

Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav asijských studií

Bakalářská práce

Duc Tuan Nguyen

Korejský herní průmysl v 21.století se zaměřením na hráčskou základnu

Korean game industry in the 21st century with focus on the player base

Praha 2023

Vedoucí práce: Mgr. Vladislava Mazaná, Ph.D.

Poděkování:

Chtěl bych poděkovat své rodině a přátelům, kteří mě podporovali a poskytovali nezbytnou podporu.

Dále děkuji Mgr. Vladislavě Mazané, Ph.D. za ochotnou pomoc, cenné rady při psaní práce a čas, který věnovala mé práci.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, že jsem řádně citoval všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 5. ledna 2024

Duc Tuan Nguyen

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je zmapování korejského herního průmyslu v 21. století, jeho porovnání se zeměmi v regionu a pohled na demografii hráčů. V první části práce budou vysvětleny základní pojmy, typy her a platformy, na tyto naváže prezentace korejského herního průmyslu.

Hlavním tématem výzkumu bude srovnání se zeměmi v regionu, konkrétně s čínským a japonským herním průmyslem. V rámci tohoto srovnání budou vyzdvihnuty významné společnosti, vývojářská studia a prominentní herní tituly, které reprezentují Koreu, Čínu a Japonsko na světovém trhu.

Další část práce bude zaměřena na hráčskou základnu a profesionální hráče Korejské republiky, opět ve srovnání s Čínou a Japonskem.

Klíčová slova

počítačové hry, mobilní hry, Netmarble, Nexon, NCsoft, esport, MMORPG, hráč, korejské hry

Abstract

The aim of this thesis is to map the Korean gaming industry in the 21st century, it's comparison with countries in the region and a look at the demographics of the players. In the first part of the thesis I am explaining basic terms involved with the industry, genres of games and gaming platforms, continued by a summary of the Korean gaming industry.

The main theme of the research is the comparison with countries in the region, particularly with the Chinese and Japanese gaming industry. During the comparison some influential companies, game studios and important game titles representing Korea, China and Japan are going to be highlighted.

The next part of the thesis is focused on the player base and professional players of Korea, again in comparison with China and Japan.

Keywords

computer games, mobile games, Netmarble, Nexon, NCsoft, esport, MMORPG, player, Korean games

Obsah

Úvod.....	6
1. Herní průmysl ve světě	7
1.1 Rozdělení typů her	9
1.1.1 Podle žánrů	9
1.1.2 Podle platformy.....	13
1.1.3 Podle business modelu.....	14
1.1.3.1 Buy to play (B2P).....	14
1.1.3.2 Free to play (F2P).....	15
1.1.3.3 Pay to play (P2P).....	16
2. Korejský herní průmysl v 21.století.....	17
2.1 Významné korejské společnosti.....	21
2.1.1 NC Soft	21
2.1.1.1 Nejvýznamnější hry od NC Soft.....	22
2.1.2 NEXON	27
2.1.2.1 Nejvýznamnější hry od NEXON.....	28
2.1.3 Netmarble.....	32
2.1.3.1 Nejvýznamnější hry od Netmarble	32
2.1.4 Další významní zástupci	34
2.2 Čínský herní průmysl	36
2.2.1 Významné čínské společnosti.....	36
2.3 Japonský herní průmysl.....	41
2.3.1 Významné japonské společnosti.....	41
3. Hráčská základna	44
3.1 Esport – profesionální hráči	44
3.1.1 Esportová scéna v Číně.....	49
3.1.2 Esportová scéna v Japonsku	53
3.2 Demografie a preference hráčů v Koreji	57
3.2.1 Negativní dopady hraní.....	60
3.2.2 Demografie a preference hráčů v Číně	63
3.2.3 Demografie a preference hráčů v Japonsku	64
Závěr	67
Seznam použité literatury a zdrojů	69
Přílohy.....	79

Úvod

Pro svou bakalářskou práci jsem si vybral téma korejského herního průmyslu, které mě osobně zajímá a domníval jsem se, že by mohlo být zpracováno. Na fakultě již byla zpracována jedna práce na téma korejských online her, tudíž jsem usoudil, že by další práce s podobným tématem mohla být vhodná pro doplnění informací. Jižní Korea patří mezi významné technologické země na světě, na trhu najdeme různé korejské herní tituly, které se snaží získat popularitu ve světě a konkurovat hrám z Číny či Japonska. V posledních letech se trend hraní mění, počítačové hry si sice nadále udržují svou popularitu v Koreji, avšak mobilní hry jsou v současné době více výdělečné pro herní společnosti. Co se ale nemění, je popularita her jako *League of Legends* či *World of Warcraft* na esportové scéně.

Jelikož je téma herního průmyslu pro většinu lidí spíše neznámé či o něm ví jen okrajově, začnu ve své práci obecným představením herního průmyslu ve světě a dále představím různé herní žánry a platformy, na kterých se mohou hry hrát. V další části se zaměřím na korejský herní průmysl, který srovnám s čínským a japonským herním průmyslem. Budou vyzdvihnuty významné společnosti, vývojářská studia a jejich prominentní herní tituly. Další část práce se bude věnovat hráčské základně, i zde bude následovat srovnání s Čínou a Japonskem. Srovnávat budeme esportovou hráčskou základnu a demografii hráčů zmíněných zemí.

Cílem bakalářské práce je zanalyzovat a zmapovat korejský herní průmysl a zjistit, jak si vede v porovnání s regionálními rivaly. Porovnání hráčské základny by mohlo také přinést zajímavé srovnání mezi jednotlivými věkovými skupinami apod. Jedním z cílů mé práce je také nastínit důležitost herního průmyslu, jehož exportní artikly mohou být do budoucna stejně významné jako k-pop, k-drama či korejská kuchyně.

Hlavním zdrojem práce jsou pro mě vybrané anglické a korejské zdroje, jelikož jsou ale tyto zdroje většinou neaktuální, rozhodl jsem se spolehnout se na různé internetové zdroje. U těchto zdrojů se budu snažit využít nejvíce oficiální a spolehlivé materiály, které jsou dostupné.

Pro přepis z korejského jazyka budu využívat českou vědeckou transkripci. U korejských jmen uvádím nejprve příjmení a poté vlastní jméno.

1. Herní průmysl ve světě

Když v 70. a 80. letech vznikl první komerční počítač¹, respektive byl zprovozněn „moderní“ internet², málokdo by asi očekával, že v nadcházejících letech se rozvine i herní průmysl do současné podoby. Z arkádových her se hráči přesunuli na osobní počítače a postupně i na mobilní telefony. Herní průmysl je celosvětově velmi dynamicky se rozvíjejícím sektorem díky několika faktorům, jako je zvýšená dostupnost internetu a rozmanitost herních titulů, vývojáři musejí neustále inovovat svoje produkty. Díky tomu si každý hráč může objevit hru, která ho zaujme a má možnost si vybrat i platformu, na které si hru chce zahrát.

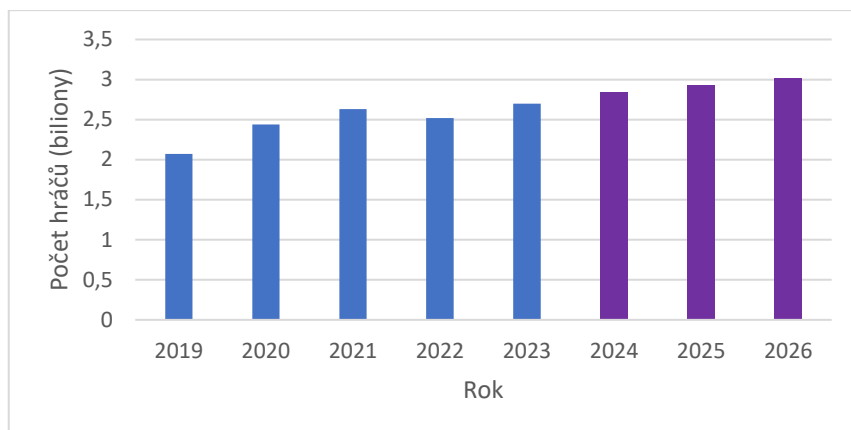
Mnoho společností si dávno uvědomilo, že mít hru dostupnou na více platformách přinese větší zisk, i za cenu většího nasazení zaměstnanců při vývoji nových produktů. Když se podíváme na konkrétní čísla; výnosy herního průmyslu se mají z hodnoty okolo 490 bilionů dolarů pro rok 2023 vyšvihnout na přibližně 688 bilionů dolarů v roce 2027. Největší příjmy přinášejí mobilní hry, se ziskem 170 bilionů dolarů. I počet hráčů má neustále narůstat, z projektovaných 2,7 bilionů pro rok 2023 jich má za 4 roky být přes 3 biliony. Podle dat ze třetího kvartálu roku 2022 mají největší výnosy čínské firmy, americké a japonské firmy. (graf 3)³. Soudě podle těchto čísel lze usoudit, že herní průmysl přináší velké ekonomické benefity a budou i nadále lákat nové hráče, investory i vývojáře. Na světovém herním trhu mají největší podíl Spojené státy americké, Čína, Japonsko, v těsném závěsu za nimi jsou Korea⁴ a Spojené království.

¹ V roce 1945 vznikl první multifunkční digitální počítač, ENIAC. První osobním počítačem je až Micral N z roku 1973. (BARFIELD, Rose. *Who invented computers?* Online. Bricsys. 2020. Dostupné z: <https://www.bricsys.com/blog/who-invented-computers>.)

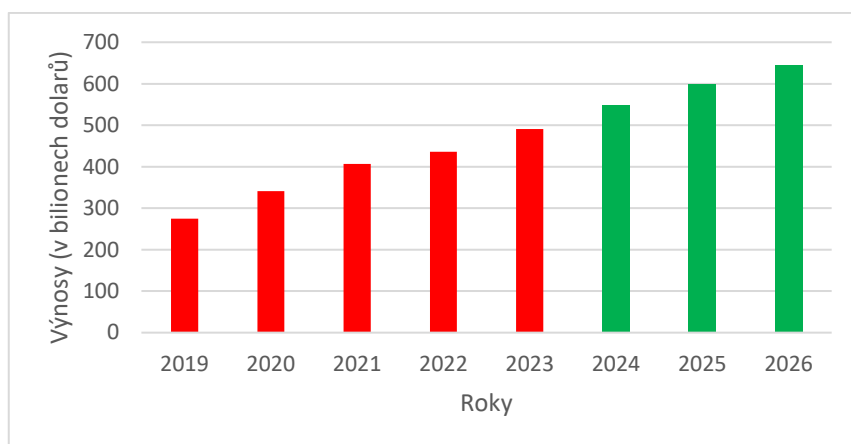
² První prototyp současného internetu se vytvořil ARPANET (Advanced Research Project Research Network) s podporou amerického ministerstva obrany. Moderní internet vznikl až 1. ledna 1983, poté co ARPANET převzal od Roberta Kahna a Vintona Cerfa způsob, jak posílat data v různých sítích. (MCLEAN, CAITLIN. *Who invented the Internet? Everything you need to know about the history of the Internet*. Online. USA TODAY. 2022. Dostupné z: <https://eu.usatoday.com/story/tech/2022/08/28/when-was-internet-created-who-invented-it/10268999002/>.)

³ TURNER, Ash. *Video Game Industry Revenue & Market Share*. Online. BankMyCell. 2023. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/video-game-industry-revenue>

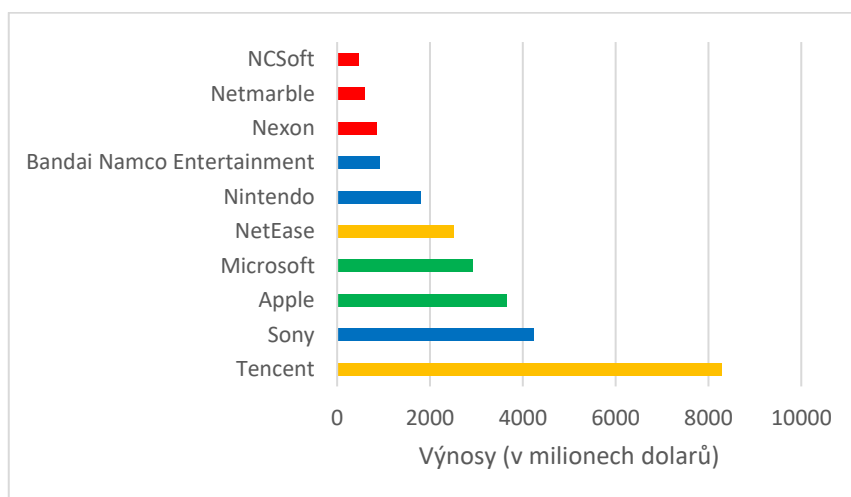
⁴ Detailně se budeme korejským herním průmyslem zabývat v kapitole „Korejský herní průmysl v 21. století“



Graf 1: Celkový počet hráčů na světě⁵



Graf 2: Vývoj výnosů herního průmyslu⁶



Graf 3: Výnosy firem herního průmyslu⁷⁸

⁵ TURNER, Ash. *Video Game Industry Revenue & Market Share*. Online. BankMyCell. 2023. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/video-game-industry-revenue>

⁶ TURNER, Ash. *Video Game Industry Revenue & Market Share*. Online. BankMyCell. 2023. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/video-game-industry-revenue>

⁷ TURNER, Ash. *Video Game Industry Revenue & Market Share*. Online. BankMyCell. 2023. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/video-game-industry-revenue>

⁸ čínské společnosti označeny žlutě, japonské firmy modře, korejské společnosti červeně, americké firmy označeny zeleně

1.1 Rozdělení typů her

Abychom se mohli bavit o herním průmyslu, musíme představit jejich produkty, samotné hry. Kromě toho, že máme rozmanité žánry, různorodé jsou i herní platformy, na kterých máme možnost hrát. Nesmíme zapomenout ani platební politiku a mikrotransakce ve hrách. Všechny tyto faktory nám vytváří různé kombinace, podle kterých vývojáři a vydavatelé publikují a propagují svoje hry.

1.1.1 Podle žánrů

Herní žánry se s postupným vývojem hůře definují; navíc není neobvyklé, že vývojáři vytvoří hru, která v sobě zahrnuje více žánrů. Pro potřeby práce se níže podíváme na 10 základních žánrů, u kterých jsou uvedené významné herní tituly (je ovšem nutné zmínit, že některé hry mohou být zařazeny do více žánrů) a charakteristiky daného žánru.

Prvním žánrem jsou tzv. real-time strategie, zkráceně RTS hry. Nejčastěji se jedná o strategické hry s válečnou tematikou, kde hráč souběžně s počítačem plánuje, jaké budovy postaví, jaké jednotky vyšle do boje atd. Liší se tím od tzv. TBS, turn-based strategií, kde se hráči střídají v plánování různých akcí. Reprezentativními zástupci žánru patří herní série *Age of Empires*⁹, která kombinuje RTS prvky a historické události, nebo hra *StarCraft*¹⁰, která si udržuje vysokou popularitu v Koreji.

Druhým žánrem jsou střílečky, které se postupným vývojem rozvětvily na 2 hlavní sub-žánry: FPS (first-person shooter) a TPS (third-person shooter). FPS hry simulují zorné pole člověka a ukazuje hráči, co vidí jeho postava ve hře. Naproti tomu v TPS hrách hráči vidí vše z pohledu třetí osoby. Velké množství her navíc nabízí hráči možnost přepnout mezi FPS a TPS módem (tato možnost je pro změnu časté u tzv. battle royale her¹¹), příkladem jsou hry *PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)*¹² nebo *Fortnite*¹³. Mezi další známe FPS hry lze

⁹ Série RTS her od společnosti Ensemble Studios

¹⁰ RTS hra od společnosti Blizzard Entertainment

¹¹ Jedná se herní žánr, kdy postava začíná s minimálním množstvím vybavením a má za cíl přežít, získat nové vybavení a porazit ostatní hráče.

¹² Battle royale hra vydaná společností PUBG Studios (Krafton)

¹³ F2P hra vydaná společností Epic Games; má 6 herních módů, reprezentující různé herní žánry

zařadit herní série *Call of Duty*¹⁴, hry *Overwatch*¹⁵ či *Valorant*¹⁶, TPS hry reprezentují herní série *Gears of War*¹⁷ nebo *Uncharted*¹⁸.

Třetím žánrem v pořadí jsou MOBA hry, což je zkratka pro multiplayer online battle arena. Tento žánr má podobné prvky jako RTS hry, konkrétně třeba pohled ze shora na herní mapu, soupeření v reálném čase či plánování strategií. Liší se však v jednom aspektu, MOBA hry se zaměřují na soupeření lidských hráčů proti sobě, případně celých týmů. Toto je dobrý předpoklad pro esport, kde jsou MOBA hry prominentní. Jako konkrétní zástupce bychom měli uvést hry *League of Legends*¹⁹ a *Dota 2*²⁰, které má v Koreji, resp. v Číně velké množství profesionálních hráčů.

RPG, zkrácené z anglického „role-playing game“ (dosl. hra na hrdiny), je jedním z nejrozšířenějších herních žánrů. Vzhledem k tomu, že se RPG hry rozrostly o velké množství subžánrů, tak nemůžeme o žádném herním titulu říci, že je „čistě“ RPG. „Hry na hrdiny“ vesměs fungují na následujícím principu: hráč si vytvoří nebo vybere z předem připravených předloh postavu, kterou postupem času vylepšuje a prochází s ní příběhovým světem. Jak už bylo zmíněno, RPG hry se postupným vývojem rozvětvily a mezi nejdůležitější patří následující: akční RPG, JRPG, MMORPG a TRPG. Akční RPG, jak už název napovídá, má silné zaměření na bojovou stránku, příběhovou linku a různé interakce jsou omezené na nutné minimum. Zařazujeme se sem hru *Diablo*²¹, herní sérii *The Legend of Zelda*²² a *The Witcher*²³. JRPG hry, též „japanese role-playing game“, mají grafiku inspirované anime stylem, boje jsou pomalejší (turn-based²⁴) a příběhová linka je lineární s komplexnějšími zápletkami²⁵. Nejvýznamnější zástupce toho subžánru je japonská herní série *Final Fantasy*²⁶. MMORPG v sobě mísí RPG a MMO (massively multiplayer online), herní svět je sdílený mezi velkým množstvím hráčů, kteří se mohou sdružovat a hrát společně či proti sobě. Tento žánr zastupují

¹⁴ Série stříleček vydaná společností Activision

¹⁵ FPS střílečka vydaná společností Blizzard Entertainment

¹⁶ F2P FPS střílečka od společnosti Riot Games

¹⁷ Série TPS her od společnosti Epic Games

¹⁸ Herní série od společnosti Naughty Dog

¹⁹ MOBA hra vydaná společností Riot Games

²⁰ MOBA hra od společnosti Valve

²¹ Série akčních RPG her vydaná společností Blizzard Entertainment

²² Série her od společnosti Nintendo, kombinující prvky akčních adventur a akčních RPG her

²³ Série akčních RPG her s fantasy motivem, vydaná společností CD Projekt

²⁴ Hráči se střídají ve hře (např. hráč 1 udělá svůj tah a po něm může hráč 2 jít na řadu)

²⁵ KAISER, Rowan. *East Is West: How Two Classic RPGs Prove the Stereotypes False*. Online. Engadget. 2012. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2012-02-16-east-is-west-how-two-classic-rpgs-prove-the-stereotypes-false.html?>

²⁶ Série fantasy RPG her od společnosti Square Enix

tituly jako *World of Warcraft*²⁷ či různé tituly od korejské společnosti NC Soft, jako je herní série *Lineage* či hra *Blade & Soul*²⁸. Posledním důležitým subžánrem RPG jsou taktické RPG, které mají v sobě prvky strategických her. Hráč musí použít svoje kreativní myšlení a vzít v potaz různé vlastnosti postav a prostředí při plánování postupu ve hře. Patří sem herní série *XCOM*²⁹ nebo hra *Valkyria Chronicles*³⁰.

Simulace a sportovní hry jsou, jak název napovídá, vskutku rozmanitým žánrem. Mezi simulacemi najdeme hry simulující život (herní série *The Sims*³¹, *inZOI*³²), řízení dopravního prostředku (herní série *Truck Simulator*), budovatelské (herní série *SimCity*³³ nebo *Cities: Skylines*³⁴). Sportovní hry jsou taktéž velmi rozmanité, na výběr máme věrné adaptace týmových sportů (herní série *EA Sports FC*³⁵ a *NHL*³⁶), závodů (herní série *F1*³⁷ či *Forza*³⁸), zimních sportů, a také sportovních akcí (kupříkladu k příležitosti Olympijských her).

Puzzle a párty hry patří mezi žánry určené nenáročným hráčům. Puzzle hry (též logické hry) mohou být jednoduché jako hra *Minesweeper*³⁹ nebo s propracovanějším herním prostředím, kde jsou puzzle zakomponované do minimap, které musí hráč vyřešit, aby mohl postoupit dál (častý prvek ve hrách, kde máte za úkol se dostat z nějakého uzavřeného prostoru, tzv. "room escape") hry. Párty hry většinu času silně spoléhají na multiplayer, významnými zástupci jsou hry *Jackbox Party Pack*⁴⁰ a série *Mario Party*⁴¹.

Akční adventury patří mezi první hybridní žánry, v sobě kloubí rozsáhlou příběhovou linku a bojovou mechanikou (podobně jako u akčních her). Příběh v akčních adventurách je komplexní, doplněné o zvukovou složku a cutscény⁴². Hráč pohybem své postavy odemyká příběhové linky a tím silně ovlivňuje směřování příběhu. Akční část obvykle spočívá v misích,

²⁷ MMORPG hra vydaná společností Blizzard Entertainment

²⁸ O zmíněných hrách a společnosti se budeme zabývat v kapitole „Korejský herní průmysl v 21. století“.

²⁹ Série sci-fi her, u kterých se vystřídal velké množství vývojářů (současnými vývojáři jsou 2K Marin a Firaxis Games)

³⁰ Série TRPG her s vojenskou tematikou od společnosti Sega

³¹ Série her simulující život, vyvinuté společností Maxis

³² Simulátor života od společnosti Krafton, vydání je plánované na rok 2024

³³ Série budovatelských her, vydané pod hlavičkou společnosti Electronic Arts

³⁴ Budovatelská hra vydaná v roce 2015 společností Paradox Interactive

³⁵ Fotbalový simulátor od společnosti EA Sports, série se přejmenovala na EA Sports FC po skončení spolupráce s mezinárodní fotbalovou federací (FIFA)

³⁶ Každoročně vydávaný hokejový simulátor od společnosti EA Sports

³⁷ Série závodních her od vývojářů Codemasters

³⁸ Série závodních her od Xbox Game Studios

³⁹ Klasická logická hra s nejasným původem

⁴⁰ Série párty videoher od Jackbox Games

⁴¹ Série párty videoher, s postavami z herní série Mario, vydaná společností Nintendo

⁴² Vložená neinteraktivní sekvence ve hrách, většinou doplňují příběhovou linku či dodávají kontext postavám. (<https://www.giantbomb.com/cutscene/3015-22/>)

kteře se musí splnit (např. porazit nepřítel, nasbírat vybrané předměty, konverzovat s NPC, a další). Mezi významné zástupce žánru patří série *Assassin's Creed*⁴³ či hra *Sekiro: Shadows Die Twice*⁴⁴. Někteří hráči sem řadí také herní sérii *The Legend of Zelda*, čímž se prokazuje, že herní žánry se mohou prolínat.

Survival (hry o přežití) a hororové hry se velmi prolínají, v posledních letech někteří vývojáři začali implementovat do těchto her i prvky ze stříleček, a tím se celková charakteristika žánru ztěžuje. Základním předpokladem survival her je takový, že hráč musí udržet svoji postavu naživu za pomoci předmětů, které posbírání nebo vytvoří. Příkladem tohoto žánru jsou kupříkladu hry *Don't Starve*⁴⁵ nebo *Minecraft*⁴⁶. Hororové hry v sobě zahrnují prvek přežití, častým motivem je postapokalyptický příběh, doplněný o zombie či jiné příšery. Některé herní tituly mají psychologické motivy a pomocí napětí zatahuje hráče do hry. Populární hororové hry většinou již zapadají do subžánru survival-horror, za zmínku stojí herní série *Resident Evil*⁴⁷ či hry *Fear & Hunger*⁴⁸ a *White Day: A Labyrinth Named School*⁴⁹.

Sandbox je herní žánr, který vyzdvihuje hráčskou svobodu při prozkoumání otevřeného světa. V těchto hrách nemají většinou hráči předložené cíle ani určené dějové linky, hráči jsou spíše vedeni k tomu, aby experimentoval a našli různé alternativy k řešení různých překážek ve hře. Hra *Elite* z roku 1984 je příkladem sandbox hry s jednoduchým designem a zaměřením na boj, prozkoumávání světa a obchodování. Do kategorie sandbox se zařazuje i herní série *The Sims*, kde hráč má možnost si vytvořit svoji postavu a nastěhovat ho do vlastního domu (naplňuje se tím podstata „života v boxu“); hra *Minecraft*, kde hráč má možnost propustit uzdu své fantazii a na velké otevřené mapě může stavět i bourat; herní série *Grand Theft Auto*⁵⁰, kde se vžijete do role kriminálního a po mapě unikáte policii.

Posledním signifikantním žánrem jsou tzv. platformery (česky plošinovky). Jedná se o hry s 2D grafikou a jednoduché ovládání (běhání, skákání, šplhání). Mezi prominentní tituly patří série *Donkey Kong*, *Super Mario Bros* (obě vyvinuté společností Nintendo) nebo *Sonic the Hedgehog* (vývojářem společnost Sega). Plošinovky jsou populární u menších vývojářů, kteří navíc často experimentují i s jinými žánry. Hry *Cuphead* (od studia MDHR) a *Ori and the*

⁴³ Herní série od společnosti Ubisoft

⁴⁴ Akční adventura vydaná společností FromSoftware

⁴⁵ Videohra vyvinutá společností Klei Entertainment

⁴⁶ Sandbox hra vydaná společností Mojang Studios

⁴⁷ Série her od společnosti Capcom; kombinující prvky FPS a TPS stříleček a survival-hororových her

⁴⁸ Survival-hororová RPG hra vydaná finským vývojářem Miro Haverinenem

⁴⁹ Korejská survival-hororová hra vydaná herním studiem Sonnori

⁵⁰ Herní série vydaná společností Rockstar Games

Blind Forest (vývojářem Moon Studios) inkorporovali prvky adventur a puzzle her, vše je navíc doplněno o propracovanou grafiku.⁵¹⁵²

Podle průzkumu z roku 2022 jsou na korejském trhu mezi počítačovými hráči nejpopulárnější MMORPG, FPS a sportovní hry. Mezi mobilními hráči jsou oblíbené puzzle hry, MMORPG (potažmo i RPG) a online stolní hry. U konzolových hráčů jsou populární sportovní a akční hry⁵³.

1.1.2 Podle platformy

Původně se hry nejčastěji hráli na počítačích (PC) nebo konzolích. S rozvojem mobilních telefonů se pozornost vývojářů přesouvá i na tuto platformu. Kromě toho se pomalu usazuje i tzv. cloud gaming⁵⁴, velké množství vývojářů také vydávají hry s možností hraní na vícero platformách, známé jako cross-platform hraní⁵⁵. Počítače dělíme na stolní (desktopy) a přenosné (laptopy), pro hraní se velmi často prodávají herní počítače, potažmo si samotný konzument zakoupí vylepšení pro svoje zařízení v podobě výkonnějších grafických karet, procesorech apod. Konzole jsou jak přenosné⁵⁶ (např. Nintendo Switch⁵⁷, Playstation Vita), tak i nepřenosné⁵⁸ (např. PS5⁵⁹, Xbox One). Hráči mají možnost koupit si modely zařízení se zabudovanou CD mechanikou či bez ní. U druhé varianty je výhodou menší rozměr a nižší cena⁶⁰. Další důležitou platformou jsou mobilní telefony, potažmo i tablety. Na trhu najdeme nejčastěji zastoupené mobily s operačním systémem Android⁶¹ nebo iOS⁶². Výkonné mobily jsou schopné zprovoznit hry ve stejném grafickém rozhraní jako PC nebo konzole.

⁵¹ PAVLOVIC, Dwight. *Video Game Genres: Everything You Need to Know*. Online. HP. 2020. Dostupné z: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>

⁵² WIRTZ, Bryan. *The Complete Guide to Video Game Genres*. Online. GameDesigning.org. 2023. Dostupné z: <https://www.gamedesigning.org/gaming/video-game-genres/>

⁵³ *The Gaming Market in South Korea*. Online. Allcorrect. 2023. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-south-korea/>

⁵⁴ Hráč si zakoupí hru, ta není fyzicky nainstalovaná na zařízení a je zprostředkována na přechodném úložišti (cloud), a tím nezabírá místo na úložišti.

⁵⁵ V praxi to znamená, že si uživatel nainstaluje hru např. na mobilní zařízení, poté si hru stáhne na počítač, propojí si herní data z mobilu a může pokračovat v hraní. Jako příklad lze uvést akční RPG hru *Genshin Impact* od čínského vývojáře miHoYo, kterou můžete hrát na počítači, konzolích a mobilních zařízeních.

⁵⁶ Jsou vyrobené s cílem umožnit hráčům možnost hrát na cestách.

⁵⁷ Přenosná herní konzole od společnosti Nintendo

⁵⁸ Označení nepřenosné je částečně nepřesné; myslí se tím nemožnost hrát hry přes tyto konzole na cestách.

⁵⁹ Nejnovější herní konzole od japonské firmy Sony

⁶⁰ Na stránkách českého e-shopu Alza.cz nalezneme konzoli PS5 se zabudovanou CD mechanikou za cenu 13 390 Kč, varianta Digital Edition (bez CD mechaniky) stojí 10 990 Kč.

⁶¹ Operační systém pro mobilní telefony

⁶² Operační systém exkluzivní pro mobilní telefony iPhone od společnosti Apple



Obrázek 1: Přenosná herní konzole Nintendo Switch



Obrázek 2: Porovnání 2 variant herní konzole Playstation 5⁶³

1.1.3 Podle business modelu

Business model, též platební politika, je způsob, na kterém funguje monetizace her. Existují celkově tři modely: Buy to play, Free to play, Pay to play. Níže se na ně podíváme detailněji.

1.1.3.1 Buy to play (B2P)

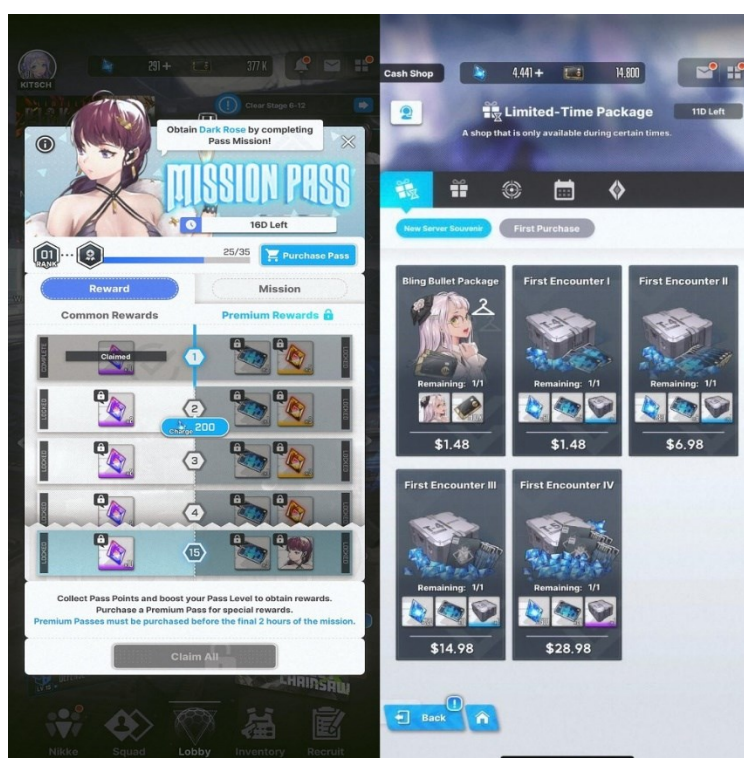
V současné době se tento model vyskytuje méně. Hráč si hru zakoupí a může hru hrát bez omezení. Nejčastěji poté ve hře nalezneme herní obchod, kde jsou nákupy možné za reálné nebo herní peníze. Nejčastěji se jako příklad udává hra *Guild Wars 2*⁶⁴.

⁶³ vlevo model s CD mechanikou

⁶⁴ Korejská MMORPG hra, vyvinutá společností ArenaNet a vydaná NCSoftem

1.1.3.2 Free to play (F2P)

Free to play zaujímá velký poměr na trhu a jak napovídá název, hra „je zdarma k zahrání“. Znamená to, že hráč nemusí kupovat hru ani platit nějaké měsíční poplatky. Většina F2P her získává tržby z mikrotransakcí⁶⁵, které umožňují hráčům jednoduší hraní. Obvykle se jedná o možnost zakoupit si herní měnu za reálné peníze, prémiové předměty, battle pass⁶⁶, kosmetické úpravy apod. Další častou součástí F2P her je tzv. gacha mechanika. Hráč používá našetřenou herní měnu k získání limitovaných či prémiových postav a zbraní tzv. „pullovaním“, fungující na principu herních automatů. Získané předměty jsou náhodné a hráči jsou motivováni k tomu, aby utráceli více peněz k získání vysněné postavy⁶⁷.



Obrázek 3: Ukázka ze hry Goddess of Victory^{68,69}

⁶⁵ JIN, Dal Yong. *Korea's online gaming empire*, 2010, str.157-158

⁶⁶ Častá součást F2P her. Jedná se o seznam odměn, které může hráč získat za plnění úkolů ve hře. Za poplatek dostane hráč větší množství odměn.

⁶⁷ LAWRENSON, Emily. *What are gacha games? Why are they so popular?* Online. Qustodio. 2022. Dostupné z: <https://www.qustodio.com/en/blog/what-are-gacha-games/>

⁶⁸ Akční RPG, TPS hra vydaná společností Shift Up

⁶⁹ Vlevo ukázka battle passu, s rozdělením na normální (které hráč získá zdarma) a prémiové odměny, vpravo ukázka produktů z herního obchodu, které lze zakoupit za reálné peníze

1.1.3.3 Pay to play (P2P)

Tento model je v posledních letech na ústupu a hry jsou většinou vydávány ve free to play modelu. Pay to play se používal původně u MMO her, kdy se platil měsíční poplatek, aby hráč mohl hrát. Hry fungující v tomto modelu byly zpravidla nákladné tituly, s důrazem na detailní zpracování. Příkladem P2P her jsou *Eve Online*⁷⁰ nebo *World of Warcraft*. Jak už bylo zmíněno, velké množství P2P her se přesunulo na model F2P, jako příklad lze uvést hru *Aion: The Tower of Eternity*⁷¹.

⁷⁰ MMORPG hra ve vesmírném prostředí, vydaná společností CCP Games

⁷¹ Korejská MMORPG hra, vydaná společností NCSoft

2. Korejský herní průmysl v 21.století

Korejský herní průmysl byl důležitým vodítkem k překonání důsledků Asijské finanční krize v roce 1997. Od roku 2000 se korejské videohry staly exportním artiklem a započaly tím tzv. „k-game wave“ (korejská herní vlna). Korejská vláda se rozhodla zainvestovat do vylepšení přístupu k internetu a ve velkém podporovala vznik herních startupů. Byly položeny podklady ke pro rozvoj herního průmyslu, vznikly významné firmy jako jsou NC Soft nebo NEXON a po celé Koreji se ve velkém otevírají PC bangy (internetové kavárny s počítači), vybavené výkonnými počítači. Korea se postupně vzpamatovala z finanční krize a přirozeným způsobem se objevilo vhodné prostředí pro hraní. Kombinace progresivního vývoje korejského herního průmyslu a zvýšené dostupnosti přístupu k internetu posunulo Koreu do éry online her⁷². Život mnoha Korejců, obzvláště mladých lidí, se změnil s překotným vývojem online her, pomocí kterých si vypěstovali nová přátelství a vytvořili pevně propojené komunity⁷³.

V tomto období vzniklo několik prominentních MMORPG titulů, jmenovitě *Ragnarok Online*⁷⁴ v roce 2001, *MapleStory* v roce 2002 a *Lineage II* v roce 2003⁷⁵. Poslední jmenovaná hra slavila velký úspěch po celé Asii, získala hlavní cenu na Korean Game awards 2003 a strhla na sebe pozornost i kvůli jednomu kulturnímu fenoménu. V letech 2004 až 2008 se přes 200 tisíc hráčů postavilo jednomu hernímu klanu, který držel pod kontrolou obchodování s předměty a bez rozdílů zabíjel hráče ve hře⁷⁶.

První polovina 21.století byla poznamenána krizí na korejském herním trhu. Mnoho herních titulů se ani nedostalo na trh a velkolepé projekty, do kterých bylo investováno miliony dolarů, skončily bez úspěchu. Rána pro korejské společnosti byl vstup hry *World of Warcraft* na konci roku 2004, stala se první zahraniční hrou, která se uchytila na kompetitivním korejském trhu⁷⁷.

⁷² LEE, Duck-Kyu. *Unique Content, Speed and Competition are Featured in Korean Games*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub02.html>

⁷³ JIN, Dal Yong. *Korea's online gaming empire*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2010. str.4. ISBN 0-262-01476-9.

⁷⁴ Vydaná společností GRAVITY Co., Ltd.

⁷⁵ Hráči MapleStory a Lineage II se bude věnovat podkapitola „2.1 Významné korejské společnosti“

⁷⁶ BAEK, Byung-yeul. *NCSoft pinning high hopes on success of 'Lineage 2M'*. Online. 2019. Dostupné z: https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2020/12/134_276139.html

⁷⁷ *Korean games development*. Online. Games Industry.biz. 2010. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/korean-games-development-a-brief-history-of-the-country-s-online-gaming-creations-from-1996-s-the-kingdom-of-the-winds-to-today-s-3-25-billion-market>

V roce 2009 se objevil katalyzátor pro rozvoj mobilních her ve světě, potažmo i v Koreji. Byl představen první iPhone⁷⁸ a na trhu se objevilo velké množství mobilních her (např. *Angry Birds*⁷⁹), které získaly úspěch. V Koreji nezháleli a 2 velké herní společnosti, Com2Us a Gamevil⁸⁰, vyvinuly nové hry, *Home Run Battle 3D*⁸¹, respektive *ZENONIA*⁸²; obě hry se dostaly na trh v roce 2009.

Za větším rozvojem mobilních her v Koreji stojí internetový konglomerát Kakao, v roce 2013 vznikla sociální mobilní herní platforma Kakao Games, která byla propojená se sociální sítí KakaoTalk. Toto propojení vedlo k nárůstu popularity hraní her přes sociální sítě. Hry *Anipang for Kakao* a *Dragon Fight for Kakao* byly nejoblíbenější sociální hry, dohromady měly přes 20 milionů stažení. Aspoň jednu hru od Kakao si stáhlo přes 30 milionů Korejců. Popularita Kakao Games a rozšíření používání smartphonů vedlo k postupnému příklonu k hraní mobilních her⁸³. V návaznosti na úspěch Kakao Games se velké herní společnosti jako Nexon, Netmarble a další menší vývojáři začali zaměřovat na mobilní trh⁸⁴.

V roce 2016 vyšla nová MMORPG hra *Lineage 2: Revolution* pod hlavičkou Netmarble, s použitím IP⁸⁵ hry *Lineage*. Hra za měsíc vynesla společnosti zisk v hodnotě přes 206 milionů wonů a nastartoval trend vývoje mobilní her založených na populárních online her (*Lineage*, *Black Desert Online* či *Tera Online*⁸⁶).⁸⁷ V roce 2017 mobilní hry předstihly poprvé v historii počítačové hry vy výnosech, v roce 2022 tvořily mobilní hry 61 % celkového korejského trhu, tržby dosáhly hodnoty 11 bilion dolarů⁸⁸.

V roce 2020 bylo Korejskou demokratickou stranou navrženo, aby se mezi kulturu a umění zařadily i videohry. 7.září 2022 pak Národní shromáždění schválilo částečnou změnu

⁷⁸ Série smartphonů od firmy Apple Inc.

⁷⁹ Série her s akčními, strategickými a puzzle prvky vyvinuté společností Rovio Entertainment.

⁸⁰ V roce 2013 Gamevil koupil svého konkurenta Com2Us a v roce 2021 došlo k přejmenování na Com2Us Holdings. (PALAK, Asif Zubayer. *Gamevil is officially renaming itself to Com2uS Holdings*. Online. GamingonPhone. 2021. Dostupné z: <https://gamingonphone.com/news/gamevil-is-officially-renaming-itself-to-com2us-holdings/>)

⁸¹ Korejská arkádová hra s baseballovým motivem

⁸² Korejská akční RPG hra

⁸³ LEE, S. Austin a Alexis PULOS, ed. *Transnational Contexts of Development History, Sociality, and Society of Play Video Games in East Asia* [online]. Springer International Publishing, 2016, str. 124. ISBN 9783319438207. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4791121>

⁸⁴ Konkrétní tituly jsou zmíněny v podkapitole „2.1 Významné korejské společnosti“

⁸⁵ Intellectual property, česky duševní vlastnictví

⁸⁶ Korejská MMORPG hra od Bluehole Studio, dceřinné firmy společnosti Krafton

⁸⁷ LEE, Duck-Kyu. *Unique Content, Speed and Competition are Featured in Korean Games*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub02.html>

⁸⁸ *South Korea - Entertainment and Media*. Online. International Trade Administration. 2023. Dostupné z: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-entertainment-and-media>

jihokorejského zákona o propagaci kultury a umění.⁸⁹ Videohry, potažmo i muzikály a animované filmy, byly zařazeny do zákona, kterých doznal změn 50 let od svého zavedení. Tato změna přináší pro vývojáře finanční podporu ze strany státu a umožňuje zapojit se do lokálních kulturních a uměleckých projektů.⁹⁰

Herní trh v Koreji se díky rozmanité a soutěživé herní kultuře v posledních letech rozvinul. Korea patří mezi největší herní trhy soudě podle příjmů, zaujímá čtvrté místo s více než 35 miliony hráčů. Oproti minulé dekádě se velikost trhu zdvojnásobila z 7,2 bilionů dolarů na současných 15 bilionů dolarů⁹¹. Rok 2020 přineslo změnu v korejské herní kultuře, způsobenou covidovými opatřeními. Velké množství lidí muselo zůstat doma, došlo tím k nárůstu hraní konzolových a mobilních her; na druhou stranu PC bangy (internetové kavárny) a arkádové herny registrovali velké ztráty kvůli omezeným návštěvám hráčů a zkráceným otevíracím hodinám⁹².

Konzolové hry bývaly slabším článkem korejského herního průmyslu a do budoucna je to oblast, na kterou se může zaměřit, i vzhledem k popularitě konzolových her na velkých trzích (USA, Japonsko, Evropa). V roce 2017 vyšla hra *White Day* na PS4 a remake⁹³ klasické korejské hry *War of Genesis* byl oznámen pro Nintendo Switch. Co se týče prognóz do budoucna, očekává se, že Korea bude zapojená do vývoje VR her a měla by si nadále udržet svojí vybudovanou pozici na trhu.⁹⁴ Již nyní se ve většině korejských arkádách a hernách testují VR hry a vybavení (např. rukavice se senzory)⁹⁵.

Jižní Korea patří mezi silné hráče na trhu s mobilními hrami, navzdory menší velikosti trhu oproti Číně či USA. Tento hendikep ale plně nahrazuje vyššími útratami jednotlivých hráčů u jednotlivých her. Na začátku všeho bylo představení modelu her F2P, které bylo v zemi velmi úspěšné, jelikož dokázalo, že i tento byznys model je schopný generovat zisky. V současné době jsou korejské mobilní hry proslulé pro svojí výbornou grafickou stránku a různorodost žánrů,

⁸⁹ KIM, Mihüi. *Munjeböb čedžöng 50njön mane geimi böbčögin munhwajesuri dwässda*. Online. Game Meca. 2022. Dostupné z: <https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1685193>.

⁹⁰ OBEDKOV, Evgeny. *South Korea legally recognizes video games as form of culture and art*. Online. Game World Observer. 2022. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2022/09/09/south-korea-recognizes-video-games-as-culture-and-art>.

⁹¹ *Growth in South Korea gaming market*. Online. Asia Fund Managers. 2023

⁹² <https://www.statista.com/topics/5683/gamers-in-south-korea/#topicOverview>

⁹³ Obvykle se jedná o předělání již vydané hry pro jinou platformu, se zlepšenou grafikou či opravenými chybami z původní hry

⁹⁴ KIM, Sung-tae. *Korea is, and Will Continue to be, a Force in the Gaming Industry*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub03.html>.

⁹⁵ *Growth in South Korea gaming market*. Online. Asia Fund Managers. 2023

dominující jsou stále MMORPG hry, které dominují v počtech hráčů a zisku i na mobilním trhu⁹⁶.

⁹⁶ *The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown*. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

2.1 Významné korejské společnosti

Dominanci na herním trhu v Jižní Koreji drží tzv. 3N, jmenovitě NC Soft, NEXON a Netmarble. Následování jsou dalšími firmami, které v posledních letech udělaly velké kroky v rozvoji.⁹⁷ Pandemie koronaviru dopomohla korejským herním společnostem k úspěchu; kromě zaměření na domácí trh se začaly orientovat i na ten světový, jmenovitě Čína patří mezi hlavní konzumenty korejských her. Další důležitým faktem je prozíravost samotných firem, které se dokázaly adaptovat na změny v trendech na trhu. Příkladem jsou úspěšné předělání PC her jako je *KartRider* (Nexon) nebo *Lineage* (NC Soft) v mobilní hry.⁹⁸

2.1.1 NC Soft

Název společnosti	NC Soft
CEO	Kim Täckin (김택진)
Rok založení	1997
Sídlo společnosti	Söngnam, Jižní Korea

Tabulka 1: Základní informace o společnosti NC Soft⁹⁹

NC Soft byla založena v roce 1997 v Söulu a velice rychle se zařadil mezi světové lídry v online hrách. Hra *Lineage*, vydaná v roce 1998, má i nadále velké množství fanoušků v konkurenci novějších her. Díky úspěchu této hry NC Soft rozšířil svoje vývojářské aktivity i do jiných zemí. V roce 2003 vyšel druhý díl hry *Lineage*, doplněný o 3D grafiku. V roce 2005 vydala ArenaNet, dceřinná společnost NC Softu, *Guild Wars*. Hra pomohla rozšířit pole působnosti NC Softu na americkém a evropském trhu a po celém světě se prodalo zhruba 6 milionů kopií, druhý díl byl vydán v roce 2012. Úspěchy slavila firma i s hrami *Aion* a *Blade & Soul*. NC Soft je taktéž jeden z předních světových vývojářů mobilních her, velmi úspěšný je titul *Lineage 2M*¹⁰⁰. Výroční zpráva společnosti NC Soft pro rok 2022 uvádí, že vykázaly zisky v hodnotě 2,57 trilionů wonů, tržby z mobilních her dosáhly hodnoty 1,93 trilion wonů a PC her vynesly 390,4 bilionů wonů¹⁰¹. Na herním expu G-Star 2023 v Pusanu oznámil CEO Kim Täckin strategickou změnu zaměření z herní série *Lineage* na jiné herní žánry, ve snaze přilákat mladší generaci hráčů a zareagovat na pokles výnosů; a odklonění od vývoje mobilních

⁹⁷ *Growth in South Korea gaming market*. Online. Asia Fund Managers. 2023

⁹⁸ *The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown*. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

⁹⁹ <https://us.ncsoft.com/en-us/careers>

¹⁰⁰ <https://us.ncsoft.com/en-us/careers>

¹⁰¹ *NCSoft Announces Annual Financial Results for 2022*. Online. NCSoft. 2023. Dostupné z: <https://kr.ncsoft.com/en/pr/newsDetail/5341.do>

her. NC Soft na narůstající zájem o konzolové hry v Koreji reaguje vydáním 4 nových her, které jsou primárně určené pro konzole. Celkově společnost představila 6 nových her: *LLL* (akční střílečka s RPG prvky), *Project G* (první RTS hra v historii firmy), *Puzzup Amitoi* (puzzle hra), *Battle Crush* (akční hra), *BSS* (RPG hra, kde hráč bude sbírat kartičky postav a skládat tým) a *Throne and Liberty*. Na rok 2025 navíc plánuje vydání dalších nových titulů, které podle slov Kim Täckčina posunou NC Soft dopředu¹⁰²¹⁰³.

2.1.1.1 Nejvýznamnější hry od NC Soft

Lineage

Tato série MMORPG her je jedním z ikonických zástupců korejského herního průmyslu a vygenerovala zisk 4,5 bilionů dolarů.¹⁰⁴ Hra byla spuštěna v roce 1998, s 2D grafickým rozhraním. V roce 2003 vyšlo *Lineage II*, které na rozdíl od svého předchůdce měl 3D grafiku, a je považované za konkurenta západní hry *World of Warcraft*, které se v Koreji taky těší oblibě. Nejnovější hrou v sérii je *Lineage W*, které je od listopadu 2021 dostupné v Asii na PC, Android a iOS. Poslední pokračování série má nést název *Throne and Liberty*, které bylo původně plánované pod jménem *Lineage Eternal*¹⁰⁵. Jeho spuštění se očekává na 7.prosinec 2023.¹⁰⁶

Pro mobilní zařízení vyšlo v roce 2017 *Lineage M*, který překonal rekordy *Lineage II*¹⁰⁷. Exkluzivně pro korejský trh vyšel 27.listopadu 2019 *Lineage 2 M*¹⁰⁸, které za necelé 3 měsíce vynesl firmě výnosy v hodnotě přes 152 milionů dolarů¹⁰⁹.

¹⁰² LEE, Ju-Hyun. *NCSoft looks beyond MMORPGs to draw young gamers*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202311160016>

¹⁰³ MOON, Joon-hyun. *NCSoft to tear loose from Lineage: CEO*. Online. The Korea Herald. 2023. Dostupné z: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20231119000101>

¹⁰⁴ *The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown*. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

¹⁰⁵ *Lineage Eternal Development Team Got a Big Change*. Online. 2P.com. 2017. Dostupné z: https://web.archive.org/web/20170705234925/http://2p.com/48357343_1/NCsoft-Replaced-the-Leadership-of-Lineage-Eternal-Development-Team-by-MMORPGmaster.htm

¹⁰⁶ <https://tl.plaync.com/ko-kr/index?redirect=false>

¹⁰⁷ *The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown*. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

¹⁰⁸ CHUNG, Joo-won. *NCSoft flying high on earnings hope*. Online. YONHAP NEWS AGENCY. 2020. Dostupné z: <https://en.yna.co.kr/view/AEN20200108003000320>

¹⁰⁹ VALENTINE, Rebekah. *Lineage 2 M surpasses \$152m in three months*. Online. Games Industry.biz. 2020. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/lineage-2-m-surpasses-usd152m-in-three-months>

Do série her Lineage patří i *Lineage 2: Revolution*, u kterého NCSOFT prodal licenci pro Netmarble. Hra vyšla v Koreji 15. listopadu 2016, zbytek světa se dočkal o rok později. Titul patří mezi nejúspěšnější mobilní hry v Koreji a během prvních 30 dní od vydání vygeneroval přes 175 milionů dolarů, dvojnásobek oproti původním plánům¹¹⁰.



Obrázek 4: Hra Lineage¹¹¹¹¹²

¹¹⁰ COWLEY, Ric (ed.). *Netmarble's Lineage 2: Revolution surpasses \$176 million in revenues in its first month*. Online. PocketGamer.biz. 2017. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/64894/lineage-2-revolution-surpasses-176-million-usd-in-revenues/>

¹¹¹ <https://www.gamespot.com/articles/lineage-servers-shutting-down-in-the-west/1100-6313217/>

¹¹² můžeme vidět 2D grafické rozhraní, které je archaické pro dnešní dobu



Obrázek 5: Hra Lineage 2¹¹³¹¹⁴



Obrázek 6: Hra Lineage 2M¹¹⁵¹¹⁶

Guild Wars

Jak již bylo uvedeno výše, tato MMORPG hra vyšla 28.dubna 2005 pod hlavičkou dceřiné firmy ArenaNet, po 3 letech prodala hra 5 milion kopií¹¹⁷. V roce 2012 byl na trh uveden *Guild Wars 2*, který se liší v některých aspektech od předchozího dílu. Na rozdíl od jiných her

¹¹³ <https://www.mmomorp.com/mmorp/lineage-ii/>

¹¹⁴ můžeme zde vidět 3D grafiku, která je ale vskutku zastaralá v roce 2023

¹¹⁵ <https://play.google/store/apps/details?id=com.ncsoft.lineage2mnu&hl=en>

¹¹⁶ na obrázku postava elfky, můžeme zde vidět moderní 3D grafické rozhraní a přehledně umístěné ikony

¹¹⁷ *Guild Wars Hits 5 Million Units Sold*. Online. Wired. 2008. Dostupné z: <https://www.wired.com/2008/02/guild-wars-brea/>

ve stejném žánru¹¹⁸ má příběhovou linku, která je aktivně ovlivněna rozhodnutími samotných hráčů.¹¹⁹¹²⁰ Hra byla v době vydání placená (po prvních 2 týdnech měla na svém kontě prodané 2 miliony kopií¹²¹), a v roce 2015, kdy se prodalo 5 milionů kopií samotné hry, oznámili vývojáři přechod na free-to-play model¹²². Za rok 2022 vydělala hra 95 bilionů wonů (jen *Lineage* vydělala více)¹²³.



Obrázek 7: obrázek ze hry Guild Wars 2¹²⁴

¹¹⁸ *Guild Wars 2 Design Manifesto*. Online. GuildWars2.com. 2010. Dostupné z: <https://www.guildwars2.com/en/news/guild-wars-2-design-manifesto/>.

¹¹⁹ *Personal Story*. Online. Dostupné z: <https://www.guildwars2.com/en/the-game/personal-story/>.

¹²⁰ Tento aspekt je běžný spíše u singleplayerových her než u multiplayerových.

¹²¹ MCCALL, Daniel. 'Guild Wars 2' Sales Break Two Million Mark. Online. Inquisitr.com. 2012. Dostupné z: <https://www.inquisitr.com/331128/guild-wars-2-sales-break-two-million-mark>

¹²² PURCHESE, Robert (ed.). *ArenaNet explains Guild Wars 2 going free, and the addition of raids*. Online. Eurogamer. 2015. Dostupné z: <https://www.eurogamer.net/arenanet-explains-guild-wars-2-going-free-and-the-addition-of-raids>

¹²³ *NCSOFT Announces Annual Financial Results for 2022*. Online. NCSOFT. 2023. Dostupné z: <https://kr.ncsoft.com/en/pr/newsDetail/5341.do>

¹²⁴ <https://www.mmorp.com/columns/mmo-reroll-guild-wars-2-2000122669>

Blade & Soul

Blade & Soul je akční MMORPG s wu-sia¹²⁵ tematikou, s využitím qinggong¹²⁶ jako mechaniku cestování po mapě zasazeném do otevřeného světa. Hráči mají možnost si vytvořit svoji postavu, se kterou prozkoumávají herní svět a plní questy od NPC¹²⁷ postav. Hra používá kameru z pohledu třetí osoby a pro útok musí hráči vytvářet „komba“, stejně jako v bojových hrách. Pro hráče je lákadlem systém oblečení, které plní čistě estetickou funkci, čímž postava ve hrách nemusí řešit vlastnosti a bonusy jako u jiných her podobného rázu.

Korejští hráči si mohli hru zahrát od 30.června 2012, na japonském trhu vyšla 20.května 2014 a zbytek světa se vydání hry dočkal 19.ledna 2016. Na mobilní platformy se hra dostala 6.prosince 2018 pod názvem *Blade & Soul Revolution* u vydavatele Netmarble¹²⁸. Kromě toho NCSOFT připravil renovační projekt „Blade & Soul Vision Update“, pomocí kterého vylepšili herní engine¹²⁹ a grafiku. Takto vylepšená hra byla spuštěna jako *Blade & Soul 2* v červnu 2021 v Koreji¹³⁰.

¹²⁵ *Introduction to Wuxia*. Online. Blade & Soul. 2015. Dostupné z: <https://www.bladeandsoul.com/en-us/news/article/3918/introduction-to-wuxia>

¹²⁶ Anglicky windwalk, jedná se cvik z čínského kung-fu, přesněji se jedná o rychlý běh kombinující kung-fu a parkur

¹²⁷ Non-playable character; jedná se o postavy ovládané počítačem

¹²⁸ *Blade & Soul: Revolution – Netmarble announces Korean launch date for new mobile MMORPG*. Online. MMOCulture. 2018. Dostupné z: <https://mmoculture.com/2018/10/blade-soul-revolution-netmarble-announces-korean-launch-date-for-new-mobile-mmorpg/>

¹²⁹ Softwarový framework, soustředující obecní funkce v počítačových hrách

¹³⁰ *Blade & Soul – NCsoft previews upgrade to Unreal Engine 4 for Asian fantasy MMORPG*. Online. MMOCulture. 2018. Dostupné z: <https://mmoculture.com/2018/05/blade-soul-ncsoft-previews-upgrade-to-unreal-engine-4-for-asian-fantasy-mmorpg/>



Obrázek 8: Snímek ze hry Blade & Soul¹³¹¹³²

2.1.2 NEXON

Název společnosti	Nexon Co., Ltd.
CEO	Owen Mahoney ¹³³
Rok založení	1994
Sídlo společnosti	Tokio, Japonsko (od roku 2005)

Tabulka 2: Základní informace o společnosti Nexon¹³⁴

Nexon je v současné době největší herní firmou v Jižní Koreji. Navzdory tomu, že firma byla založena v Koreji, svoje sídlo má v Japonsku. Firma má po světě různé pobočky, vývoj a vydávání her je řízeno nezávisle podle regionu. Společnost se může pochlubit více než 80 hrami, dostupnými ve více jak 190¹³⁵ zemích¹³⁶. Mezi nejznámější hry vydané společností jsou *MapleStory*, *KartRider*, *Dungeon Fighter Online*¹³⁷ či *Blue Archive*.

¹³¹ <https://mmoculture.com/2018/05/blade-soul-ncsoft-previews-upgrade-to-unreal-engine-4-for-asian-fantasy-mmorpg/>

¹³² porovnávají rozdíl mezi starým herním enginem Unreal Engine 3 a novým Unreal Engine 4

¹³³ Od března 2024 nastoupí do funkce nový CEO, I Džonghön (ROUSSEAU, Jeffrey. *Nexon names Junghun Lee as its next CEO*. Online. Games Industry.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/nexon-names-junghun-lee-as-its-next-ceo>)

¹³⁴ <https://www.nexon.com/nexon-america/en/about-nexon>

¹³⁵ Toto číslo lze brát s nadsázkou; společnost tím naznačuje, že svoje produkty nabízí všem trhům (kupříkladu některé japonské hry nejsou dostupné mimo japonský trh a pro světový trh vydávají separátní verzi)

¹³⁶ <https://www.nexon.com/nexon-america/en/about-nexon>

¹³⁷ Akční RPG hra

2.1.2.1 Nejvýznamnější hry od NEXON

Maple Story

Maple Story je 2D „side-scrolling“¹³⁸ MMORPG hra, která byla představena v roce 2003, v nadcházejících letech byla hra vydaná i v Japonsku, Číně a dalších zemích. Hráči cestují do „Maple Worldu“, kde poráží nestvůry a vylepšují schopnosti svých postav; navíc mají možnost vytvářet „guildy“, kde se mohou setkávat. V roce 2010 vyšlo rozšíření s názvem Big Bang, které přineslo do hry PvP¹³⁹ obsah a možnosti profesí. V roce 2015 vyšlo Maple Story 2, které převzalo obsah hry předchozího dílu a doplnil ho o 3D grafiku. Pro mobilní platformu (Android a iOS) bylo v říjnu 2016 vydáno Maple Story M, celosvětově vyšlo 28.května 2018. Exkluzivně pro čínský trh vyšla hra 17.srpna 2023 a po 35 dnech nastrádala zisk 55 milion dolarů¹⁴⁰. Hra má v současné době přes 180 milionů registrovaných hráčů po celém světě a celkem vyneslo již 4 biliony dolarů¹⁴¹.



Obrázek 9: Hra Maple Story¹⁴²

¹³⁸ Limitovaný pohyb pomocí šipek na klávesnici (pohyb doleva nebo doprava)

¹³⁹ Player vs. Player, herní obsah zaměřený na boj hráčů v onlinových hrách; opakem je PvE, kde hráč hraje proti postavám ovládaným počítačem

¹⁴⁰ ROUSSEAU, Jeffrey. *MapleStory M pulls in \$600m in lifetime earnings*. Online. Games Industry.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/maplestory-m-pulls-in-600m-in-lifetime-earnings>

¹⁴¹ "Q2 2023 Investor Presentation". Nexon. 2023

¹⁴² <https://www.nexon.com/main/en/MapleStory/details>



Obrázek 10: Hra Maple Story 2¹⁴³¹⁴⁴

Kart Rider

Tato online závodní hra pro více hráčů byla vydaná v Koreji 1. června 2006 pod jménem *Crazyracing KartRider*. Hra byla ve svých počátcích považována za kopii japonské herní série *Mario Kart*¹⁴⁵, společnost Nintendo však preferovalo udržovat konstruktivní vztahy s Nexonem, tudíž nedošlo k žádným soudním sporům¹⁴⁶. V současné době je hra aktivní jen v Číně, v ostatních zemích je hra již neaktivní (ukončení hry v Koreji v březnu 2023 doprovázely i protesty ze strany hráčů)¹⁴⁷. V roce 2011, respektive v roce 2020, byly pro mobilní zařízení vydané hry *KartRider Rush* a *KartRider Rush+*. Dva týdny od vydání překonal *KartRider Rush+* hranici 10 milionů stažení po celém světě¹⁴⁸. Návrat na PC se konal až 11. ledna 2023, kdy vyšla hra *KartRider Drift*¹⁴⁹, s možností hraní na různých platformách (vydaná na PC, PS4, Xbox One, Android a iOS). Popularitu hru dokumentují následující čísla: přes polovina

¹⁴³ <https://www.polygon.com/2018/5/10/17340000/maplestory-2-closed-beta-impressions>

¹⁴⁴ vidíme zde 3D grafické rozhraní, čímž se odlišuje od hry Maple Story

¹⁴⁵ [Čojŏngdžune geimhisŭtchori] Mario wangguge sŏnbongdžang 'Mariokchatchŭ'. Online. Dongailbo. 2014. Dostupné z: <https://n.news.naver.com/mnews/article/020/0002596455?sid=105>

¹⁴⁶ *Intchŏbju - Nintchendo kchoria kchoda mineo dŏpchjoisa*. Online. SmartPCSarang. 2008. Dostupné z: <https://www.ilovepc.co.kr/news/articleView.html?idxno=1760>

¹⁴⁷ *Kchatchŭraidŏ sŏbisŭ čongnjoje tchŭrŏk siwi...neksŭn, husokčang džingchŭsŭ kkŏlka*. Online. Jŏnhab njušŭ. 2022. Dostupné z: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20221222111100017>

¹⁴⁸ MURRAY, Sean. *KartRider Rush+ Downloaded Over 10 Million Times In Just Two Weeks*. Online. TheGamer. 2020. Dostupné z: <https://www.thegamer.com/kartrider-rush-downloaded-10-million/>

¹⁴⁹ *Dev Blog - Preseason revs up Jan. 11, 2023 (PT)!*. Online. Nexon. 2022. Dostupné z: <https://www.nexon.com/kartdrift/en/news/announcement/view?threadId=1913217>

korejské populace a 45% tchajwanské populace hrála některou z her v sérii; dohromady přinesly hry společnosti Nexon zisk bilion dolarů¹⁵⁰.



Obrázek 11: Hra Crazyracing Kart Rider¹⁵¹



Obrázek 12: Hra Kart Rider Drift¹⁵²

¹⁵⁰ "Q2 2023 Investor Presentation". Nexon. 2023

¹⁵¹ <https://www.wtfast.com/ar/games/kart-rider/>

¹⁵² <https://kartrider-drift.en.uptodown.com/android>

Blue Archive

Blue Archive je taktická RPG hra, kde se hráč stává učitelem v dívčí akademii a vede studentky v bojích a vyšetřování záhad ve fiktivním městě Kivotos¹⁵³. Hra je zdarma ke stažení s mikrotransakcemi, nové postavy získá hráč pomocí gacha mechaniky.

Blue Archive je novým přírůstkem mezi hrami od Nexonu, v roce 2021 byl představen pro Android a iOS v Japonsku, na konci roku bylo naplánováno vydání pro zbytek světa. Exkluzivně pro čínský trh vyšla hra 3.srpna 2023¹⁵⁴. Výnosy ze hry dosáhly hodnoty 240 milionů dolarů (zahrnuje všechny verze), největší zisky má na japonském trhu, jen za srpen 2023 zde hra vydělala 19 milionů dolarů¹⁵⁵¹⁵⁶.



Obrázek 13: Vlastní obrázek ze hry Blue Archive¹⁵⁷

¹⁵³ KIM, Byung-wook. *Nexon's Blue Archive: Mobile game for anime fans by anime fans*. Online. The Korea Herald. 2021. Dostupné z: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20211027001027>

¹⁵⁴ LEE, Seung-Woo. *Nexon launches hit RPG Blue Archive in China*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202308040009>

¹⁵⁵ *Blue Archive tops \$240 million in revenue, had best month in January*. Online. Niche Gamer. 2023. Dostupné z: <https://nichegamer.com/blue-archive-tops-240-million-in-revenue-had-best-month-in-january/>

¹⁵⁶ GACHAREVENUE. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.gacharevenue.com/game/11>

¹⁵⁷ Ukázka boje ve hře Blue Archive, vidíme zde možnost automatizovaného boje v pravém dolním rohu

2.1.3 Netmarble

Název společnosti	Netmarble Corp.
CEO	Park Sean
Rok založení	2000
Sídlo společnosti	Sŏul, Jižní Korea

Tabulka 3: Základní informace o společnosti Netmarble¹⁵⁸

Firma byla založená v roce 2000, jedná se o největšího vydavatele a vývojáře mobilních her v Koreji, zaměstnává přes 3500 zaměstnanců v 8 pobočkách (hlavní se nachází v Sŏulu, dalších 7 mimo Koreu). Firma má ve svém portfoliu Jam City¹⁵⁹, kde je největším akcionářem, a dceřinou firmu Kabam, zaměřující se na vývoj multiplayerových free-to-play her. V roce 2021 se podle data.ai Netmarble umístil na 10.místě mezi vydavateli mobilních her (podle zisku).¹⁶⁰ Mezi nejznámější hry této firmy patří *Lineage 2: Revolution*, *Seven Knights*¹⁶¹ či *Ni No Kuni: Cross Worlds*¹⁶², který v prvních 2 týdnech od vydání vynesl firmě na platformách Android a iOS 100 milionů dolarů.¹⁶³ Pro rok 2024 má firma v plánu vydat hru *Ni No Kuni: Cross Worlds* na čínském trhu a 6 nových her v první polovině roku, patří mezi ně *Arthdal Chronicles: Three Factions*, *Solo Leveling: ARISE* a *Raven 2*¹⁶⁴.

2.1.3.1 Nejvýznamnější hry od Netmarble

Lineage 2: Revolution

Jak již bylo zmíněno výše, Netmarble získal licenci pro vydání této hry od společnosti NC Soft, který drží IP pro herní sérii Lineage. Samotná hra vyšla 15.listopadu 2016 v Koreji, pro zbytek světa vyšel o rok později. Titul patří mezi nejúspěšnější mobilní hry v Koreji a během prvních 30 dní od vydání vygeneroval přes 175 milionů dolarů, dvojnásobek oproti původním plánům. Hra je díky společnosti Netmarble optimalizovaná pro mobilní zařízení, a

¹⁵⁸ <http://www.netmarble.com/en#about>

¹⁵⁹ Přední vydavatel tzv. casual her (nenáročné hry pro masu)

¹⁶⁰ <http://www.netmarble.com/en#about>

¹⁶¹ Mobilní RPG hra

¹⁶² Mobilní RPG hra

¹⁶³ OBEDKOV, Evgeny. *Netmarble to establish video game museum to preserve industry's legacy*. Online. Game World Observer. 2022. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2022/09/19/netmarble-video-game-museum-south-korea>.

¹⁶⁴ CHAPPLE, Craig. *Netmarble cuts losses by 90% in Q3 despite revenue decline*. Online. PocketGamer.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/82911/netmarble-cuts-losses-by-90-in-q3-despite-revenue-decline/>

většina herní obsahu se plní automaticky. Pokud hráč zahájí nějaký quest, hra začne automaticky vodit postavu k lokalitě, kde se má daný úkol splnit. Pokud hráč potřebuje porazit nějaké příšerky nebo dojít za nějakou NPC postavou, hra to udělá automaticky. Hráčské schopnosti jsou však prověřené v tzv.dungeonech a PvP obsahu, kde už musí hráč svoji postavu ovládat pomocí virtuálního joysticku na displeji¹⁶⁵. Co se týče samotného příběhu, hráč si na začátku vytvoří svoji postavu (má na výběr ze 6 ras: člověk, elf, dark elf, dwarf (trpaslík), orc a kamael), která navazuje na boj jistého Beletha mágům, kteří chtějí svět uvést do chaosu. Jelikož sám nebyl schopen zastavit toto zlo, musí se jim postavit noví hrdinové, kteří mají za cíl zachránit svět před nekonečnou temnotou¹⁶⁶. Lineage 2: Revolution mělo ke konci roku 2018 přes 30 milionů hráčů a v říjnu 2019 dosáhly výnosy ze hry hodnoty 1,7 bilion dolarů, největší popularitu má hra kromě v Koreji i v Japonsku a na Tchaj-wanu¹⁶⁷¹⁶⁸.



Obrázek 14: Hra Lineage 2: Revolution¹⁶⁹¹⁷⁰

¹⁶⁵ FAHEY, Mike. *Lineage 2: Revolution Pretty Much Plays Itself*. Online. Kotaku. 2017. Dostupné z: <https://kotaku.com/lineage-2-revolution-pretty-much-plays-itself-1820509649>

¹⁶⁶ <http://l2.netmarble.com/en/features>

¹⁶⁷ TAKAHASHI, Dean. *How Lineage 2: Revolution topped 30 million global players*. Online. VentureBeat. 2018. Dostupné z: <https://venturebeat.com/games/how-lineage-2-revolution-topped-30-million-global-players/>

¹⁶⁸ CHAPPLE, Craig. *Lineage Franchise Crosses \$4 Billion in Gross Revenue on Mobile*. Online. Sensor Tower. 2019. Dostupné z: <https://sensortower.com/blog/lineage-mobile-games-revenue-4-billion>

¹⁶⁹ https://play.google.com/store/apps/details?id=com.netmarble.lin2ws&hl=en_US

¹⁷⁰ v levém dolním rohu vidíme ovládací joystick, v pravém dolním rohu vidíme ikony pro útočení

2.1.4 Další významní zástupci

Krafton, kdysi známé též jako Bluehole, má pod sebou velké množství studií a vývojářských týmů. Dceřiné firmy stojící za zmínku jsou Delusion Studio, En Masse Entertainment, Bluehole Squall nebo Red Sahara. Krafton, přesněji PUBG Corporation, stojí za jednou z nejlepších multiplayerových her v Koreji a ve světě, *PUBG: Battlegrounds*¹⁷¹. Třetí kvartál roku 2023 byl pro společnost úspěšný, výnosy dosáhly hodnoty 347,1 milionu dolarů. Společnost oznámila plány vydat v období od roku 2024 až 2026 přes 32 nových her. Krafton na rok 2024 plánuje vydání 2 her, v první polovině roku vyjde mobilní verze hry *Dark and Darker*¹⁷² a ve druhé polovině roku vydání simulátoru života *Project inZOI*, která má konkurovat herní sérii *The Sims*¹⁷³.

Pearl Abyss je známé pro MMORPG hru *Black Desert Online*, vydanou v roce 2010, a *Crimson Desert*¹⁷⁴. Společnost si dává za cíl poskytnout hráčům nezapomenutelný zážitek vytvořením realistické a pohlcující hry, která bude doplněna o grafiku a zvukovou stránku nejvyšší kvality. Navíc chtějí pomocí her spojovat lidi a vytvářet nezapomenutelné zážitky¹⁷⁵.

Black Desert Online

Tato MMORPG hra vyšla v Koreji v roce 2014, pro zbytek světa v roce 2016. Oficiální stránky popisují hru následovně: „*Black Desert je hra testující limity MMORPG s implementací vylepšeného grafiky a audia. Užijte si vzrušující boje a dobývání, průzkumy, obchodování, rybaření, trénink, alchymii, vaření, sběr, lov a mnohem více v rozsáhlém otevřeném světě.*“ Hra nabízí rozmanitý výběr povolání, hráč si může zahrát za bojovníka, čarodějnici či temného rytíře. (celkově je na výběr 26 různých povolání)¹⁷⁶. Hra je v některých oblastech nabízena jako free-to-play, ale verze v angličtině funguje v modelu buy-to-play¹⁷⁷. Na mobilní zařízení se hra

¹⁷¹ Hra vydělala 400 milionů dolarů na americkém trhu, což představuje polovinu celkových tržeb. (KIM, Sung-tae. *Korea is, and Will Continue to be, a Force in the Gaming Industry*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub03.html>.)

¹⁷² Nadcházející orejská akční RPG hra od společnosti Ironmace

¹⁷³ OBEDKOV, Evgeny. *Krafton plans to launch over 30 games by 2026 to drive future growth on its transition into global publisher*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/08/krafton-q3-report-30-games-by-2026-pipeline-global-publisher>

¹⁷⁴ Počáteční plány počítali s tím, že hra bude příběhově přecházet hře *Black Desert*; během vývoje došlo ale ke změně plánů, a hra má odlišnou příběhovou linku a postavy. (https://www.pearlabyss.com/en-US/Board/Detail?_boardNo=442)

¹⁷⁵ <https://www.pearlabyss.com/en-US/Company/About>

¹⁷⁶ <https://www.naeu.playblackdesert.com/en-US/GameInfo/Class/Main>

¹⁷⁷ <https://www.naeu.playblackdesert.com/en-US/Data/Down/>

dostala v roce 2019, stejně jako verze pro konzole PS4 a Xbox One, a v roce 2022 dosáhl titul milníku 50 milionů registrovaných hráčů; samotná hra vydělala už 2 biliony dolarů¹⁷⁸.



Obrázek 15: Hra Black Desert Online¹⁷⁹¹⁸⁰

¹⁷⁸ COOK, Paige (ed.). *Black Desert surpasses 50 million registered players*. Online. PocketGamer.biz. 2022. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/79602/black-desert-surpasses-50-million-registered-players/>

¹⁷⁹ <https://gamesmag.cz/2021/03/03/black-desert-online-zdarma-na-steamu-novinka/>

¹⁸⁰ v pravém horním rohu je umístěna mapa, v pravém dolním rohu je lišta s ikonami

2.2 Čínský herní průmysl

Čínský herní průmysl má jeden z nejlukrativnějších trhů na světě, do kterého láká velké množství herních společností, a zaujímá 25 % globálního herního průmyslu. Příjmy v roce 2022 dosáhly hodnoty 90,2 bilionů dolarů, jedná se o pokles oproti roku 2021, kdy průmysl vygeneroval 97,42 bilionů dolarů. Mobilní trh zaujímá 70 % čínského trhu, s hodnotou 28,4 bilionů dolarů. Mezi faktory ovlivňující pokles příjmů patří restriktce COVIDU-19, snížená výdaje konzumentů, tvrdá zahraniční konkurence a také zákony omezující nezletilé v hraní. Navíc se čínská vláda rozhodla přitvrdit ve schvalování a udělování povolení pro nové hry. V roce 2021 bylo uděleno povolení pro více jak 750 her, o rok později se číslo zmenšilo na zhruba 512¹⁸¹. Čínské firmy začínají ve větší míře expandovat do zahraničí, kromě otevírání nových studií mimo Čínu také přesouvají pozornost při vývoji her i na jiné platformy; aby nadále udrželi svůj růst¹⁸². Pro vydání svých her na světovém trhu čínské firmy používají vlastní globální značky, HOYOVERSE (miHoYo), Level Infinite (Tencent), či Farlight Games (Lilith Games). Farlight Games a Level Infinite navíc vydávají hry menších herních studií na světový trh¹⁸³.

2.2.1 Významné čínské společnosti

Čínský herní průmysl je reprezentován duopolem Tencent a NetEase (dohromady drží 61% trhu a 80% příjmů celého čínského herního průmyslu, doplněné o společnosti, které mají významně menší podíl na trhu. Jednou z těchto “menších“ firem, které si za poslední roky vybuďovaly pozici na trhu, je miHoYo.

Tencent Games, herní divize technologického giganta, evidovala výnosy 6,36 bilionů dolarů ve třetím kvartálu roku 2023, což je 30 % výnosů celé firmy. Nadále si tím udržuje první místo ve světě podle výnosů, v Číně navíc i v počtu uživatelů. Na domácím trhu vynesly firmě 4,52 bilionů dolarů úspěšné herní tituly *Honor of Kings*¹⁸⁴ a *DnF*¹⁸⁵ + vstup her *Valorant* a *Lost Ark*¹⁸⁶ na čínský trh. Z mezinárodního trhu má firma zisk 1,84 bilionů dolarů, mezi významné

¹⁸¹ *The Gaming Market in China*. Online. Allcorrect. 2023. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-china/>

¹⁸² REES, Lewis. *China's games sales fell 10.33% in 2022*. Online. PocketGamer.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/80868/chinas-games-sales-fell-1033-in-2022/>

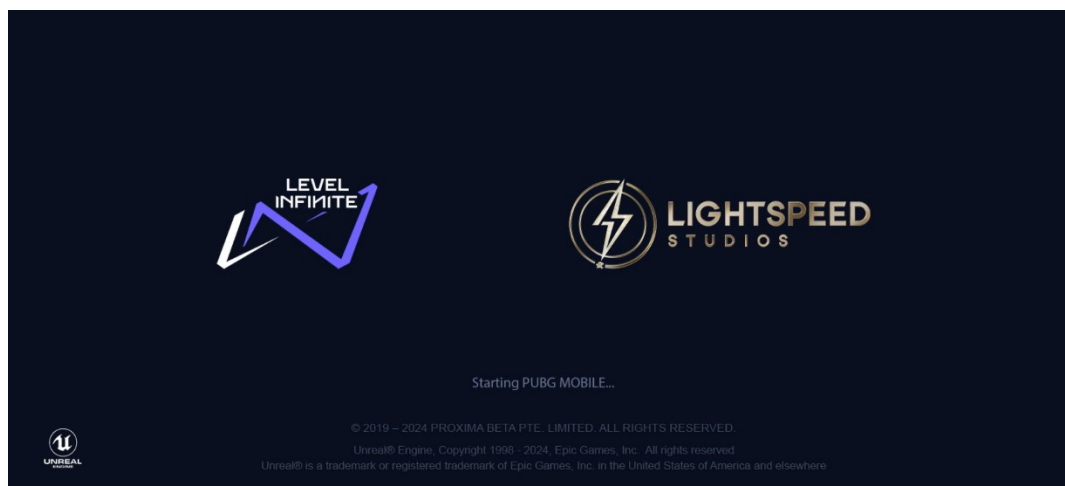
¹⁸³ *China's Gaming Regulations Report: Analyzing the Consumer and Market Impacts of Chinese Games Market Policies*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/chinas-gaming-regulations-report>

¹⁸⁴ Též známá pod jménem *Arena of Valor*.

¹⁸⁵ Bojová hra vydaná společností Nexon, Tencent Games a Koei Tecmo pro počítače a konzole

¹⁸⁶ Korejská MMO, akční RPG hra od společnosti Smilegate

herní tituly patří *Goddess of Victory: NIKKE*, *Valorant*, *Triple Match 3D* a *PUBG Mobile*. Firma má do budoucna plány obnovit některé staré herní tituly (*Delta Force: Hawk Ops*), vytvořit nové verze svých úspěšných herních titulů a vytvářet mobilní verze populárních her (*Valorant Mobile*).¹⁸⁷ Jak již bylo zmíněno výše, Tencent Games vydává hry na světový trh pod jménem Level Infinite; patří sem hra *Goddess of Victory: Nikke* od korejské firmy Shift Up či hra *PUBG Mobile*.



Obrázek 16: Vlastní obrázek načítací obrazovky hry PUBG Mobile¹⁸⁸

NetEase je čínský vývojář a vydavatel mobilních a počítačových her, firma byla založena v roce 1997 a v současné době patří spolu s Tencentem mezi největší herní společnosti na světě. Mezi neznámější herní tituly vydané společností patří sci-fi battle-royale hra *Cyber Hunter*, MMORPG hra *Fantasy Westward Journey*¹⁸⁹ či akční battle-royale hra *Naraka: Bladepoint*. Mezi lety 2008 až 2023 provozovalo hry od Blizzard Entertainment na čínském trhu, jako je *Overwatch*, *StarCraft II* či *World of Warcraft*¹⁹⁰. Za fiskální rok 2022 firma vydělala necelých 14 milion dolarů, nejvíce výtěžné byly počítačové hry *Fantasy Westward Journey* a *Naraka: Bladepoint*¹⁹¹.

¹⁸⁷ OBEDKOV, Evgeny. *Tencent generated over \$6.3 billion from games in Q3, solidifying its status as world's #1 game company by revenue*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/15/tencent-q3-report-games-revenue-6-3-billion-report>

¹⁸⁸ (Level Infinite a Lightspeed Studio jsou součástí Tencent Games)

¹⁸⁹ Spolu s hrou *Westward Journey* patří mezi nejvýdělečnější hry všech dob, k roku 2019 vydělalo 6,5 bilionů dolarů. (MESSNER, Steven. *The 5 biggest PC games in China that you'll probably never play*. Online. 2019. Dostupné z: <https://www.pcgamer.com/the-5-biggest-pc-games-in-china-that-youll-probably-never-play/>)

¹⁹⁰ LIAO, Rita. *Blizzard ends 14-year licensing deal with NetEase in China*. Online. TechCrunch. Dostupné z: <https://tcrn.ch/3XcjYJR>

¹⁹¹ <https://ir.netease.com/news-releases/news-release-details/netease-announces-fourth-quarter-and-fiscal-year-2022-unaudited>

miHoYo je čínský herní vývojář, stojící za herní sérií her Honkai (*Honkai Impact 3rd*, *Honkai Star Rail*), akční RPG hrou *Genshin Impact* či adventurou *Tears of Themis*. Firma byla založena v roce 2011 3 studenty informatiky, kteří slavili první úspěch s vydáním hry Honkai Impact (2014). Společnost se ale rozrostla až s vydáním hry Genshin Impact v roce 2020, která patří v současné době mezi nejvýdělečnější hry (jen na mobilní platformě zaznamenávají zisk přes 4 biliony dolarů). Všichni 3 zakladatelé firmy jsou navíc na seznamu 500 nejbohatších lidí v Číně¹⁹², dohromady jsou ceněni na 16,32 bilion dolarů¹⁹³.

Naraka: Bladepoint

Tato akční battle-royale hra vyšla v srpnu 2021 pro počítačové hráče, na konzole Xbox v roce 2022 a hra přešla na free-to-play model 13.července s vydáním verze pro konzoli PS5¹⁹⁴. Ve hře bojuje hráč sám nebo ve tříčlenném týmu na mapě se 60 hráči, před začátkem boje si vybere některou z nabídnutých postav (celkem 16) a typy zbraní. Hráč si poté vybere, kde se chce zjevit na mapě a jakmile se na mapě objeví všichni hráči, mohou začít hledat různé zbroje a předměty. Vítězem je poslední přeživší tým nebo hráč¹⁹⁵.

¹⁹² Na seznamu se nachází i spoluzakladatel firmy Tencent Pony Ma (2.nejbohatší) a zakladatel a CEO NetEase Wiliam Ding (7.nejbohatší).

¹⁹³ OBEDKOV, Evgeny. *All three miHoYo founders included in China's 500 richest people list with combined net worth of \$16 billion*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/05/18/china-500-richest-people-mihoyo-founders>

¹⁹⁴ ŠMÍD, Martin. *Hra Naraka: Bladepoint bude dostupná formou free-to-play, příští týden vyjde pro PS5*. Online. KONZOLISTA. 2023. Dostupné z: <https://www.konzolista.cz/clanky/novinka/hra-naraka-bladepoint-bude-dostupna-formou-free-to-play-pristi-tyden-vyjde-pro-ps5>

¹⁹⁵ KUROSAWA, Yuki. *Naraka: Bladepoint sold 6 million copies. 30% off from Nov.10-17 UTC*. Online. AUTOMATON. 2021. Dostupné z: <https://automaton-media.com/en/news/20211110-5922/>



Obrázek 17: Hra Naraka: Bladepoint¹⁹⁶¹⁹⁷

Honkai: Star Rail

Tato RPG hra s gacha systémem měla i díky úspěchům hry *Genshin Impact* částečně velká očekávání hráčů před vydáním hry, v dubnu 2023 měla hra 10 předregistrovaných hráčů¹⁹⁸. První uzavřený beta test¹⁹⁹ se uskutečnil 27.října 2021, oficiálně hra vyšla 26.dubna 2023 pro PC a mobilní zařízení, pro konzoli PS5 je hra dostupná od 11.října 2023. Příběh hry sleduje cestu hlavní postavy (v angličtině „Trailblazer“), který cestuje po různých světech a řeší problémy způsobené tzv. Stellaronem, který přinese destrukci všem planetám, na kterých se usadí. Herní mechanika je podobná japonským RPG hrám, hráč si postaví čtyřčlenný tým, který se při boji střídá s protivníkem (turn-based combat). Některé elementy z jiných her od společnosti miHoYo byly přidány do hry: postavy ze hry *Honkai Impact 3rd* s odlišnou osobností (Himeko, Welt, Bronya ad.), mapa s otevřeným světem a gacha systém ze hry *Genshin Impact*²⁰⁰. V roce 2023 získala hra několik významných cen: iPhone Game of the Year, ceny za nejlepší hru, příběh a nejlepší hru pro tablety na Google Play Awards. Nejnovějším oceněním je cena za nejlepší mobilní hru na The Game Awards 2023, jako poděkování dostali

¹⁹⁶ <https://www.pcgamer.com/naraka-bladepoint-tips-guide/>

¹⁹⁷ v levém horním rohu vidíme zbývající počet hráčů a možnosti znovuzrození, v pravém horním rohu je mapa a uprostřed dolní lišty máme různé útočné mechanismy

¹⁹⁸ BLAKE, Vikki. *Honkai Star Rail isn't out yet but already has 10 million users*. Online. GamesRadar. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesradar.com/honkai-star-rail-isnt-out-yet-but-already-has-10-million-users/>

¹⁹⁹ Testovací verze plánované hry, která je určená vybraným hráčům; ti mají možnost hru si vyzkoušet, otestovat a vyhledat potenciální chyby. Obvykle se finální produkt velmi liší od prvních beta testů.

²⁰⁰ DIAZ, Ana. *Genshin Impact developer's new game will be released in April*. Online. Polygon. 2023. Dostupné z: <https://www.polygon.com/23653933/hoyoverse-honkai-star-rail-release-date-mihoyo-genshin-impact-developer>

hráči 1600 Stellar Jades (herní měna)²⁰¹. Hra je velmi výdělečná, v dubnu dosáhly příjmy na mobilu 500 milionů dolarů a na hranici bilionu dolarů dosáhla hra v srpnu²⁰².



Obrázek 18: Vlastní obrázek ze hry Honkai Star Rail²⁰³

²⁰¹ LADA, Jenni. *Free Honkai: Star Rail Stellar Jades for TGA 2023 Win*. Online. Siliconera. 2023. Dostupné z: <https://www.siliconera.com/free-honkai-star-rail-stellar-jades-for-tga-2023-win/>

²⁰² OBEDKOV, Evgeny. *Honkai: Star Rail named Game of the Year by both Apple and Google, following in footsteps of Genshin Impact*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/30/honkai-star-rail-goty-apple-google-like-genshin-impact>

²⁰³ v levém horním rohu vidíme mapu obklopenou 4 ikonami; v pravém horním rohu máme lištu s ikonami pro úložisko předmětů či výběr týmů postav; v dolním pravém rohu máme tlačítka pro útok a sprint; v levém dolním rohu se při dotyku zobrazí joystick pro pohyb postavy

2.3 Japonský herní průmysl

Japonsko má třetí největší herní trh na světě, velikosti země navzdory. V roce 2022 měl výnosy v hodnotě 19,9 bilionů dolarů, oproti roku 2021 došlo k poklesu (22,1 milionů dolarů). Japonský herní průmysl je specifický pro svojí osobitou vizuální stránku a místními preferencemi ve hrách; hry se vydávají pro všechny hlavní platformy (konzole, mobily, PC). Historicky jsou konzolové hry oblíbené u japonských hráčů, což není příliš překvapující, jelikož se v Japonsku nachází prominentní výrobci konzolí (Nintendo a Sony Interactive). V posledních letech se ale trendy překlápí na mobilní platformu, které má v současné době největší množství hráčů²⁰⁴ a největší výnosy. Počítačové hry generují pouze 7 % příjmů herního trhu, vykazuje však stabilní růst. Příjmy v roce 2021 dosáhly hodnoty 868 milionů dolarů²⁰⁵.

Zajímavým trendem posledních let jsou čínské investice do japonských firem, na 27. herním veletrhu Tokyo Game Show tvořili čínské či firmy s čínskými investicemi 20 % všech zúčastněných společností. Čínské firmy NetEase a Tencent otevírají herní studia v Japonsku, NetEase navíc do nich zaměstnává známé japonské vývojáře jako jsou Ryutaro Ichimura (jeden z vývojářů hry *Dragon Quest* od společnosti Square Enix) či Toshihiro Nagoshi (tvůrce kultovní herní série *Yakuza* od firmy Sega). Japonské firmy si od čínských investic slibují možnost být více kreativní a odpoutání se od zakořeněných praktik v průmyslu, kdy za nízký plat jsou nuceni pracovat dlouhé pracovní hodiny. Objevují se ale otázky, co se stane ve chvíli, kdy se tyto investice čínským firmám nevyplatí a odsunou se z japonského trhu²⁰⁶.

2.3.1 Významné japonské společnosti

Jak už bylo zmíněno výše, Japonsko má na svém trhu několik významných firem, které mají dosah i na světový trh. Mezi významné výrobce herních konzolí a vybavení řadíme společnosti Nintendo a Sony Interactive. Tzv. „Velkou pětku“ japonských herních vývojářů tvoří Bandai Namco (známé pro herní série *Tekken*²⁰⁷ nebo *Pac-Man*), Konami (mezi prominentní tituly firmy patří *Dance Dance Revolution*, *Metal Gear* či *Yu-Gi-Oh!*), Sega (známé

²⁰⁴ Více v kapitole „Demografie a preference hráčů v Japonsku“

²⁰⁵ *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

²⁰⁶ PARKIN, Simon. *Power up: will Chinese financing be the saviour of the Japanese video game industry?* Online. The Guardian. 2023. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/games/2023/nov/07/power-up-will-chinese-financing-be-the-saviour-of-the-japanese-video-game-industry>

²⁰⁷ Série bojových her, k roku 2023 se již prodalo přes 55 milion kopií (*Fact Book 2023*. Online. Bandai Namco Group. 2023. Dokument ve formátu PDF. Dostupné z: https://www.bandainamco.co.jp/files/ir/integrated/pdf/2023EN_fact.pdf)

pro svoje herní série *Sonic the Hedgehog* či *Yakuza*²⁰⁸), Square Enix (firma je známá pro svoje série RPG her *Final Fantasy*, *Kingdom Hearts* nebo *Dragon Quest*) a Nintendo. Kromě této pětice za zmínku stojí také firma Capcom, která stojí za herními tituly *Street Fighter* a *Resident Evil*²⁰⁹.



Obrázek 19: Ukázka ze hry Resident Evil 4 Remake²¹⁰

Sony Interactive je součástí konglomerátu Sony a má na starost výrobu herních konzolí a softwaru pro ně. Vyráběné herní konzole PlayStation (PS) se dělí na konzole pro domácí použití (PS, PS2, PS3, PS4, PS5) a přenosné (PS Portable, Vita, Portal). Podle údajů z prosince 2023 se již prodalo přes 50 milionů konzolí PS5 a do budoucna se očekává, že by mohl překonat výši prodaných konzolí PS4 (117 milionů kusů) a eventuálně i PS2 (155 milionů kusů)²¹¹.

Nintendo je japonská herní společnost, známá pro svoje ikonické herní konzole (Game Boy, Super Nintendo Entertainment System, Nintendo DS, Wii a nejnovější Nintendo Switch) a velké množství významných herních sérií jako je *Mario*, *Donkey Kong*, *The Legend of Zelda* či *Animal Crossing*. Podle nejnovějších údajů z prvních dvou kvartálů fiskálního roku 2024 (skončil 30.zářím 2023) firma evidovala příjmy v hodnotě 5,3 bilionů dolarů a 6,84 prodaných konzolí Nintendo Switch, jedná se v současné době o třetí nejprodávanější konzolí všech dob (132,46 milion kusů). Co se týče herních titulů, prodalo se přes 97 milion kopií;

²⁰⁸ Série akčních RPG her s tematikou jakuzy a kriminálních seriálů

²⁰⁹ Japanese Game Developers - The Big Five. Online. Dostupné z: https://www.japan-zone.com/modern/game_developers.shtml

²¹⁰ https://store.steampowered.com/app/2050650/Resident_Evil_4/

²¹¹ OBEDKOV, Evgeny. PlayStation 5 gaining momentum with over 50 million units sold — two days ahead of PS4. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/12/20/playstation-5-sales-50-million-two-days-ahead-of-ps4>

neprodávanějšími hrami jsou *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom* (19,5 milion kusů), *Mario Kart Deluxe* (3,22) a *Super Smash Bros* (1,35)²¹².



Obrázek 20: Snímek ze hry *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom*²¹³

²¹² OBEDKOV, Evgeny. *Nintendo posts \$1.8 billion in profit for H1, as Zelda: Tears of the Kingdom tops 19 million copies sold*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/07/nintendo-profit-h1-fy24-zelda-tears-sales-19-5-million-copies>

²¹³ <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/the-open-world-genius-of-the-legend-of-zelda-tears-of-the-kingdom>

3. Hráčská základna

Hráči jsou nedílnou součástí herního průmyslu, stejně jako vývojáři a vydavatelé her. Tato rovnice platí o to víc v Koreji, kde je hraní velmi rozšířené a přes 70% obyvatel je do něho zapojené. Důležitými faktory jsou rychlé internetové připojení a velké množství tzv. PC bangů²¹⁴. Že jsou pro hráče v Koreji vytvořené výsostně podmínky, dokresluje období pandemie Covidu-19. Kinosály po celé zemi byly uzavřeny a největší řetězec kin v zemi, CJ CGV, se rozhodl nabídnout hráčům možnost pronajmout si plátna v kinech za poplatek 100 000 wonů (asi 75 dolarů) na dvě hodiny. Zájemci si samozřejmě museli přinést svoje hry a zařízení, na oplátku ale měli možnost hrát hry ve vysokém rozlišení na velkých obrazovkách, doplněné o audio z reproduktorů kinosálů. CJ CGV tímto prozíravým krokem získalo zpět část ztracených výnosů²¹⁵. Pro korejský herní průmysl jsou významné obě skupiny hráčské základny; profesionální, zastoupená ve formě esportových hráčů, a konzumní amatérské.

3.1 Esport – profesionální hráči

Za rozvojem esportu v Koreji stojí několik faktorů. Prvním je nárůst množství PC bangů, kde mohli hráči rozvíjet svoje schopnosti. Vznikly také první online herní ligy, které začaly být sponzorovány významnými korporacemi (telekomunikační či mediální společnosti). Dalším faktorem v rozvoji esportu je dostupnost herních vysílání. Zatímco ve většině zemí se esportové přenosy odehrávají na internetu, v Koreji se esportové turnaje vysílaly na kabelových televizích²¹⁶.

Top hráči v zemi vydělávají velké obnosy peněz, tráví hodiny trénováním každý den a mají obtožné množství fanoušků.²¹⁷ O popularitě svědčí i to, že profesionální herní a esportové soutěže sleduje až 10 milionů pravidelných diváků a někteří hráči jsou stejně populární jako celebrity. Korea se rozhodla na této vlně popularity udržet a od roku 2000 pořádá pod záštitou

²¹⁴ Herní centrum či internetová kavárna, kde si za poplatek může člověk zahrát hry na zdejších počítačích. Tato místa jsou vybavená výkonnými počítači a silným internetovým připojením. Nejčastěji na ně narazíme ve velkých městech a celkově jich najdeme přes 20000 v Koreji. (ZHOU, Ping. *South Korea Computer Gaming Culture*. Online. Geography about. 2016.)

²¹⁵ *Growth in South Korea gaming market*. Online. Asia Fund Managers. 2023. Dostupné z: <https://asiafundmanagers.com/gbr/growth-in-south-korea-gaming-market/>

²¹⁶ JIN, Dal Yong. *Korea's online gaming empire*, 2010, str.59

²¹⁷ VEALE, Jennifer. *Where Playing Video Games Is a Life*. Online. TIME. 2007. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20070517103054/http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1620799,00.html>

ministerstva kultury a turismu World Cyber Games (WCG)²¹⁸, mezinárodní esportovou událost.²¹⁹

Jižní Korea patří mezi první země, které zařadily esport mezi povolání. Korejská vláda rozšíření herního ekosystému považuje za cestu k vytvoření nových pracovních míst. Jedním z prvních kroků k rozvoji průmyslu je podpora studentů v účasti v esportu, a jeho zařazením do středoškolského studijního plánu. Kromě toho Korea Scholastic Esports Federation (pobočka North America Esports Federation) si klade za cíl rozvoj esportu ve školách. Všechny tyto kroky vedou k nárůstu soutěživosti mezi místními mladými hráči.²²⁰ Jak už bylo řečeno, esport je považován v Koreji za „opravdový“ sport. S tím je spojená i nutnost přípravy, angažování trenérů apod. Zápasů jsou vysílány živě a stadiony jsou podobné boxerským ringům, kdy je uprostřed arény pódium s hráči. Důležitým bodem je i existence Korejské esportové asociace (KeSPA), která spadá pod Ministerstvo kultury, sportu a turismu²²¹.

Nejvíce prominentní postavou mezi profesionálními hráči v Koreji (potažmo i ve světě) patří I Sanghjøk, známější pod přezdívkou Faker. Člen týmu T1 patří mezi neúspěšnější hráče hry *League of Legends*, a mezi jeho úspěchy patří 10 titulů League of Legends Champions Korea²²², 4 světové tituly (League of Legends World Championship): poslední získal se svým týmem v listopadu roku 2023, jedná se o jeho čtvrté vítězství za posledních 7 let. Na 19. Asijských hrách, konané v Číně v září roku 2023²²³, pomohl Koreji k jedné ze dvou zlatých medailí²²⁴. Rok 2023 zakončil získáním ceny “Esports PC Player of the Year” na Esports Awards 2023 v americké Nevadě. Navíc Riot Games, vydavatel hry *LoL*, obdržel cenu “Esports Content of the Year” za video “Faker: A Decade of Greatness”, shrnující dosavadní kariéru Fakera²²⁵.

²¹⁸ WCG 2023 se uskutečnil od 28.7 do 30.7.2023 v jihokorejském Pusanu.

²¹⁹ ZHOU, Ping. *South Korea Computer Gaming Culture*. Online. Geography about. 2016. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160218005220/http://geography.about.com/od/culturalgeography/a/South-Korea-Computer-Gaming-Culture.htm>.

²²⁰ *Growth in South Korea gaming market*. Online. Asia Fund Managers. 2023. Dostupné z: <https://asiafundmanagers.com/gbr/growth-in-south-korea-gaming-market/>

²²¹ *The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown*. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

²²² Hlavní eSportová soutěž pro hru LoL v Koreji

²²³ ESport se zde stal oficiálním soutěžním sportem, v roce 2018 byl součástí her jako demonstrativní disciplína.

²²⁴ Druhé zlato získal Kim Kwanu za vítězství v turnaji Street Fighter V. (*[Oct] Four new sports celebrated at the 19th Asian Games*). Online. Korean Culture and Information Service. 2023. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/fpcBoard/view.do?seq=1046499&rn=&page=2&pageSize=10&photoPageSize=6&totalCount=0&searchType=&searchText=>

²²⁵ TUTING, Kristine "Kurusu." *T1 Faker receives award not just for his greatness in LoL, but in all of esports*. Online. ONE Esports. 2023. Dostupné z: <https://www.oneesports.gg/league-of-legends/t1-faker-esports-awards-2023/>



Obrázek 21: Jihokorejský profesionální hráč I Sanghyuk, alias Faker

Sledovanost esportu v Koreji každým rokem narůstá, jedním z dobrých ukazatelů je turnaj 2023 League of Legends World Championship, který se konal v Söulu. Finálovou bitvu mezi čínským týmem Weibo Gaming a vítězným korejským týmem T1 v Gocheok Sky Dome sledovalo zhruba 18 tisíc fanoušků a dalších zhruba 15 tisíc sledovalo z náměstí Kwanghwamun, kde se obvykle vysílají zápasy fotbalového mistrovství světa a esport se sledoval poprvé. Kromě toho velké množství diváků pravidelně sleduje událost online; podle Riot Games, organizátora turnaje, vzrostl počet diváků sledující živě z hodnot 4,4 a 4,6 milionů z roku 2019, resp. 2020, na 7,4 milionů v roce 2021. Předpokládá se, že množství diváků v roce 2023 vzroste o 65 % oproti roku 2022²²⁶.

V Koreji se pořádají pravidelně esportové ligy a turnaje, mezi významné patří ESL Pro Tour StarCraft II, Intel Extreme Masters Season XII – PyeongChang²²⁷, VCT Pacific League²²⁸ nebo PUBG Mobile Pro Series Korea a PUBG Nations Cup 2023²²⁹. Poslední jmenovaný turnaj se konal od 15. do 17. září v Söulu, s prize poolem 300 tisíc dolarů. Jak už název vypovídá, hráči zde hrají za svojí zemi, namísto reprezentování sebe samotného či organizace. Zúčastněných zemí bylo celkově 16, kromě Koreje nechyběla ani Čína, Japonsko, USA či

²²⁶ LEE, Ju-hyun, CHEON, Jongwoo (ed.). *Faker's T1 wins League of Legends global championship*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202311200015>

²²⁷ Součást světového turnaje Intel Extreme Masters, zaměřené na hry *League of Legends* a *StarCraft II*

²²⁸ Regionální esportová liga ve hře *Valorant*

²²⁹ *Esports Around The World: South Korea*. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/07/esports-around-the-world-south-korea>

Vietnam. Turnaj se konal potřetí, v roce 2019 se konal první ročník též v Söulu, v letech 2020 a 2021 se kvůli covidové pandemii nekonal²³⁰.

Mezi korejskými esportovými hráči kraluje Faker, s příjmy dosahující necelých 1,6 milionů dolarů (viz tabulka č.4). Přes milion dolarů vydělali další 4 hráči: Maru (*Starcraft II*), Loki (*PUBG: Battlegrounds*²³¹), Rogue a Dark (oba *Starcraft II*). Na 6. až 8.místě jsou další zástupci hrající *League of Legends*, Duke (I Hosöng), Bang (Bä Džunsik) a Wolf (I Džewan). Na 9. místě je Pio (Ča Sünghun), hrající *PUBG: Battlegrounds* a na 10.místě žebříčku je Esther (Go Čöngwan), spoluhráč Pia, a také hráč *Valorantu*²³². Jak můžeme vypořovat, mezi profesionálními hráči v Koreji dominují počítačové hry. U mobilních esportových hráčů můžeme vidět nižší peněžní výhry, jen FAVIAN (*PUBG Mobile*) si vydělal přes 200 tisíc dolarů. Nejvíce zástupců má hra *PUBG Mobile* (má velký počet hráčů i v Číně a Japonsku), kterou zastupuje v top 20 dohromady 12 hráčů. Další zástupci hrají hry *Arena of Valor* a *Clash Royale* (populární v Japonsku).

Jak můžeme vyčíst z tabulky, mezi profesionálními mobilními hráči je populární hra *PUBG Mobile* (která dominuje i v Číně a Japonsku), dále hry *Arena of Valor* a *Clash Royale* (populární také v Japonsku).

Ženy v korejském esportu (tabulka č.6) hrají až na výjimky hru *Valorant* (stejnou popularitu má i v Japonsku). Geguri je první ženskou profesionální hráčkou ve hře *Overwatch* a debutovala jako jedna z nejmladších profesionálních hráček²³³. Můžeme zde též pozorovat diametrálně nižší příjmy oproti mužským hráčům, hráčky na prvních 3 příčkách vydělaly dohromady méně než 150 tisíc dolarů. V top 20 máme velké množství profesionálních hráček *Valorantu* a do budoucna lze očekávat, že budou s příjmy kralovat žebříčku.

Z tabulky č.7 lze vyčíst, že na korejské esportové scéně dominují 3 hry: *Overwatch*, *LoL* a *StarCraft II*. Zajímavým zjištěním je fakt, že ačkoliv má v Koreji *Overwatch* více profesionálních hráčů než *LoL* a *StarCraft II*, v žebříčku hráčů s největšími výdělky chybí jejich zástupce v Top 20. *League of Legends* má v Koreji 667 hráčů z celkového počtu 6079 hráčů na světě. Třetí místo patří hře *StarCraft II*, která má v Koreji necelou třetinu (604) všech

²³⁰ STUDHOLME, Billy. *PUBG Nations Cup 2023 to be held in South Korea*. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/06/pubg-nations-cup-2023>

²³¹ Battle royale hra od PUBG Studios/Krafton

²³² FPS střílečka od společnosti Riot Games

²³³ WEBSTER, Andrew. *The Overwatch League signs its first female player*. Online. The Verge. 2018. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2018/2/14/17011504/overwatch-league-first-woman-player-geguri-shanghai-dragons>

profesionálních hráčů na světě (2200). Na čtvrtém místě je hra *StarCraft*, která má v Koreji 376 hráčů, což je více jak polovina celkového počtu hráčů na světě (681). Na pátém místě je hra *PUBG: Battlegrounds*, čítající 257 profesionálních hráčů. Za zmínku stojí hra *Valorant* s 252 profesionálními hráči, čímž konkuruje Japonsku.

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v milionech dolarů)
Faker (I Sanghjök)	League of Legends	1,57
Maru (Čo Söngdžu)	StarCraft II	1,211
Loki (Pak Čöngjöng)	PUBG: Battlegrounds	1,203
Rogue (I Bjöngjöl)	StarCraft II	1,075
Dark (Pak Rjöngu)	StarCraft II	1,030

Tabulka 4: Pořadí esportových hráčů v Koreji s největšími výdělky²³⁴

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v tisících dolarů)
FAVIAN (Pak Sang Čchöl)	PUBG Mobile	261,152
Ssung (I Sönggeün)	PUBG Mobile	188,147
Missile (Kim Džunsu)	PUBG Mobile	167,565
JUSTHIS (Kim Tchäsu)	PUBG Mobile	139,986
JJak (Sin Čchanghun)	Arena of Valor	122,602

Tabulka 5: Pořadí mobilních esportových hráčů v Koreji s největšími výdělky²³⁵

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v tisících dolarů)
Geguri (Kim Sejön)	Overwatch	77,8
ToSsGirL (Sö Džisu)	StarCraft II	38,68
다름이 (Tarongi) (Hong Jeda)	Hearthstone	20
Weki	Valorant	neuveденé
Festival (Pak Gajön)	Valorant	neuveденé

Tabulka 6: Pořadí ženských esportových hráček v Koreji²³⁶

Jméno hry (typ platformy)	Počet profesionálních hráčů
Overwatch (konzole, PC)	816

²³⁴ <https://escharts.com/players>

²³⁵ <https://escharts.com/players>

²³⁶ <https://escharts.com/players>

League of Legends (PC)	667
StarCraft II (PC)	604
StarCraft (PC)	376
PUBG: Battlegrounds (konzole, PC)	257

Tabulka 7: Nejpopulárnější esportové hry v Koreji²³⁷

3.1.1 Esportová scéna v Číně

Esport, potažmo videohry, mělo v 90. letech 20. století negativní konotaci a nebylo přijímáno dobře společností. Hraní videoher bylo považované za tabuizovanou aktivitu, se stejnou mírou škodlivosti jako drogy. Mezi hlavní překážky patřily kupříkladu regulační zákony čínské vlády či články popisující negativní vliv hraní her na děti. První krok ke změně přišel v roce 2003, kdy čínské ministerstvo sportu uznalo esport jako oficiální sport. Od roku 2009 byly povoleny hry jako *DOTA 2*²³⁸ nebo *LoL* na čínském trhu, postupně i esport nabýval na popularitě a prestiži. Čínské ministerstvo sportu zareagovalo na rostoucí poptávku a ekonomický přínos založením oficiálního národního esport týmu. Čínský esportový trh od roku 2016 drží první místo, mnozí tento úspěch připisují masivním investicím, podpoře čínské vlády a fanouškovské základně.

V současné době patří Čína nadále mezi hlavní esportové trhy, přes 40% esportových událostí se koná v Šanghaji. Důležitost města jako centra čínského esportu dokládá plán na vybudování nového esportového centra za 900 milionů dolarů, kde se budou konat největší esportové eventy. První polovina roku 2023 byla úspěšná pro čínský trh, z esportu vydělala 10 bilionů dolarů²³⁹. V říjnu se Čína dočkala velkých úspěchů na mezinárodní esportové scéně. Na výše zmíněném světovém turnaji League of Legends World Championship 2023 (zkráceně Worlds 2023) se do semifinále dostaly 3 čínské týmy – Weibo Gaming, Bilibili Gaming a Jing Dong Gaming. Na Asijských hrách 2023 v Chang-čou porazila Čína Mongolsko v boji o zlaté medaile ze hry *Dota 2*, na světovém šampionátu dané hry The International 2023 obsadily čínské týmy LGD Gaming a AzureRay třetí, respektive čtvrté místo. Ve stejném měsíci bylo navíc oznámeno, že miHoYo bude sponzorem týmů LGD Gaming a AzureRay na výše

²³⁷ <https://escharts.com/top-games>

²³⁸ MOBA hra společnosti Valve

²³⁹ *China eSports: 2023 Stats and Facts About the World's Largest eSports Market*. Online. PlayToday.co. 2023. Dostupné z: <https://playtoday.co/blog/stats/china-esports/>

zmíněném turnaji v Seattlu; dále čínský turnaj ve hře *Star Craft II* World Team League oznámil jako titulárního sponzora hru *Honkai: Star Rail*²⁴⁰.

Podle průzkumu analytické firmy Niko Partners má Čína největší esportový trh na světě, má 34 % výnosů celkového sektoru a celkově má Asie jako region dohromady 53%. Spolu s růstem popularity esportu v Číně narůstá také fanouškovská základna, průzkum z roku 2022 ukazuje, že věková skupina pod 24 let je stejně početná jako věková skupina od 35 do 44 let. Další důvodem, proč je esport v Číně populární, je rozvoj hraní mobilních her, který zpřístupnilo esport i lidem, kteří nemají přístup ke konzolám a počítačům. Přes 50% esportových turnajů v Číně jsou zaměřené na mobilní hry. Největší překážkou v dalším rozvoji je nejasný postoj čínské vlády. Na jednu stranu mluví o úspěších v esportu jako o národní hrdosti, na druhou stranu viní esport jako jeden z faktorů rozvíjející herní závislosti. Další ukázkou kontrastů je stavba nových míst pro konání turnajů, rozvoj esportu dotováním herních společností, zařazení esportových oborů do vysokých škol, ale zároveň čínská vláda tvrdě vystupuje proti hraní her u nezletilých (hráči pod 18 let mají možnost hrát pouze 3 hodiny týdně). Toto omezení sice snížilo jejich čas strávený hraním, ale mladí lidé se stále ve velkém počtu zapojují do sledování esportu na streamovacích platformách²⁴¹.

V tabulce č.8 máme pořadí profesionálních hráčů s největšími výděly v Číně, dominují hráči hry *Dota 2*, mezi prvními 20 hráči je jediný zástupce jiné hry, Fly (Peng Yunfei), hrající hru *Arena of Valor*. Je navíc jediným mobilním esportovým hráčem v top 20, ostatní jsou počítačová hráči. Tabulka č.9 ukazuje pořadí profesionálních mobilních hráčů v Číně, jen 3 hráči dosáhly příjmů přes milion dolarů: Fly (Peng Yunfei), paraboy (Zhu Bocheng) a Order (Zeng Zehai). V top 20 máme kromě 3 hráčů hry *Arena of Valor* jen zástupce hrající PUBG Mobile. Mezi profesionálními hráčkami v Číně (tabulka č.10) je nejvíc oblíbená hra *Hearthstone*, v top 20 máme zástupkyně her *Counter-Strike* a *Valorant*. Lioon má kromě největších výdělků i jeden další primát, v roce 2019 vyhrála jako první ženská hráčka významný turnaj ve hře *Hearthstone*²⁴². A podobně jako v Koreji mají ženské hráčky nižší příjmy než muži a výhry evidují pouze 4 hráčky.

²⁴⁰ China Esports Blast: October 2023. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/11/china-esports-blast-october-2023>

²⁴¹ YANG, Zeyi. *E-sports are more popular than traditional sports in Asia*. Online. MIT Technology Review. 2023. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/2023/10/04/1080767/esports-china-asian-games-tencent/>

²⁴² *Hearthstone pro Lioon becomes first woman to win BlizzCon title*. Online. ESPN. 2019. Dostupné z: https://www.espn.com/esports/story/_/id/27992742/hearthstone-pro-lioon-becomes-first-woman-win-blizzcon-title

Tabulka č.11 ukazuje nejpůvodnější esportové hry v Číně. Na prvním místě je hra *League of Legends* se 433 hráči a máme zde zajímavou paralelu s Koreou, v žebříčku hráčů s největšími výdělky chybí jejich zástupce v Top 20. Ve hře *Dota 2* má Čína celosvětově nejvíce profesionálních hráčů, 297. Ve hře *Arena of Valor*²⁴³ má Čína zhruba třetinu hráčů z celkového počtu 891. Top5 uzavírá hra *PUBG Mobile*, ve která má oproti Japonsku a Koreji více hráčů.²⁴⁴ Za zmínku stojí i hry *PUBG: Battlegrounds* a *Valorant* se 178, respektive 166 hráči.

V tabulce č.12 máme pořadí zemí, seřazené podle výdělků z turnajů. Jak lze vyčíst, Čína vede pořadí, navzdory tomu, že USA na druhém místě má třikrát více profesionálních hráčů. Korejská republika na třetím místě má stejně jako Čína nepoměrně mezi množstvím hráčů a výdělky. Japonsko je v současné době na 13.místě, ale očekává se, že do budoucna se esportová scéna v zemi rozvine více a zřejmě přibude více profesionálních hráčů. Pro zajímavost jsem zařadil to tabulky Českou republiku, kde máme mezi 10 nejvýdělečnějšími hráči zástupce hrající *Counter-Strike*, *Dota 2*, *Heathstone* či *League of Legends*²⁴⁵.

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v milionech dolarů)
y` (Zhang Yiping)	Dota 2	3,927
Ame (Wang Chunyu)	Dota 2	3,913
Faith_bian (Zhang Ruida)	Dota 2	3,847
Somnus*	Dota 2	3,311
fy (Lu Yao)	Dota 2	3,104

Tabulka 8: Pořadí esportových hráčů v Číně s největšími výdělky²⁴⁶

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v milionech dolarů)
Fly (Peng Yunfei)	Arena of Valor	1,511
paraboy (Zhu Bocheng)	PUBG Mobile	1,386
Order (Zeng Zehai)	PUBG Mobile	1,315
QingQ (Wu Jinxiang)	Arena of Valor	0,743
qc (Xu Jiajun)	PUBG Mobile	0,73

²⁴³ MOBA hra od společnosti TiMi Studio Group

²⁴⁴ LightSpeed & Quantum Studio, divize spadající pod Tencent Games

²⁴⁵ <https://escharts.com/players?country=cz>

²⁴⁶ <https://escharts.com/players>

Tabulka 9: Pořadí mobilních esportových hráčů v Číně s největšími výdělky²⁴⁷

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v tisících dolarů)
Liooon (Xiaomeng Li)	Hearthstone	241,51
Baize (Xinyu Wang)	Hearthstone	30,312
J.Wenjun (Ju Wenjun)	Chess	26,422
Eloise (Haiyun Tang)	Hearthstone	26,422
129 (Ting Yang)	Counter-Strike	18,547

Tabulka 10: Pořadí ženských esportových hráček v Číně²⁴⁸

Jméno hry (platforma)	Počet profesionálních hráček
League of Legends (PC)	433
Overwatch (konzole, PC)	394
Dota 2 (PC)	297
Arena of Valor (mobil, Nintendo)	274
PUBG Mobile (mobil)	220

Tabulka 11: Nejpopulárnější esportové hry v Číně²⁴⁹

Pořadí	Země	Počet profesionálních hráčů	Výdělky (v milionech dolarů)
1.	Čínská lidová republika	8309	268,484
2.	Spojené státy americké	25860	258,692
3.	Korejská republika	5572	138,172
4.	Ruská federace	5028	77,187
5.	Dánsko	2029	56,767
13.	Japonsko	3323	34,135
39.	Česká republika	1115	5,406

Tabulka 12: Seznam zemí podle největšího celkového esportového výdělku²⁵⁰²⁴⁷ <https://escharts.com/players>²⁴⁸ <https://escharts.com/players>²⁴⁹ <https://escharts.com/top-games>²⁵⁰ <https://www.esportsearnings.com/countries>

3.1.2 Esportová scéna v Japonsku

Japonsko dlouho zaostávalo na esportovém poli. První posun přišel až v roce 2018, kdy za pouhý rok velikost trhu narostl z hodnoty 2,6 milion dolarů na 35 milionů dolarů, tento je považován za „rok esportu“ v Japonsku. Během období pandemie COVIDu v roce 2020 se velké množství naplánovaných herních turnajů přesunulo na později nebo pořádalo bez diváků. Toto vedlo k nárůstu virtuálních turnajů, které přitáhlo nové fanoušky. Více online soutěží navíc vedlo ke zvýšení cen za vysílací práva a narůstala samotná sledovanost. V roce 2022 mělo Japonsko více než 7,8 milionů fanoušků esportu (v roce 2018 to bylo přibližně 3,8 milionů), velikost trhu dosáhlo hodnoty 71 milionů dolarů. Podobně jako v Koreji se esport začíná zařazovat do středních a vysokých škol jako samostatné předměty nebo klubové aktivity.²⁵¹ Jednou ze snah rozvinout esportový trh v Japonsku bylo otevření Red Tokyo Toweru, největšího esportového parku, kde ve třech patrech jsou vytvořené prostory pro esportové turnaje a pro ostatní hráče jsou připraveny VR, závodní a další herní simulátory²⁵².

Mezi nejvýznamnější turnaje pořádané v Japonsku patří Shadowverse World Grand Prix 2021 či PUBG Mobile Japan League Season 1, oboje mají prize pool (výhry) přesahující 100 milionů yenů.

Překážkou pro rozvoj esportu v zemi jsou zákon o autorských právech a zákon o hazardu. První řeší otázku porušování autorských práv vysíláním soutěží pro diváky, sdílením na internetu či nahráváním pro další distribuci. Druhý řeší možnost, že esport nabízí vysoké výherní odměny, tudíž ho lze zařadit mezi hazard, který je v zemi zakázán²⁵³²⁵⁴. Pro rozvoj esportového trhu v Japonsku se očekává, že hlavní cílem bude přilákat velké množství diváků, jelikož se výnosy japonského esportu generují z různých vysílacích práv a sponzorských smluv. Pro zviditelnění esportu v zemi se v září roku 2022 rozhodla japonská esportová unie (JeSU),

²⁵¹ *JAPAN ESPORTS MARKET*. Online. International Trade Administration. 2022. Dostupné z: <https://www.trade.gov/market-intelligence/japan-esports-market>.

²⁵² NUSSEY, Sam, DONOVAN, Kirsten (ed.). *Japan opens biggest esports park to level up competitive gaming*. Online. Reuters. 2022. Dostupné z: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/japan-opens-biggest-esports-park-level-up-competitive-gaming-2022-04-20/>

²⁵³ *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

²⁵⁴ *JAPAN ESPORTS MARKET*. Online. International Trade Administration. 2022. Dostupné z: <https://www.trade.gov/market-intelligence/japan-esports-market>.

že od roku 2024 bude udílet každoročně japonské esportové ceny, s cílem zviditelnit esport mezi běžnou japonskou populací²⁵⁵.

Při pohledu na seznam esportových hráčů s největšími výdělků v Japonsku (tabulka č.13) vidíme jeden velký rozdíl oproti Číně a Koreji, žebříčku vévodí hráč mobilní hry *Clash Royale*, Mugi. V top 5 máme vyrovnané zastoupení: 2 hráči mobilních her (Mugi a Duelo), 2 počítačové hráči (Glory a Posei) a jeden konzolový hráč, Tokido. Celkově má v top 20 nejvíce zástupců hra *PUBG Mobile* (6 hráčů), hra *Street Fighter* má 4 profesionální hráče a hry *Brawl Stars* a *LoL* mají po 2 zástupcích. Další rozdíl oproti Číně a Koreji jsou výše výdělků, v Japonsku není žádný hráč, který by si vydělal přes milion dolarů (nejvíce si vydělal Mugi, přes 599 tisíc dolarů)

Mezi profesionálními hráčky v Japonsku (tabulka č.15) dominuje hra *Valorant*. Popularitu této hry demonstruje fakt, že v Japonsku sledovanost hry stoupá od svého vydání v roce 2020. V roce 2023, poprvé v esportové historii, se v Japonsku konal mezinárodní turnaj ve hře *Valorant*, VCT Masters Tokyo²⁵⁶. Ženské týmy se s expanzí ženské série hry (Game Changers) do Japonska zúčastnily premiérového světového turnaje pro ženy v roce 2022²⁵⁷. Zajímavostí je, že zatím si žádná hráčka nevydělala z herních turnajů, do budoucna se tento fakt zcela jistě změní.

Nejpopulárnější esportovou hrou v Japonsku je *Apex Legends*²⁵⁸. Jedná se o jednu z mála her, kde má Japonsku dominanci v počtu profesionálních hráčů oproti Číně a Koreji (obě země mají dohromady necelých 120). Za zmínku stojí hra *PUBG: Battlegrounds*, která má v Číně a Koreji obtožné množství hráčů, ale v Japonsku čítá jen 90 profesionálů.

²⁵⁵ <https://www.statista.com/topics/11747/esports-in-japan/>

²⁵⁶ TAN, Amanda. *Exclusive: Why is Valorant so massively popular in Japan? Japanese caster OooDa answers*. Online. ONE Esports. 2023. Dostupné z: <https://www.oneesports.gg/valorant/valorant-in-japan-popular-caster-ooda/>

²⁵⁷ DAS, Abhimannu. *Japan Overtakes All Other Regions in Valorant Esports Viewership*. Online. AFK Gaming. 2022. Dostupné z: <https://afkgaming.com/esports/news/japan-overtakes-all-other-regions-in-valorant-esports-viewership>

²⁵⁸ Battle royale střílečka od společnosti Respawn Entertainment

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v tisících dolarů)
Mugi	Clash Royale	599,418
Tokido (Hajime Taniguchi)	Street Fighter	554,626
Glory (Sato Kenta)	Hearthstone	403,446
Posesi (Wataru Ishibashi)	Hearthstone	370,815
Duelo (Yuya Nishikawa)	PUBG Mobile	350,006

Tabulka 13: Pořadí esportových hráčů v Japonsku s největšími výdělky²⁵⁹

Přezdívka (jméno)	Hra, kterou hrají	Výdělky (v tisících dolarů)
Mugi	Clash Royale	599,418
Duelo (Yuya Nishikawa)	PUBG Mobile	350,006
Reiji (Reiji Maeda)	PUBG Mobile	322,234
Achapi	Brawl Stars	291,166
Devine (Kouki Sekigawa)	PUBG Mobile	283,257

Tabulka 14: Pořadí mobilních esportových hráčů v Japonsku²⁶⁰

Přezdívka	Hra, kterou hrají	Výdělky
Maripo	Valorant	neuveďeny
sitimentyo	Valorant	neuveďeny
mityu	Valorant	neuveďeny
krenn	Valorant	neuveďeny
Dia	Valorant	neuveďeny

Tabulka 15: Pořadí ženských esportových hráček v Japonsku²⁶¹

²⁵⁹ <https://escharts.com/players>

²⁶⁰ <https://escharts.com/players>

²⁶¹ <https://escharts.com/players>

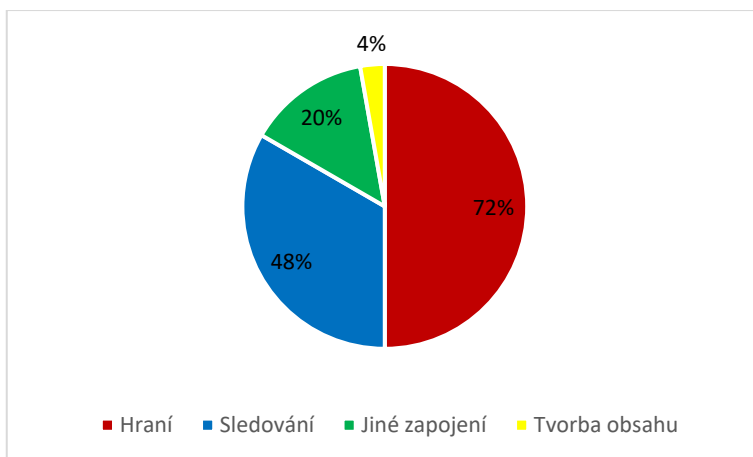
Jméno hry (platforma)	Počet profesionálních hráčů
Apex Legends (konzole, PC)	384
Valorant (PC)	271
Super Smash Bros (Nintendo)	265
Tom Clancy's Rainbow Six Siege (konzole, PC)	168
PUBG Mobile (mobil)	128

Tabulka 16: Nejpopulárnější esportové hry v Japonsku²⁶²

²⁶² <https://escharts.com/top-games>

3.2 Demografie a preference hráčů v Koreji

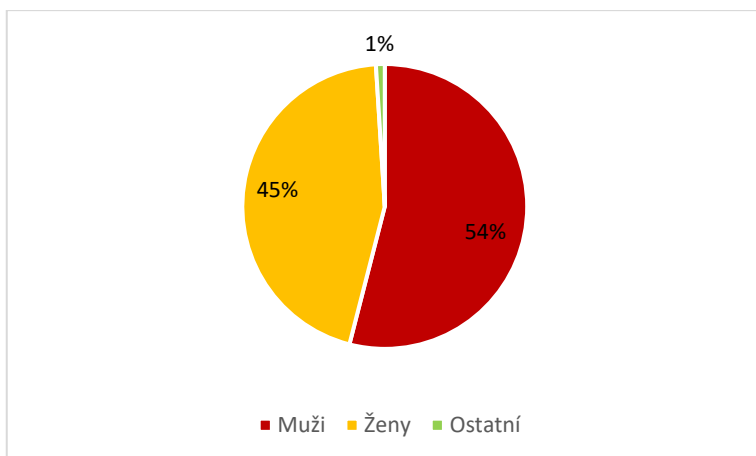
V roce 2022 se Korejci zapojovali do hraní následujícím způsobem (graf 4): 72 % aktivně hraje, 48 % sleduje nejruznější herní obsah (přímé přenosy, videa na různých platformách atd.), 20 % mělo jiný druh zapojení (řadí se sem návštěvy herních veletrhů, online herních komunit, diskutování o videohrách s přáteli a rodinou nebo poslech herních podcastů), 4 % aktivně vytvářelo obsah (kupříkladu streamování her). Co se týče rozdělení pohlaví hráčů, 54 % jsou muži a 45 % ženy, méně jak 1 % jsou nebinární/jiné. Věkové rozdělení (graf 6) je rozděleno do 4 věkových skupin, 30 % hráčů jsou ve věkové skupině 21 až 35 let a 36 až 50 let, věková skupina 51 až 65 let tvoří 23 % hráčů. Nejmenší zastoupení, 17 %, má věková skupina 10 až 20 let. Průzkum v roce 2023 zjistil, že počítačová hráči začínají hrát průměrně od 16,6 let věku, mobilní hráči naopak až od 24,5 let²⁶³.



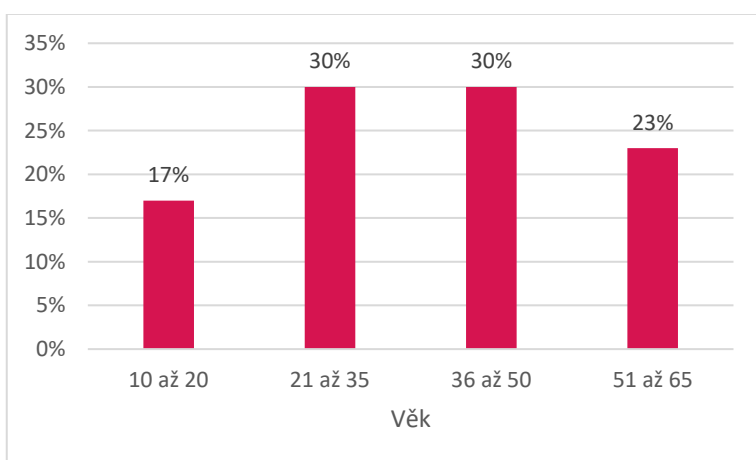
Graf 4: V jaké formě jsou zapojení Korejci do her?²⁶⁴

²⁶³ <https://www.statista.com/statistics/1309507/south-korea-age-of-gaming-start-by-platform/>

²⁶⁴ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>



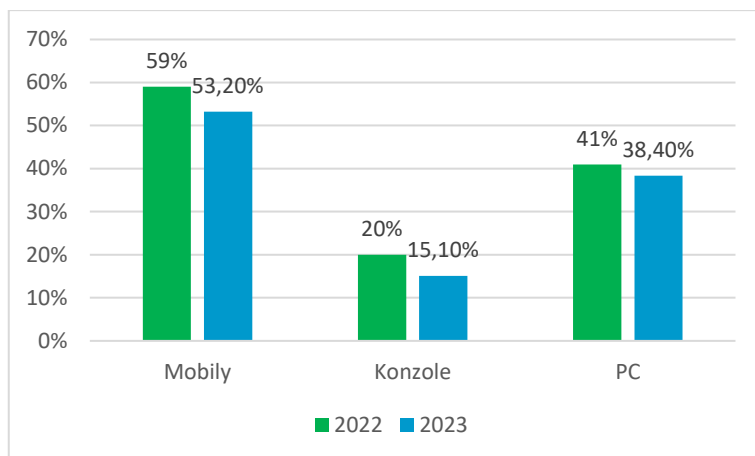
Graf 5: Genderové zastoupení korejských hráčů²⁶⁵



Graf 6: Věkové zastoupení korejských hráčů²⁶⁶

²⁶⁵ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>

²⁶⁶ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>



Graf 7: Zastoupení korejských hráčů podle platformem²⁶⁷

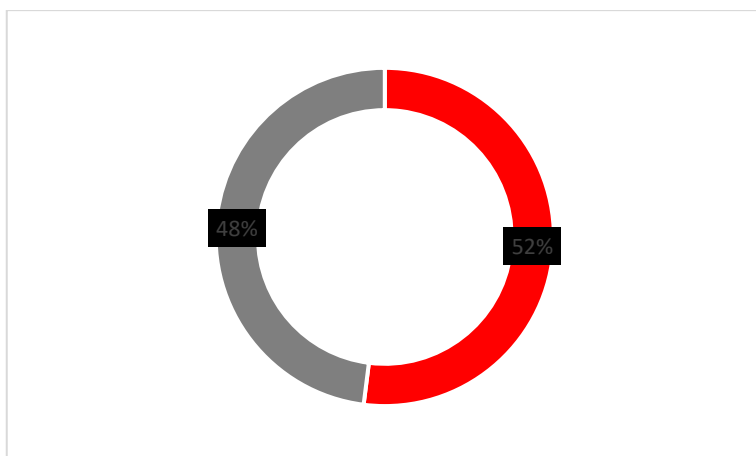
Mezi Korejci jsou v roce 2023 nejoblíbenější platformou pro hraní mobilní telefony, máme zde zastoupené 53,2 %, v roce 2022 byla hodnota na 59 %. Na počítači hraje 38,4 % hráčů (v roce 2022 41 %) a konzoli preferuje 15,1 % hráčů, v roce 2022 to bylo rovných 20 %. Nejvíce času tráví průměrně hráči na počítači, 5 hodin a 4 minuty týdně. Čas strávený na konzolách a mobilech je srovnatelný, 4 hodiny a 39 minut, respektive 4 hodiny a 19 minut. Mezi 10 nejpopulárnějších žánrů konzolových a počítačových her patří: střílečky, RPG, sportovní, MOBA, bojové, adventury, battle royale, simulace, strategie a plošinovky. V roce 2023 jsou nejpopulárnějšími žánry počítačových her RPG, střílečky, simulace, MOBA, sportovní a strategie. U mobilních her jsou pro změnu populární RPG, puzzle hry, simulace, střílečky, hazardní, akční, sportovní a strategie. U konzolových hráčů jsou oblíbené simulace, RPG, akční, sportovní, střílečky a závodní hry²⁶⁸.

52 % hráčů utrácí reálné peníze ve hrách a mezi jejich hlavní motivace patří: chtějí postoupit jednodušeji, rychleji ve hře (36 %); chtějí využít nějakou slevovou akci nebo speciální nabídku ve hře (33 %); chtějí si koupit kosmetické úpravy postavy či předměty ve hře (29 %); chtějí si odemknout bonusový a exkluzivní obsah ve hře (26 %); aby měli možnost hrát s přáteli a rodinou (22 %)²⁶⁹(graf 8).

²⁶⁷ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>

²⁶⁸ U žánrů pro rok 2023 jsem bral v potaz jen žánry, který přesáhly aspoň 5% hranici.

²⁶⁹ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>



Graf 8: Množství korejských hráčů, kteří utrací reálné peníze ve hrách²⁷⁰

3.2.1 Negativní dopady hraní

Pro doplnění informací o korejských hráčích je nutné zmínit i některé nepříliš pozitivní aspekty. Prvním rozšířeným problémem je herní závislost. Jedním z důvodů vedoucí k závislosti je dostupnost PC bangů, kde mladí lidé tráví velké množství času hraním svých oblíbených her. PC bangy velmi často nabízejí dostupné ceny, jsou otevřeny nonstop a nabízejí i občerstvení. Jedním ze signálů, že hráč má symptomy herní závislosti, je ten, že se přestává starat o svoji hygienu a svoje zdraví; a zůstává dlouhé hodiny hrát. Někteří mladí hráči sní o kariéře profesionálního esportového hráče, kde by v úspěšném týmu mohli dostat každý rok až 48 tisíc dolarů. Bohužel ne každý hráč má možnost stát se profesionálem nebo vytvářet herní obsah, a krutou realitou je nezdravá závislost na videohrách, kterou si často vypěstují vynaloženým časem na trénink. Světová zdravotnická organizace (WHO) zařadila závislost na videohrách mezi oficiální poruchy a od 1. ledna 2025 je v plánu zařazení na seznam korejské standardní klasifikace nemocí, hry by mohly být zatíženy speciální daní stejně jako tabákové výrobky, jakožto produkt způsobující zdravotní problémy. Společnosti v herním průmyslu tento krok kritizují, podle prognóz by po dobu 3 let od mohly přijít až o 9,58 bilionů dolarů²⁷¹.

Snahy limitovat negativní dopady hraní začaly již v roce 2011, kdy Národní shromáždění Koreje odsouhlasilo uvedení tzv. „shutdown law“ (známé též jako Cinderella law). Tento kontroverzní zákon měl za cíl zakázat hraní online her mladistvým pod 16 let v čase mezi

²⁷⁰ *Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report*. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>

²⁷¹ ASSKOUMI, Amit. *Gaming Addiction in South Korea: A National Crisis?* Online. 2021. Dostupné z: <https://themindfulgamer.com/gaming-addiction-in-south-korea-a-national-crisis/>

0:00 až 6:00, od samého začátku byl provázen kontroverzemi a mnoho lidí pochybovali o jeho účinnosti²⁷². V roce 2021 byl ale zrušen a korejské ministerstvo kultury, sportu a turismu uvedlo, že tím chtějí respektovat práva dětí a podpořit výchovu v domácnosti (zodpovědnost se tím přesouvá na rodiče dětí). Zůstává ale tzv. „výběrový systém“ („choice system“), uvedený v roce 2012, který umožňuje rodičům a zákonným zástupcům naplánovat herní čas podle sebe²⁷³.

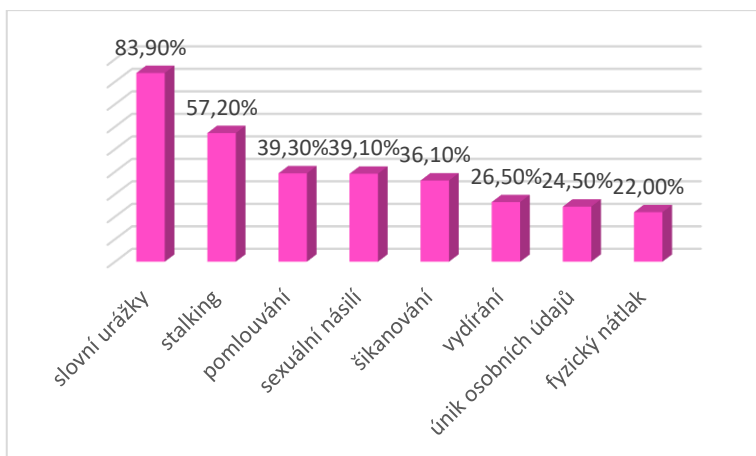
Druhým významným problémem je kyberšikana. V roce 2023 mělo zkušenost s kyberšikanou ve hře 56,2 % hráčů. Nejčastější formou kyberšikany, na kterou hráči narazili (graf 9), jsou slovní urážky (83,9 %) a stalking (57,2 %). V menší míře se setkali s pomlouváním (39,3 %), sexuálním násilím (39,1 %), šikanou (36,1 %), únikem osobních údajů (24,5 %) či fyzikálním nátlakem (22 %). Výsledky průzkumu ukazují (graf 10), že 46,5 % hráčů neřeší či nechce řešit svoje zkušenosti s kyberšikanou. 36,5 % hráčů nahlašuje přímo herním společenstvem problémy (např. hra *Black Desert* má v zákaznické podpoře možnost nahlášení hráče, tým podpory prozkoumá nahlášeného hráče a udělí tresty podle potřeby). Přímou komunikaci s viníkem/iniciátorem konfliktu volí 19,6 % hráčů²⁷⁴. 12,3 % hráčů nejdříve shromáždí důkazy (screenshoty z chatu, hlasové nahrávky, video nahrávky) před kontaktováním orgánů policie a 7,3 % se spojí přímo s policií. Herní společnosti řeší podněty ohledně kyberšikany (graf 11) nejčastěji dočasným omezením možnosti používat komunikační kanály ve hře (55 %; např. hlasový nebo textový chat) nebo dočasným pozastavením přístupu do hry (44,1 %). Sankce a pokuty jsou rozdávány ve 24,7 % případů a trvalým zákazem přístupu do hry končí 14,6 % případů. U 13,9 % případů nejsou uvedené podrobné informace²⁷⁵.

²⁷² JIN, Dal Yong (ed.). *Mobile Gaming in Asia Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2017, str. 56. ISBN 94-024-0826-6. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/978-94-024-0826-3>.

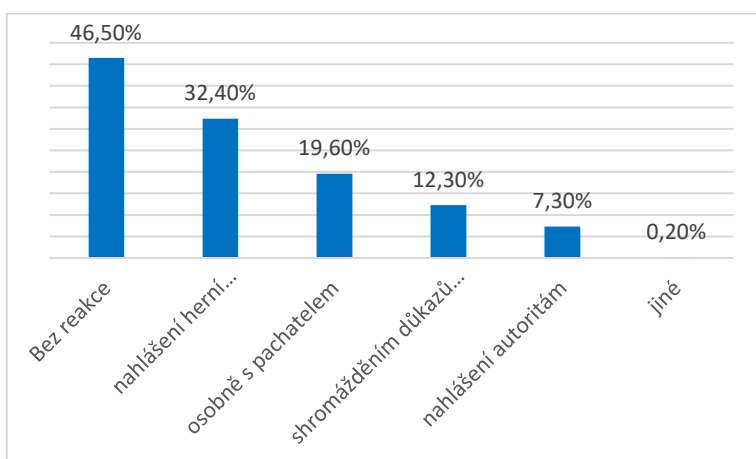
²⁷³ HARDAWAR, Devinda. *South Korea to end its controversial gaming curfew*. Online. Engadget. 2021. Dostupné z: <https://www.engadget.com/south-korea-gaming-shutdown-law-end-163212494.html>

²⁷⁴ Z osobní zkušenosti si myslím, že tato varianta řešení není ideální, obzvlášť v internetovém prostoru. Na svém místě bych zřejmě zvolil kontaktování zákaznické podpory.

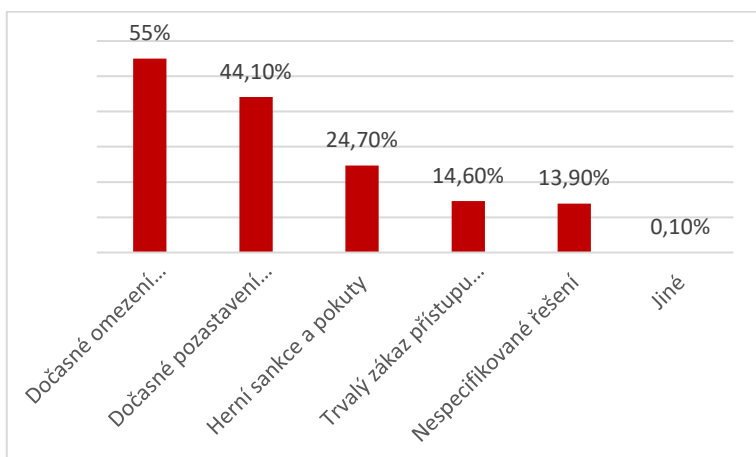
²⁷⁵ 2023 *Geim ijongdža siltchäčosa*. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.kocca.kr/shortUrl/me8p>



Graf 9: Druhy kyberšikany, se kterými se setkávají hráči



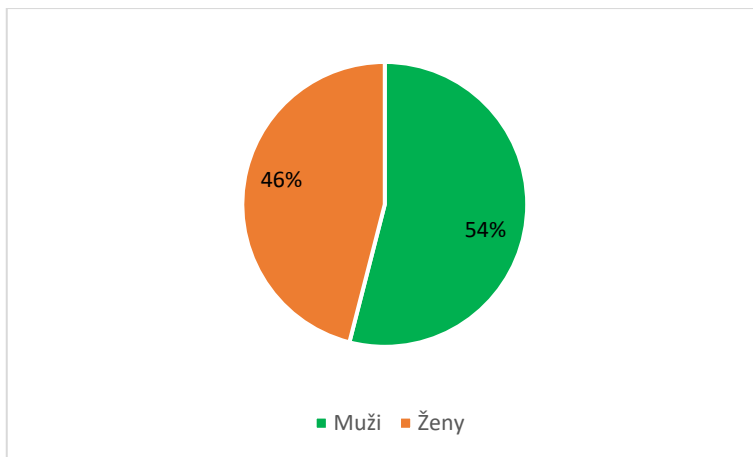
Graf 10: Jak reagují hráči na kyberšikanu?



Graf 11: Reakce herních společností na nahlášení kyberšikany

3.2.2 Demografie a preference hráčů v Číně

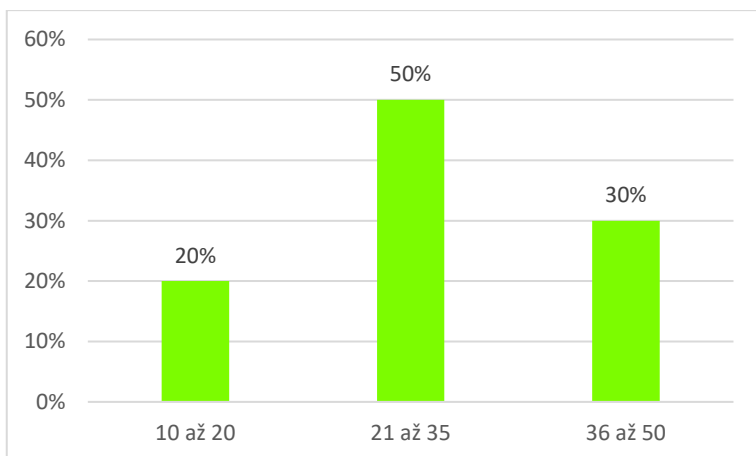
Demografie čínských hráčů vypadá následovně: 54 % hráčů jsou muži, 46 % jsou ženy (graf 12). Co se týče věkového rozdělení (graf 13), nejpočetnější skupinu 21 až 35 let tvoří 50 % hráčů, skupinu 36 až 50 let 30 % a nejméně početnou skupinu 10 až 20 tvoří 20 %. Možným důvodem, proč je nejmladší věková skupina takto málo zastoupena, leží v zákonech, kterými čínská vláda omezuje hraní nezletilých hráčů. V roce 2021 čínská vláda prosadila, že nezletilí mají 60 minut na hraní online her pouze v pátek, o víkendy a o svátcích. Nejvíce zastoupená platforma pro hraní v Číně (graf 14) jsou mobily, čítající přes 640 milionů hráčů. Počítačových hráčů je 322 milionů a konzoloví hráči tvoří nejmenší část, tvoří jich 16,7 milionů. Nejpopulárnějších 5 žánrů mezi čínskými hráči jsou: casual, akční, akční adventury, střílečky a MOBA²⁷⁶.



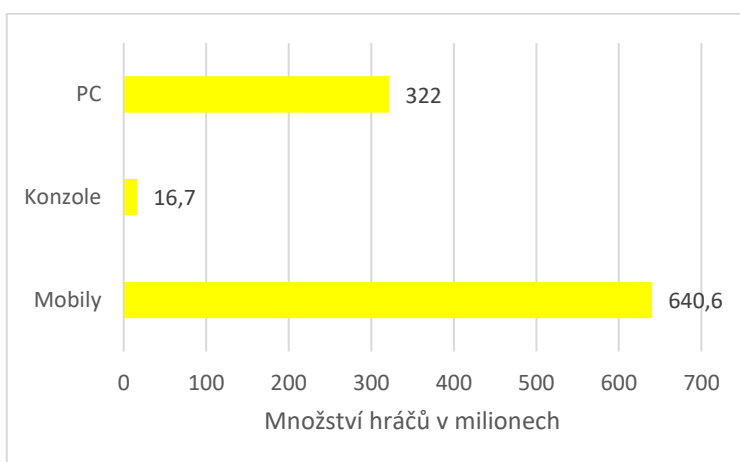
Graf 12: Genderové zastoupení čínských hráčů²⁷⁷

²⁷⁶ *China's Games Market: Facts & Stats*. Online. 2023. Dostupné z: <https://80.lv/articles/china-s-games-market-facts-stats/>

²⁷⁷ *The Gaming Market in China*. Online. Allcorrect. 2023. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-china/>



Graf 13: Graf 13: Věkové zastoupení čínských hráčů²⁷⁸



Graf 14: Zastoupení čínských hráčů podle platform²⁷⁹

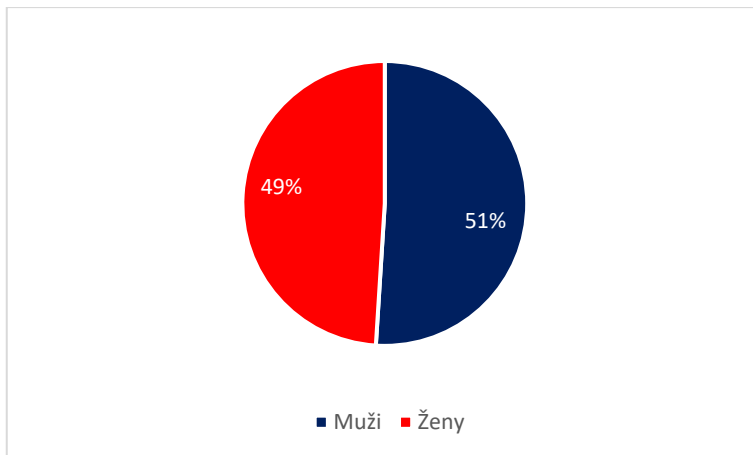
3.2.3 Demografie a preference hráčů v Japonsku

Zastoupení japonských hráčů je genderově vyvážené (graf 15), 51 % jsou muži a 49 % ženy. Věkové zastoupení je rozdělené do 3 skupin (graf 16), skupinu od 20 do 49 let tvoří 64 % hráčů, skupina pod 19 let má 24 % a nejméně početná je věková skupina nad 50 let, 12 %. Nejpopulárnější platformou pro hráče (graf 17) jsou mobily (48 %), dále herní konzole (34 %) a počítače mají nejmenší podíl, 18 %. Popularita hraní na herních konzolách není v Japonsku žádným překvapením, jelikož společnosti Nintendo a Sony, hlavní světoví výrobci herních konzolí, jsou japonské firmy. Navíc významné japonské herní společnosti jako jsou Capcom, Bandai Namco nebo Sega, vydávají hlavně konzolové hry. Co se týče mobilních her, podle

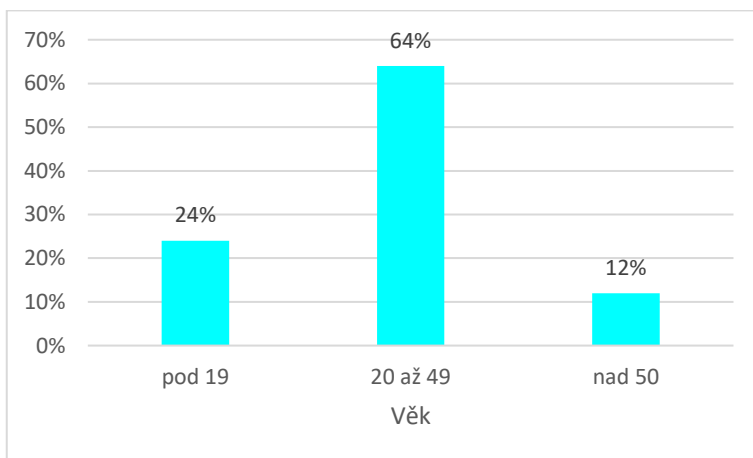
²⁷⁸ *The Gaming Market in China*. Online. Allcorrect. 2023. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-china/>

²⁷⁹ *China's Games Market: Facts & Stats*. Online. 2023. Dostupné z: <https://80.lv/articles/china-s-games-market-facts-stats/>

průzkumu GMO Research 61 % hráčů utrácí peníze za nákupy ve hrách. Motivace japonských hráčů ke hraní je různorodá: 50 % vidí hry jako způsob relaxace a zabavení; 49 % hraje hry k vyplnění volného času; 45 % se chce plně ponořit do herních světů²⁸⁰; 13 % považuje hry za formu komunikace s přáteli; 11 % hraje hry kompetitivně a užívá si pocit vítězství²⁸¹ a 9 % chce být součástí nějakého týmu a dosáhnout společných cílů²⁸².



Graf 15: Genderové zastoupení japonských hráčů²⁸³



Graf 16: Věkové zastoupení japonských hráčů²⁸⁴

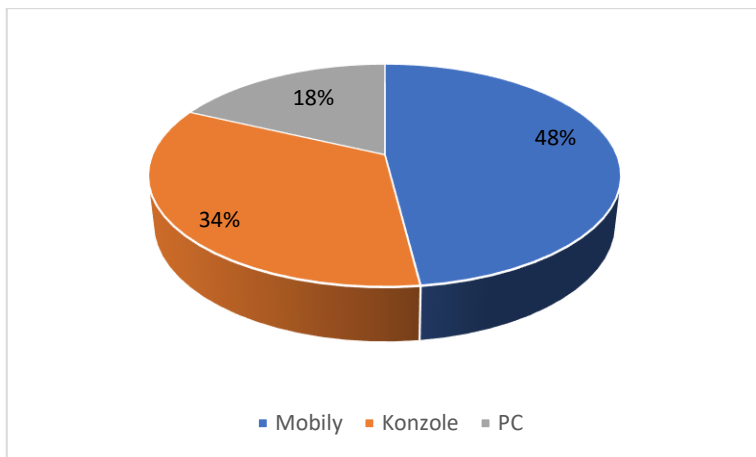
²⁸⁰ Pod tímto bodem si představuji hraní her s napínavým příběhem, který hráče zatáhne do hry a u které člověk zůstane delší dobu.

²⁸¹ Z těchto údajů můžeme vyčíst, že kompetitivní hraní ještě není hojně rozšířené jako v Číně a Koreji.

²⁸² *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

²⁸³ *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

²⁸⁴ *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>



Graf 17: Zastoupení japonských hráčů podle platformem²⁸⁵

²⁸⁵ *The Gaming Market in Japan*. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

Závěr

Cílem práce bylo představit a porovnat korejský herní průmysl s Čínou a Japonskem, dále komparace hráčské základny zmíněných tří zemí.

V první kapitole se práce věnovala obecnému představení světového herního průmyslu a pro lepší pochopení tématu jsem představil i jednotlivé žánry her a platformy, na kterých můžete hrát hry. V Koreji jsou stále nejpobulárnější MMORPG hry, ale korejské firmy se pomalu snaží vydávat hry v jiných žánrech, ve snaze prorazit na světovém trhu.

Ve druhé kapitole jsem představil významné milníky ve vývoji korejského herního průmyslu a vyjmenoval jsem důležité herní společnosti a herní tituly, v podobném duchu jsem představil i čínský a japonský herní průmysl. Korejský herní průmysl se v současné době zaměřuje převážně na počítačové a mobilní hry, na konzolové hráče ale myslí někteří herní vývojáři a mezi některými plánovanými tituly jsou hry pro konzole. Mezi herními tituly, které jsem vybral pro detailnější popis, najdeme tituly, které reprezentují samotnou herní společnost či zanechali stopu na trhu (*Lineage*, *Maple Story*) nebo hry, se kterými mám vlastní zkušenost (*Kart Rider*, *Blue Archive*, *PUBG Mobile*). Pokud bychom porovnávali jednotlivé trhy, v Číně máme duopol 2 velkých firem (NetEase, Tencent), doplněné o další menší firmy (miHoYo); v Koreji máme 3 prominentní firmy (NC Soft, Netmarble, NEXON), doplněné o další progresivní firmy (Krafton, Pearl Abyss), japonský trh je pro změnu reprezentovaný větším množstvím silných firem (Nintendo, Sony, ad.).

V poslední části se práce zaměřila na hráčskou základnu, kde jsme nejdříve srovnali esportovou scénu v Koreji, Číně a Japonsku. Největší výdělký mají čínští hráči a korejští hráči, naproti tomu japonští profesionální hráči berou daleko menší výhry. Ženské hráčky si vedou nejlépe v Číně a mobilní esport je též rozvinutý nejvíce v Číně. Nejvíce esportových hráčů mají hry League of Legends, Overwatch, PUBG Mobile. Při srovnání jsem došel k poznatku, že v Číně a Koreji jsou oblíbené podobné hry a esportová scéna v Japonsku je odlišná, díky popularitě konzolových her.

Srovnání demografických skupin přineslo též zajímavé poznatky. Ve všech zemích je více mužských hráčů, nejmenší rozdíl je v Japonsku (51 % muži, 49 % ženy). Co se týče konkrétních věkových skupin, v Číně a Koreji je nejpočetnější věková skupina 21 až 35 let, v Japonsku věková skupina 20 až 49 let. Čína i Korea má další podobnost, nejoblíbenější platformy jsou v následujícím pořadí: mobily, počítače, konzole. V Japonsku je pro změnu

nejméně zastoupenou platformou PC, nejvíce konzole (zřejmě kvůli konzolám PlayStation a Nintendo Switch). Osobně jsem nebyl příliš překvapen popularitou jednotlivých platform, o Koreji jsem již dříve věděl, že mají velké zastoupení počítačových hráčů a v Japonsku, potažmo i ve světě je popularita zdejších herních konzolí zjevná (sám jsem majitelem konzole PlayStation 4).

Domnívám se, že herní průmysl se bude i nadále rozvíjet a v budoucnu budeme moci sledovat nejrůznější nové trendy jak na korejském, tak i na světovém trhu. Pro pozdější podrobnější zkoumání by mohla být využita tato práce jako základní vodítko, téma mobilních her v Koreji by se mohla kupříkladu rozpracovat jako samostatná práce v podobném duchu jako práce na téma korejského herního průmyslu se zaměřením na online hry, vypracovaná na ústavu asijských studií.

Seznam použité literatury a zdrojů

Knižní publikace

LEE, S. Austin a Alexis PULOS, ed. *Transnational Contexts of Development History, Sociality, and Society of Play Video Games in East Asia* [online]. Springer International Publishing, 2016 [cit. 2023-02-06]. ISBN 9783319438207. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4791121>

JIN, Dal Yong. *Korea's online gaming empire*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2010. ISBN 0-262-01476-9.

JIN, Dal Yong (ed.). *Mobile Gaming in Asia Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2017. ISBN 94-024-0826-6. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/978-94-024-0826-3>.

Elektronické články

- ASSKOUMI, Amit. *Gaming Addiction in South Korea: A National Crisis?* Online. 2021. Dostupné z: <https://themindfulgamer.com/gaming-addiction-in-south-korea-a-national-crisis/>
- BARFIELD, Rose. *Who invented computers?* Online. Bricsys. 2020. Dostupné z: <https://www.bricsys.com/blog/who-invented-computers>.
- BAEK, Byung-yeul. *NCSOFT pinning high hopes on success of 'Lineage 2M'*. Online. 2019. Dostupné z: https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2020/12/134_276139.html
- BLAKE, Vikki. *Honkai Star Rail isn't out yet but already has 10 million users*. Online. GamesRadar. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesradar.com/honkai-star-rail-isnt-out-yet-but-already-has-10-million-users/>
- CHAPPLE, Craig. *Lineage Franchise Crosses \$4 Billion in Gross Revenue on Mobile*. Online. Sensor Tower. 2019. Dostupné z: <https://sensortower.com/blog/lineage-mobile-games-revenue-4-billion>
- CHAPPLE, Craig. *Netmarble cuts losses by 90% in Q3 despite revenue decline*. Online. PocketGamer.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/82911/netmarble-cuts-losses-by-90-in-q3-despite-revenue-decline/>
- CHUNG, Joo-won. *NCSOFT flying high on earnings hope*. Online. YONHAP NEWS AGENCY. 2020. Dostupné z: <https://en.yna.co.kr/view/AEN20200108003000320>
- COOK, Paige (ed.). *Black Desert surpasses 50 million registered players*. Online. PocketGamer.biz. 2022. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/79602/black-desert-surpasses-50-million-registered-players/>
- COWLEY, Ric (ed.). *Netmarble's Lineage 2: Revolution surpasses \$176 million in revenues in its first month*. Online. PocketGamer.biz. 2017. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/64894/lineage-2-revolution-surpasses-176-million-usd-in-revenues/>
- DAS, Abhimannu. *Japan Overtakes All Other Regions in Valorant Esports Viewership*. Online. AFK Gaming. 2022. Dostupné z: <https://afkgaming.com/esports/news/japan-overtakes-all-other-regions-in-valorant-esports-viewership>
- DIAZ, Ana. *Genshin Impact developer's new game will be released in April*. Online. Polygon. 2023. Dostupné z: <https://www.polygon.com/23653933/hoyoverse-honkai-star-rail-release-date-mihoyo-genshin-impact-developer>
- FAHEY, Mike. *Lineage 2: Revolution Pretty Much Plays Itself*. Online. Kotaku. 2017. Dostupné z: <https://kotaku.com/lineage-2-revolution-pretty-much-plays-itself-1820509649>
- HARDAWAR, Devinda. *South Korea to end its controversial gaming curfew*. Online. Engadget. 2021. Dostupné z: <https://www.engadget.com/south-korea-gaming-shutdown-law-end-163212494.html>
- KAISER, Rowan. *East Is West: How Two Classic RPGs Prove the Stereotypes False*. Online. Engadget. 2012. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2012-02-16-east-is-west-how-two-classic-rpgs-prove-the-stereotypes-false.html?>

- KIM, Byung-wook. *Nexon's Blue Archive: Mobile game for anime fans by anime fans*. Online. The Korea Herald. 2021. Dostupné z: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20211027001027>
- KIM, Mihüi. *Munjeböb čedžöng 50njön mane geimi böbčögin munhwajesuri dwässda*. Online. Game Meca. 2022. Dostupné z: <https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1685193>.
- KIM, Sung-tae. *Korea is, and Will Continue to be, a Force in the Gaming Industry*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub03.html>.
- KUROSAWA, Yuki. *Naraka: Bladepoint sold 6 million copies. 30% off from Nov.10-17 UTC*. Online. AUTOMATON. 2021. Dostupné z: <https://automaton-media.com/en/news/20211110-5922/>
- LADA, Jenni. *Free Honkai: Star Rail Stellar Jades for TGA 2023 Win*. Online. Siliconera. 2023. Dostupné z: <https://www.siliconera.com/free-honkai-star-rail-stellar-jades-for-tga-2023-win/>
- LAWRENSEN, Emily. *What are gacha games? Why are they so popular?* Online. Qustodio. 2022. Dostupné z: <https://www.qustodio.com/en/blog/what-are-gacha-games/>
- LEE, Duck-Kyu. *Unique Content, Speed and Competition are Featured in Korean Games*. Online. Korean Culture and Information Service. 2018. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/201807/sub02.html>
- LEE, Ju-hyun, CHEON, Jongwoo (ed.). *Faker's T1 wins League of Legends global championship*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202311200015>
- LEE, Ju-Hyun. *NCSoft looks beyond MMORPGs to draw young gamers*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202311160016>
- LEE, Seung-Woo. *Nexon launches hit RPG Blue Archive in China*. Online. THE KOREA ECONOMIC DAILY. 2023. Dostupné z: <https://www.kedglobal.com/korean-games/newsView/ked202308040009>
- LIAO, Rita. *Blizzard ends 14-year licensing deal with NetEase in China*. Online. TechCrunch. Dostupné z: <https://tcrn.ch/3XcjYJR>
- MCCALL, Daniel. *'Guild Wars 2' Sales Break Two Million Mark*. Online. Inquisitr.com. 2012. Dostupné z: <https://www.inquisitr.com/331128/guild-wars-2-sales-break-two-million-mark>
- MCLEAN, CAITLIN. *Who invented the Internet? Everything you need to know about the history of the Internet*. Online. USA TODAY. 2022. Dostupné z: <https://eu.usatoday.com/story/tech/2022/08/28/when-was-internet-created-who-invented-it/10268999002/>.
- MESSNER, Steven. *The 5 biggest PC games in China that you'll probably never play*. Online. 2019. Dostupné z: <https://www.pcgamer.com/the-5-biggest-pc-games-in-china-that-youll-probably-never-play/>

MOON, Joon-hyun. *NCSOFT to tear loose from Lineage: CEO*. Online. The Korea Herald. 2023. Dostupné z: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20231119000101>

MURRAY, Sean. *KartRider Rush+ Downloaded Over 10 Million Times In Just Two Weeks*. Online. TheGamer. 2020. Dostupné z: <https://www.thegamer.com/kartrider-rush-downloaded-10-million/>

NUSSEY, Sam, DONOVAN, Kirsten (ed.). *Japan opens biggest esports park to level up competitive gaming*. Online. Reuters. 2022. Dostupné z: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/japan-opens-biggest-esports-park-level-up-competitive-gaming-2022-04-20/>

OBEDKOV, Evgeny. *All three miHoYo founders included in China's 500 richest people list with combined net worth of \$16 billion*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/05/18/china-500-richest-people-mihoyo-founders>

OBEDKOV, Evgeny. *Honkai: Star Rail named Game of the Year by both Apple and Google, following in footsteps of Genshin Impact*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/30/honkai-star-rail-goty-apple-google-like-genshin-impact>

OBEDKOV, Evgeny. *Krafton plans to launch over 30 games by 2026 to drive future growth on its transition into global publisher*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/08/krafton-q3-report-30-games-by-2026-pipeline-global-publisher>

OBEDKOV, Evgeny. *Netmarble to establish video game museum to preserve industry's legacy*. Online. Game World Observer. 2022. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2022/09/19/netmarble-video-game-museum-south-korea>.

OBEDKOV, Evgeny. *Nintendo posts \$1.8 billion in profit for H1, as Zelda: Tears of the Kingdom tops 19 million copies sold*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/07/nintendo-profit-h1-fy24-zelda-tears-sales-19-5-million-copies>

OBEDKOV, Evgeny. *South Korea legally recognizes video games as form of culture and art*. Online. Game World Observer. 2022. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2022/09/09/south-korea-recognizes-video-games-as-culture-and-art>.

OBEDKOV, Evgeny. *PlayStation 5 gaining momentum with over 50 million units sold — two days ahead of PS4*. Online. Game World Observer. 2023. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/12/20/playstation-5-sales-50-million-two-days-ahead-of-ps4>

OBEDKOV, Evgeny. *South Korea legally recognizes video games as form of culture and art*. Online. Game World Observer. 2022. Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2022/09/09/south-korea-recognizes-video-games-as-culture-and-art>.

OBEDKOV, Evgeny. *Tencent generated over \$6.3 billion from games in Q3, solidifying its status as world's #1 game company by revenue*. Online. Game World Observer. 2023.

Dostupné z: <https://gameworldobserver.com/2023/11/15/tencent-q3-report-games-revenue-6-3-billion-report>

PALAK, Asif Zubayer. *Gamevil is officially renaming itself to Com2uS Holdings*. Online. GamingonPhone. 2021. Dostupné z: <https://gamingonphone.com/news/gamevil-is-officially-renaming-itself-to-com2us-holdings/>

PARKIN, Simon. *Power up: will Chinese financing be the saviour of the Japanese video game industry?* Online. The Guardian. 2023. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/games/2023/nov/07/power-up-will-chinese-financing-be-the-saviour-of-the-japanese-video-game-industry>

PAVLOVIC, Dwight. *Video Game Genres: Everything You Need to Know*. Online. HP. 2020. Dostupné z: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>

PURCHASE, Robert (ed.). *ArenaNet explains Guild Wars 2 going free, and the addition of raids*. Online. Eurogamer. 2015. Dostupné z: <https://www.eurogamer.net/arenanet-explains-guild-wars-2-going-free-and-the-addition-of-raids>

REES, Lewis. *China's games sales fell 10.33% in 2022*. Online. PocketGamer.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/80868/chinas-games-sales-fell-1033-in-2022/>

ROUSSEAU, Jeffrey. *MapleStory M pulls in \$600m in lifetime earnings*. Online. Games Industry.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/maplestory-m-pulls-in-600m-in-lifetime-earnings>

ROUSSEAU, Jeffrey. *Nexon names Junghun Lee as its next CEO*. Online. Games Industry.biz. 2023. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/nexon-names-junghun-lee-as-its-next-ceo>

STUDHOLME, Billy. *PUBG Nations Cup 2023 to be held in South Korea*. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/06/pubg-nations-cup-2023>

ŠMÍD, Martin. *Hra Naraka: Bladepoint bude dostupná formou free-to-play, příští týden vyjde pro PS5*. Online. KONZOLISTA. 2023. Dostupné z: <https://www.konzolista.cz/clanky/novinka/hra-naraka-bladepoint-bude-dostupna-formou-free-to-play-pristi-tyden-vyjde-pro-ps5>

TAKAHASHI, Dean. *How Lineage 2: Revolution topped 30 million global players*. Online. VentureBeat. 2018. Dostupné z: <https://venturebeat.com/games/how-lineage-2-revolution-topped-30-million-global-players/>

TAN, Amanda. *Exclusive: Why is Valorant so massively popular in Japan? Japanese caster OooDa answers*. Online. ONE Esports. 2023. Dostupné z: <https://www.oneesports.gg/valorant/valorant-in-japan-popular-caster-ooda/>

TURNER, Ash. *Video Game Industry Revenue & Market Share*. Online. BankMyCell. 2023. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/video-game-industry-revenue>

TUTING, Kristine "Kurisu." *T1 Faker receives award not just for his greatness in LoL, but in all of esports*. Online. ONE Esports. 2023. Dostupné z: <https://www.oneesports.gg/league-of-legends/t1-faker-esports-awards-2023/>

VALENTINE, Rebekah. *Lineage 2 M surpasses \$152m in three months*. Online. Games Industry.biz. 2020. Dostupné z: <https://www.gamesindustry.biz/lineage-2-m-surpasses-usd152m-in-three-months>

VEALE, Jennifer. *Where Playing Video Games Is a Life*. Online. TIME. 2007. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20070517103054/http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1620799,00.html>.

WEBSTER, Andrew. *The Overwatch League signs its first female player*. Online. The Verge. 2018. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2018/2/14/17011504/overwatch-league-first-woman-player-geguri-shanghai-dragons>

WIRTZ, Bryan. *The Complete Guide to Video Game Genres*. Online. GameDesigning.org. 2023. Dostupné z: <https://www.gamedesigning.org/gaming/video-game-genres/>

YANG, Zeyi. *E-sports are more popular than traditional sports in Asia*. Online. MIT Technology Review. 2023. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/2023/10/04/1080767/esports-china-asian-games-tencent/>

ZHOU, Ping. *South Korea Computer Gaming Culture*. Online. Geography about. 2016. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160218005220/http://geography.about.com/od/culturalgeography/a/South-Korea-Computer-Gaming-Culture.html>.

Internetové stránky

Blade & Soul – NCsoft previews upgrade to Unreal Engine 4 for Asian fantasy MMORPG. Online. MMOCulture. 2018. Dostupné z: <https://mmoculture.com/2018/05/blade-soul-ncsoft-previews-upgrade-to-unreal-engine-4-for-asian-fantasy-mmorpg/>

Blade & Soul: Revolution – Netmarble announces Korean launch date for new mobile MMORPG. Online. MMOCulture. 2018. Dostupné z: <https://mmoculture.com/2018/10/blade-soul-revolution-netmarble-announces-korean-launch-date-for-new-mobile-mmorpg/>

Blue Archive tops \$240 million in revenue, had best month in January. Online. Niche Gamer. 2023. Dostupné z: <https://nichegamer.com/blue-archive-tops-240-million-in-revenue-had-best-month-in-january/>

China Esports Blast: October 2023. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/11/china-esports-blast-october-2023>

China eSports: 2023 Stats and Facts About the World's Largest eSports Market. Online. PlayToday.co. 2023. Dostupné z: <https://playtoday.co/blog/stats/china-esports/>

China's Games Market: Facts & Stats. Online. 2023. Dostupné z: <https://80.lv/articles/china-s-games-market-facts-stats/>

China's Gaming Regulations Report: Analyzing the Consumer and Market Impacts of Chinese Games Market Policies. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/chinas-gaming-regulations-report>

Dev Blog - Preseason revs up Jan. 11, 2023 (PT)! Online. Nexon. 2022. Dostupné z: <https://www.nexon.com/kartdrift/en/news/announcement/view?threadId=1913217>

Esports Around The World: South Korea. Online. ESPORTS INSIDER. 2023. Dostupné z: <https://esportsinsider.com/2023/07/esports-around-the-world-south-korea>

Fact Book 2023. Online. Bandai Namco Group. 2023. Dokument ve formátu PDF. Dostupné z: https://www.bandainamco.co.jp/files/ir/integrated/pdf/2023EN_fact.pdf

GACHAREVENUE. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.gacharevenue.com/game/11>

Growth in South Korea gaming market. Online. Asia Fund Managers. 2023. Dostupné z: <https://asiafundmanagers.com/gbr/growth-in-south-korea-gaming-market/>

Guild Wars Hits 5 Million Units Sold. Online. Wired. 2008. Dostupné z: <https://www.wired.com/2008/02/guild-wars-brea/>

Guild Wars 2 Design Manifesto. Online. GuildWars2.com. 2010. Dostupné z: <https://www.guildwars2.com/en/news/guild-wars-2-design-manifesto/>.

Hearthstone pro Liooon becomes first woman to win BlizzCon title. Online. ESPN. 2019. Dostupné z: https://www.espn.com/esports/story/_/id/27992742/hearthstone-pro-liooon-becomes-first-woman-win-blizzcon-title

Intchöbju - Nintchendo kchoria kchoda mineo dāpchjoisa. Online. SmartPCSarang. 2008. Dostupné z: <https://www.ilovepc.co.kr/news/articleView.html?idxno=1760>

Introduction to Wuxia. Online. Blade & Soul. 2015. Dostupné z: <https://www.bladeandsoul.com/en-us/news/article/3918/introduction-to-wuxia>

JAPAN ESPORTS MARKET. Online. International Trade Administration. 2022. Dostupné z: <https://www.trade.gov/market-intelligence/japan-esports-market>.

Japanese Game Developers - The Big Five. Online. Dostupné z: https://www.japan-zone.com/modern/game_developers.shtml

Kchatchūraidō sōbisū čongnjoe tchūrōk siwi...neksūn, husokčang džingkhūsū kkälkka. Online. Jōnhab njusū. 2022. Dostupné z: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20221222111100017>

Key Insights into South Korean Gamers | Newzoo Gamer Insights Report. Online. 2022. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-south-korean-gamers-newzoo-gamer-insights-report>

Lineage Eternal Development Team Got a Big Change. Online. 2P.com. 2017. Dostupné z: https://web.archive.org/web/20170705234925/http://2p.com/48357343_1/NCsoft-Replaced-the-Leadership-of-Lineage-Eternal-Development-Team-by-MMORPGmaster.htm

NCSoft Announces Annual Financial Results for 2022. Online. NCSoft. 2023. Dostupné z: <https://kr.ncsoft.com/en/pr/newsDetail/5341.do>

Personal Story. Online. Dostupné z: <https://www.guildwars2.com/en/the-game/personal-story/>.

South Korea - Entertainment and Media. Online. International Trade Administration. 2023. Dostupné z: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-entertainment-and-media>

The Gaming Market in China. Online. Allcorrect. 2023. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-china/>

The Gaming Market in Japan. Online. Allcorrect. 2022. Dostupné z: <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>

The Gaming Industry in Korea – A Complete Breakdown. Online. Seoulz. 2023. Dostupné z: <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/amp/>

[Čojōngdžune geimhisūtchori] Mario wangguge sōnbongdžang 'Mariokchatchū'. Online. Dongailbo. 2014. Dostupné z: <https://n.news.naver.com/mnews/article/020/0002596455?sid=105>

[Oct] Four new sports celebrated at the 19th Asian Games. Online. Korean Culture and Information Service. 2023. Dostupné z: <https://www.kocis.go.kr/eng/fpcBoard/view.do?seq=1046499&rn=&page=2&pageSize=10&photoPageSize=6&totalCount=0&searchType=&searchText=>

2023 Geim ijongdža siltchäčosa. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.kocca.kr/shortUrl/me8p>

<https://www.bladeandsoul.com/en> (oficiální stránky Blade & Soul)

<https://com2us.com> (oficiální stránky společnosti Com2Us)

<https://escharts.com>

<https://www.guildwars.com/en> (oficiální stránky Guild Wars)

<https://www.guildwars2.com/en> (oficiální stránky Guild Wars 2)

<https://www.krafton.com/en/> (oficiální stránky společnosti Krafton)

<https://www.lineage2.com> (oficiální stránky Lineage 2)

<http://l2.netmarble.com/en/main> (oficiální stránky hry Lineage 2: Revolution)

<https://lineage2m.plaync.com/naeu> (oficiální stránky Lineage 2 M)

<http://www.netmarble.com/en> (oficiální stránky společnosti Netmarble)

<https://www.nexon.com/main/en> (oficiální stránky společnosti Nexon)

<https://www.nexon.com/main/en/KartRider:%20Drift/details> (oficiální stránky hry KartRider Drift)

<https://www.nexon.com/main/en/MapleStory/details> (oficiální stránky hry Maple Story)

<https://www.nexon.com/main/en/MapleStory%20M/details> (oficiální stránky hry Maple Story M)

nikke-en.com (oficiální stránky hry Goddess of Victory: Nikke)

<https://www.pearlabyss.com/en-US> (oficiální stránky společnosti Pearl Abyss)

<https://www.playkakaogames.com> (oficiální stránky Kakao Games)

<https://tl.plaync.com/ko-kr/index?redirect=false> (oficiální stránky hry Throne and Liberty)

<https://us.ncsoft.com/en-us> (oficiální stránky společnosti NCSOFT)

<https://www.statista.com>

Seznam her

Arena of Valor (2016). TiMi Studio

Black Desert Online (2014). Pearl Abyss

Blade & Soul (2016). NC Soft

Dota 2 (2013). Valve

Goddess of Victory: Nikke (2022). Shift Up

Guild Wars 2 (2012). ArenaNet

KartRider Drift (2023). Nitro Studio

League of Legends (2009). Riot Games

Lineage II (2003). NC Soft

Lineage 2: Revolution (2016). Netmarble

Maple Story (2003). Wizet

Overwatch (2016). Blizzard Entertainment

PUBG: Battlegrounds (2017). PUBG Studios

Ragnarok Online (2001). Gravity Co., Ltd.

StarCraft (1998). Blizzard Entertainment

Throne and Liberty (2023). NC Soft

Valorant (2020). Riot Games

World of Warcraft (2004). Blizzard Entertainment

Přílohy

Seznam grafů a obrázků

Obrázek 1: Přenosná herní konzole Nintendo Switch	14
Obrázek 2: Porovnání 2 variant herní konzole Playstation 5, vlevo model s CD mechanikou	14
Obrázek 3: Ukázka ze hry Goddess of Victory	15
Obrázek 4: Hra Lineage	23
Obrázek 5: Hra Lineage 2	24
Obrázek 6: Hra Lineage 2M	24
Obrázek 7: obrázek ze hry Guild Wars 2	25
Obrázek 8: Snímek ze hry Blade & Soul	27
Obrázek 9: Hra Maple Story	28
Obrázek 10: Hra Maple Story 2	29
Obrázek 11: Hra Crazyracing Kart Rider	30
Obrázek 12: Hra Kart Rider Drift	30
Obrázek 13: Vlastní obrázek ze hry Blue Archive.....	31
Obrázek 14: Hra Lineage 2: Revolution	33
Obrázek 15: Hra Black Desert Online	35
Obrázek 16: Vlastní obrázek načítací obrazovky hry PUBG Mobile.....	37
Obrázek 17: Hra Naraka: Bladepoint.....	39
Obrázek 18: Vlastní obrázek ze hry Honkai Star Rail	40
Obrázek 19: Ukázka ze hry Resident Evil 4 Remake	42
Obrázek 20: Snímek ze hry The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	43
Obrázek 21: Jihokorejský profesionální hráč I Sanghjök, alias Faker	46
Graf 1: Celkový počet hráčů na světě	8
Graf 2: Vývoj výnosů herního průmyslu	8
Graf 3: Výnosy firem herního průmyslu.....	8
Graf 4: V jaké formě jsou zapojení Korejci do her?	57
Graf 5: Genderové zastoupení korejských hráčů	58
Graf 6: Věkové zastoupení korejských hráčů	58
Graf 7: Zastoupení korejských hráčů podle platforem	59
Graf 8: Množství korejských hráčů, kteří utrácí reálné peníze ve hrách	60
Graf 9: Druhy kyberšikany, se kterými se setkávají hráči	62
Graf 10: Jak reagují hráči na kyberšikanu?	62
Graf 11: Reakce herních společností na nahlášení kyberšikany	62
Graf 12: Genderové zastoupení čínských hráčů	63
Graf 13: Graf 13: Věkové zastoupení čínských hráčů	64
Graf 14: Zastoupení čínských hráčů podle platforem.....	64
Graf 15: Genderové zastoupení japonských hráčů	65
Graf 16: Věkové zastoupení japonských hráčů	65
Graf 17: Zastoupení japonských hráčů podle platforem.....	66

Seznam tabulek

Tabulka 1: Základní informace o společnosti NC Soft	21
Tabulka 2: Základní informace o společnosti Nexon	27
Tabulka 3: Základní informace o společnosti Netmarble	32
Tabulka 4: Pořadí esportových hráčů v Koreji s největšími výděly	48
Tabulka 5: Pořadí mobilních esportových hráčů v Koreji s největšími výděly	48
Tabulka 6: Pořadí ženských esportových hráček v Koreji	48
Tabulka 7: Nejpopulárnější esportové hry v Koreji	49
Tabulka 8: Pořadí esportových hráčů v Číně s největšími výděly	51
Tabulka 9: Pořadí mobilních esportových hráčů v Číně s největšími výděly	52
Tabulka 10: Pořadí ženských esportových hráček v Číně	52
Tabulka 11: Nejpopulárnější esportové hry v Číně	52
Tabulka 12: Seznam zemí podle největšího celkového esportového výdělku	52
Tabulka 13: Pořadí esportových hráčů v Japonsku s největšími výděly	55
Tabulka 14: Pořadí mobilních esportových hráčů v Japonsku	55
Tabulka 15: Pořadí ženských esportových hráček v Japonsku	55
Tabulka 16: Nejpopulárnější esportové hry v Japonsku	56

Slovník použitých termínů

B2P (buy to play) – v překladu „kup a hraj“; v praxi si hráč zakoupí hru a může ji hrát bez omezení

Battle pass – Častá součást F2P her. Jedná se o seznam odměn, které může hráč získat za plnění úkolů ve hře. Za poplatek dostane hráč větší množství odměn.

Battle royale - Jedná se herní žánr, kdy postava začíná s minimálním množstvím vybavením a má za cíl přežít, získat nové vybavení a porazit ostatní hráče.

Beta test - Testovací verze plánované hry, která je určena vybraným hráčům; ti mají možnost hru si vyzkoušet, otestovat a vyhledat potenciální chyby. Obvykle se finální produkt velmi liší od prvních beta testů.

Casual hry – nenáročné hry pro masy; obvykle se jedná o mobilní hry, které jsou časově nenáročné hry

Cloud gaming - Hráč si zakoupí hru, ta není fyzicky nainstalovaná na zařízení a je zprostředkována na přechodném úložišti (cloud), a tím nezabírá místo na úložišti.

Combo – útočné kombinace ve hře, které hráč aktivuje kombinací tlačítek na ovladači či kombinací kláves na klávesnici

Cross-platform hraní - V praxi to znamená, že si uživatel nainstaluje hru např. na mobilní zařízení, poté si hru stáhne na počítač, propojí si herní data z mobilu a může pokračovat v hraní.

Engine - Softwarový framework, soustřeďující obecní funkce v počítačových hrách

F2P (free to play) – hry, kterou jsou dostupné zdarma, monetizace probíhá formou mikrotransakcí

FPS (first person shooter) – střílečská hra z pohledu první osoby

Gacha - Hráč používá našetřenou herní měnu k získání limitovaných či prémiových postav a zbraní tzv. „pullovaním“, fungující na principu herních automatů. Získané předměty jsou náhodné a hráči jsou motivováni k tomu, aby utráceli více peněz k získání vysněné postavy

JRPG (japanese role-playing game) – rpg hry, které mají grafiku inspirované anime stylem, boje jsou pomalejší (turn-based) a příběhová linka je lineární s komplexnějšími zápletkami

MMO (massively multiplayer online game) -typ online her, umístěný do virtuálního světa

MOBA (multiplayer online battle arena) – typ online her, hry se zaměřují na soupeření lidských hráčů proti sobě, případně celých týmů

Multiplayer – hra pro více hráčů

NPC (non-playable character) - jedná se o postavy ovládané počítačem

P2P (pay to play) – typ monetizace hry; kdy si hráč koupí hru a pak platí měsíční poplatek

PC bang – typ korejské internetové kavárny, která je otevřena celý den

Prize pool – výhra v esportových turnajů

PvE (player vs. environment) – herní obsah, kde hráč hraje proti postavám ovládaným počítači

PvP (player vs. player) - herní obsah zaměřený na boj hráčů v onlinových hrách.

Remake - Obvykle se jedná o předělání již vydané hry pro jinou platformu, se zlepšenou grafikou či opravenými chybami z původní hry

RPG (role-playing game) - hry vesměs fungují na následujícím principu: hráč si vytvoří nebo vybere z předem připravených předloh postavu, kterou postupem času vylepšuje a prochází s ní příběhovým světem

RTS (real-time strategy) – jedná se o strategické hry s válečnou tematikou, kde hráč souběžně s počítačem plánuje, jaké budovy postaví, jaké jednotky vyšle do boje atd.

Side-scrolling – Limitovaný pohyb pomocí šipek na klávesnici (pohyb doleva nebo doprava)

Single player – hra pro jednoho hráče

TBS (turn-based strategy game) – strategické hry, kdy se hráč střídá s počítačem ve hraní

TPS (third-person shooter) – střílečí hra z pohledu třetí osoby

TRPG (tactical role-playing game) - které mají v sobě prvky strategických her. Hráč musí použít svoje kreativní myšlení a vzít v potaz různé vlastnosti postav a prostředí při plánování postupu ve hře.

VR - virtuální realita