanost LEC .....	29
<b>Graf 6</b> - Spokojenost s harmonogramem vysílání LEC.....	30
<b>Graf 7</b> - Vliv hodnot a morality na zájem o sledování vysílání LEC .....	32
<b>Graf 8</b> - Porovnání sledovanosti EU LCS/LEC a NA LCS .....	34
<b>Graf 9</b> - Celková spokojenost s rozhodnutími Riot Games souvisejícími s řízením LEC .	36
<b>Graf 10</b> - Sledovanost LEC od jara 2021 do jara 2024 .....	37
<b>Graf 11</b> - Porovnání faktorů ovlivňující zájem diváků o LEC seřazeno podle jejich vlivu	38

### **8.3 Seznam obrázků**

<b>Obrázek 1</b> - Cyklus řízení .....	3
<b>Obrázek 2</b> - Příjemci rozhodnutí .....	6

### **8.4 Seznam příloh**

<b>Příloha 1</b> - Dotazník pro diváky soutěže League of Legends European Championship ....	51
<b>Příloha 2</b> - Zadání práce z EVSKP .....	55



## **Příloha 1 - Dotazník pro diváky soutěže League of Legends European Championship**

### **1. Jaké je vaše pohlaví?**

- a) muž
- b) žena
- c) nebinární

### **2. Jaký je váš věk?**

- a) < 11
- b) 11 – 15
- c) 16 – 20
- d) 21 – 25
- e) 26 – 30
- f) 31 – 35
- g) 36 – 40
- h) > 40

### **3. Sledujete LEC?**

- a) ano
- b) ne

### **4. Kolik soutěžních zápasů v rámci soutěžního dne sledujete?**

- a) 0
- b) 1
- c) 2
- d) 3
- e) 4
- f) 5

### **5. Jaký herní formát sledujete nejraději?**

- a) Bo1
- b) Bo2
- c) Bo3
- d) Jiný

### **6. Odpovězte, zda mají tyto faktory vliv na váš zájem o sledování soutěže LEC.**

	<b>Velmi nesouhlasím</b>	<b>Nesouhlasím</b>	<b>Neutrální</b>	<b>Souhlasím</b>	<b>Velmi souhlasím</b>
<b>Herní meta</b>					
<b>Formát playoff</b>					
<b>Účastníci se týmy</b>					
<b>Harmonogram</b>					
<b>Noví sponzoři</b>					
<b>Interakce na sociálních mediích</b>					
<b>Další obsah (např. youtube videa)</b>					
<b>Odměny (např. digitální obsah)</b>					
<b>Branding</b>					
<b>Zboží</b>					
<b>Hodnoty a moralita</b>					

**7. Odpovězte, zda jste spokojeni s rozhodnutími ovlivňující soutěž LEC společnosti Riot Games.**

	<b>Velmi nesouhlasím</b>	<b>Nesouhlasím</b>	<b>Neutrální</b>	<b>Souhlasím</b>	<b>Velmi souhlasím</b>
<b>Herní meta</b>					
<b>Formát playoff</b>					
<b>Účastníci se týmy</b>					
<b>Harmonogram</b>					
<b>Sponzoři</b>					
<b>Interakce na sociálních mediích</b>					
<b>Další obsah (např. youtube videa)</b>					
<b>Odměny (např. digitální obsah)</b>					
<b>Branding</b>					
<b>Zboží</b>					
<b>Hodnoty a moralita</b>					

**8. Odpovězte, zda jste celkově spokojeni s rozhodnutími ovlivňující soutěž LEC společnosti Riot Games.**

- a) velmi nesouhlasím
- b) nesouhlasím
- c) neutrální
- d) souhlasím
- e) velmi nesouhlasím

## Příloha 2 - Zadání práce z EVSKP



Univerzita Hradec Králové  
Fakulta informatiky a managementu

### Zadání bakalářské práce

**Autor:** Martin Vaněk

**Studium:** I1600803

**Studijní program:** B6209 Systémové inženýrství a informatika

**Studijní obor:** Informační management

**Název bakalářské práce:** **Vliv manažerských rozhodnutí společnosti Riot Games na zájem diváků o evropskou LCS**

**Název bakalářské práce AJ:** Influence of manager decisions of company Riot Games on interest of viewers in european LCS

#### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Cílem práce je zjistit, zda manažerská rozhodnutí společnosti Riot Games mají pozitivní či negativní dopady na sledovanost evropské LCS. Data jsou získávána prostřednictvím dotazníkového šetření a údaje o sledovanosti jsou čerpány z webu, který se zabývá jejich zběrem.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Teoretická část
4. Praktická část
5. Shrnutí výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Seznam použitých zdrojů
8. Seznam tabulek, grafů, obrázků

ANDREJKOVICS, Zoltan. A Newborn Business: Esports. Hungary: Independently published, 2018. ISBN 978-1723831058.

NAIDU, N. V. R. a T. Krishna RAO. Management and Entrepreneurship. New Delhi: I K International, 2008. ISBN 978-8190675789.

PLAMÍNEK, Jiří. Řešení problémů a rozhodování: jak přinutit problémy, aby pracovaly ve váš prospěch. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2437-9.

YATES, Jacques Frank. Decision management: how to assure better decisions in your company. San Francisco: Jossey-Bass, 2003. ISBN 978-0787956264.

**Zadávací pracoviště:** Katedra managementu,  
Fakulta informatiky a managementu

**Vedoucí práce:** Ing. Václav Zubr, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 6.3.2015