

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Tomáš Vlačíha

**Vztah fanouška, celebrity a komunit
fanoušků v prostředí e-sportů**

Bakalářská práce

Praha 2017

Autor práce: **Tomáš Vlačiha**

Vedoucí práce: **PhDr. Marie Pospíšilová**

Rok obhajoby: 2017

Bibliografický záznam

VLAČIHA, Tomáš. *Identita e-fanouška*. Praha, 2017. 48s. Bakalářská práce (Bc.)
Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií.
Katedra sociologie. Vedoucí bakalářské práce Marie Pospíšilová.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje světu e-sportů, který se za posledních několik let stal významným tématem na poli sociologie. Cílem bakalářské práce je výzkum vztahů, které vznikají v rámci online komunit e-hráčů: vztah fanouška a e-celebrity a vztah fanouška v rámci online komunity. Výsledky se opírají o kvalitativní výzkum – polostrukturované rozhovory s fanoušky e-sportů. Na základě těchto rozhovorů je popsán vývoj vztahu fanouška, který byl rozdělen do třech fází. Tyto fáze byly děleny dle vývoje vztahů fanouška: 1) Vztah hráče s úzkou komunitou přátel, 2) Vztah hráče s e-celebritou, 3) Vztah fanouška s velkou komunitou hráčů. Tyto fáze podrobně popisují, jakým způsobem se z hráče her stává fanoušek e-sportů.

Abstract

This thesis is about world of e-sports, which has become in few last years important theme in the field of sociology. The main goal of this thesis is to research relationships, which are created within online communities: relationship between a fan and e-celebrity and relationship within online communities. Results were accomplished by quality research and semi-structured interview with e-sports fans. With these interviews is then described evolution of fan relationship which was divided into three phases. The phases are: 1) Gamer relationship with close community of his friends, 2) Relationship between fan and e-celebrity, 3) Relationship between fan and a big community of fans. These phases explain how gamer becomes an e-sport fan.

Klíčová slova

e-sport, fanoušek, fanouškovství, parasociální vztah, online komunity, e-celebrita

Keywords

e-sport, fan, fanhood, parasocial relationship, online communities, e-celebrtiy

Rozsah práce: 63 124 znaků

Prohlášení

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

V Praze dne ... 19. 5. 2017

Tomáš Vlačíha

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí práce Marii Pospíšilové, která projevila ohromnou trpělivost a příkladné vedení při psaní této práce.

Institut sociologických studií

Projekt bakalářské práce

Identita e-fanouška

Úvod do tématu:

Hlavním námětem bakalářské práce bude identita e-fanouška. E-fanouška definuji jako člověka, který má jako svojí oblíbenou postavu internetovou celebritu (e-celebritu). Hlavní důvodem pro výběr tématu je rapidní vzrůst oblíbenosti online hraní a dále otevření nového ekonomického významu. Dalším významným důvodem je má osobní angažovanost v tématu. Herní svět a všechny jeho součásti se mě osobně dotýkají a osobně se považuji za osobu, která se v tomto oboru pohybuje již delší období. Tato bakalářská práce především poskytne bližší pochopení myšlení a způsob jednání e-fanoušků.

Teoretická východiska práce:

Námětem bakalářské práce a hlavní teorií, o kterou bude opřena, bude parasociální vztah. „Parasociální vztah je vztah mezi skutečným a fiktivním člověkem (postavou). Obvykle se používá k popisu vztahů mezi divákem a postavou například z televizního pořadu.“ (Devito 2008: 209) Tento vztah se dá také použít ve vztahu s celebritou. „Někdy se jedná o skutečné osoby, které diváci věrně sledují a s nimiž ve svých představách komunikují.“ (Devito 2008: 211)

Důležitým pojmem, kterým se budu zabývat, je e-celebrita. E-celebrita neboli elektronická celebrita je člověk, který se proslavil především pomocí internetu a je známý internetové komunitě.

U e-celebrit může tento vztah fungovat podobně, ale jsou zde zásadní odlišnosti. E-celebrit existuje celá řada a můžeme je dělit do mnoha skupin, v této práci se především zaměříme na skupinu e-celebrit, které se žíví hraním počítačových her. Mezi tyto osoby patří: profesionální hráči počítačových her (e-sportovci), „streameri“ (lidé, co natáčejí sami sebe, jak hrají v přímém přenosu a lidé mají možnost je sledovat),

„lets-playeri“ (lidé, co nahrávají své hraní a sdílejí přes službu Youtube). Tato skupina lidí má v moderní společnosti velký vliv, jak na vývoj mladých lidí, tak celkový dojem na velkou část společnosti mladých lidí.

Předpokládané metody zpracování a předběžná struktura práce.

Metoda zpracování bakalářské práce bude kvalitativní povahy. Formát budou polostrukturované rozhovory s rozmanitou škálou fanoušků e-celebrit. Metoda kvalitativního výběru bude metoda úsudkem. Uvedený výběr je pro toto téma ideální z důvodu, že hráčská komunita je velmi specifická a z mé osobní zkušenosti mohu vybrat velmi vyvážený vzorek e-fanoušků, kteří spadají do všech kategorií (e-sportovci, „streameri“, „lets-playeri“). Rozhovory proběhnou s 8 až 10 lidmi, počet bude určen saturací zkoumaného tématu.

Předběžná struktura práce

- 1) Úvod
- 2) Teoretická část tématu
- 3) Metoda sběru
- 4) Deskriptivní část
- 5) Analytická část
- 6) Závěr

Cíle bakalářské práce:

Cílem bakalářské práce bude snaha o zjištění povahy identity fanouška a jejího vztahu k e-celebritě. Jakým způsobem hraje při sebeprezentaci identity fanouška roli e-celebrita? Hraje přímou roli v jeho rozvoji např. osobním rozvoji, herním rozvoji atd.? Člověk, který se žíví hraním počítačových her, má tendenci vzbuzovat ve svých fanoušcích touhu být jako on, jelikož fanoušek jako „amatérský“ hráč může aktivně „konzumovat“ hraní her a snažit se připodobnit svému vzoru.

Výzkumné otázky:

- Jak je identita hráče ovlivněna e-celebritami?
- Jakým způsobem se projevuje vliv e-celebrity na chování fanouška?
- Jak důležitou postavou je pro fanouška jeho oblíbená e-celebrita?

Seznam odborné literatury

- Armelin L. (2012). Fame And Celebrity Within A Virtual World In: Media and Communication Studies, Stockholm University [online] Dostupné z: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:534817/FULLTEXT01.pdf>
- Báčová, V. (2008). Identita v sociální psychologii. Výrost, J., Slaměnik, I. Sociální psychologie. Praha: Grada.
- Devito, J. A. (2008) Základy mezilidské komunikace. Praha: Grada Publishing a.s.
- Lee, D., Schoenstedt, L. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. The ICHPER-SD Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance, Vol. 6, No. 2, s. 39-44. Dostupné z: <http://eric.ed.gov/?id=EJ954495>.
- Sharpe J., Self R. (2014). Computers for Everyone In: 1st year Introduction to Computer Science [online]. Dostupné z: <http://computing.derby.ac.uk/ojs/index.php/c4e/article/view/90/67>
- Snavely T.L. (2014). History and Analysis of eSport Systems [online]. The University of Texas at Austin. Dostupné z: <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/28652/SNAVELY-MASTERSREPORT-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stever, G. S.. (2013). Mediated vs. Parasocial Relationships: An Attachment Perspective. Journal of Media Psychology, Vol. 17, No. 3, s. 1-31, 2013 [online] Dostupné z: <http://www.calstatela.edu/faculty/sfischo/SteverParasocial%20Final2013.docx>
- Stryker, S., Burke P. J. (2000). The Past, Present, and Future of an Identity Theory. Social Psychology Quarterly Vol. 63, No. 4, s. 284-297.

Obsah

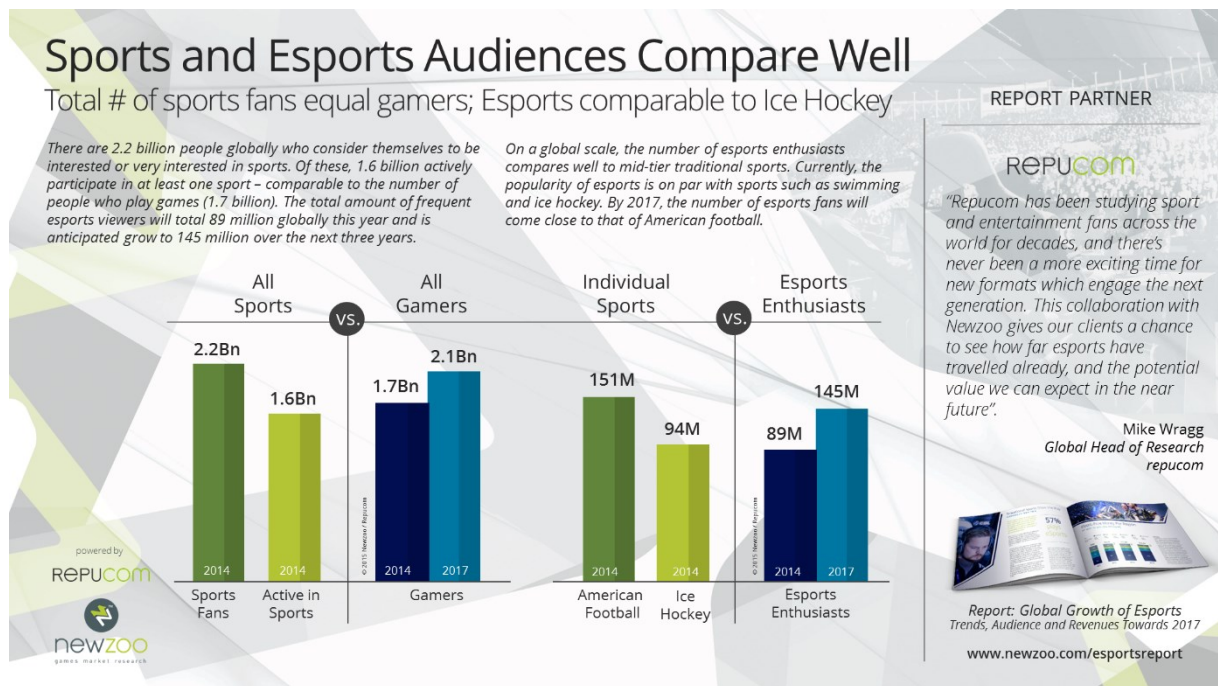
1. Úvod a představení tématu.....	11
2. Struktura práce	14
3. Teoretická část.....	15
3.1 Svět e-sportů	15
Definice e-sportu.....	16
Fenomén 21. století.....	16
Kompetitivní počítačové hry	17
3.2 Sportovní celebrita	18
Definice sportovní celebrity	18
Definice sportovní e-celebrity.....	19
Srovnání	20
3.3 Mikrocelebrita	20
Definice mikrocelebrity.....	20
3.4 Parasociální vztah	21
Parasociální vztah a jeho projevy	21
3.5 Fanouškovství a fanouškovské komunity.....	22
3.6 Teoretické zdroje věnující se e-celebritám a online fanouškovství.....	23
4. Metodologie.....	25
4.1 Kvalitativní výzkum.....	25
4.2 Metoda sběru dat.....	26
Formát rozhovorů	26
Postavení výzkumníka	27
4.3 Představení informátorů.....	27
4.4 Výběr vzorku	28
5. Praktická část – analýza a interpretace dat.....	30
5.1 Vztah hráče a úzké komunity kamarádů	32
5.2 Vztah fanouška a e-celebrity	34
Pokročení od obdivu schopností.....	35
Vznik osobnějším vztahu s celebritou	37
5.3 Vztah fanouška s velkou komunitou fanoušků.....	40
6. Závěr.....	43
6.1 Hlavní zjištění.....	43
6.2 Limity a přínos práce	44
7. Použitá literatura	45

1. Úvod a představení tématu

Tato práce se bude zabývat vznikem a podobou vztahu mezi e-celebritou a e-fanouškem. Na začátku musím nejdříve představit čtenáři svět e-sportů, do kterého e-celebrity a e-fanoušci patří. Obecná znalost tohoto odvětví zábavního průmyslu zatím není příliš rozšířená. E-sporty, které povahově připomínají tradiční sporty, avšak na rozdíl od tradičních sportů využívají ke hraní počítačové technologie. (Wagner 2007) Stejně tak jako se tradiční sporty rozdělují na jednotlivé části (fotbal, hokej aj.), tak u e-sportů to jsou tzv. kompetitivní počítačové hry, které zaujímají tuto roli. Pojem e-sporty označuje souhrnně všechny kompetitivní počítačové hry, tak jako tradiční sporty souhrnně označují různé sportovní hry. Jak tvrdí Barry Smart (Smart 2005) základem sportu je hra. Pro lepší pochopení, jakým způsobem fungují kompetitivní počítačové hry, ve zkratce popíši jejich fungování. Podobně jako u klasických sportů u většiny kompetitivních her proti sobě stojí dva týmy, které mají za účel se navzájem porazit (podmínky vítězství se liší dle hry). Hlavním rozdílem mezi tradičními sporty a kompetitivními hrami je ten, že u kompetitivních her nemusí mít hráč vlastní tým, počítač mu automaticky najde spoluhráče a protihráče. Může tak zdánlivě hrát sám.¹

Pokud se podíváme blíže na fenomén světa e-sportů a na jeho celebrity, tak můžeme lehce potvrdit to, že se z něho za posledních několik let stává silný oponent světu tradičních sportovních celebrit, viz graf níže. Na význam e-sportů můžeme poukázat například srovnáním tohoto odvětví s tradičními sporty a to z finanční výnos, který produkují e-sporty celosvětově (výnosy z reklam, přenosová práva, aj.) a popularity mezi diváky. Pro ukázkou můžeme uvést porovnání výdělku e-sportů v roce 2014, který činil 194 milionů dolarů a na druhé straně výdělek klasických sportů, který činil 174 miliard dolarů v roce 2014. (Newzoo 2015) Z ekonomické stránky jsou e-sporty a tradiční sporty neporovnatelné, jelikož je zde velký rozdíl ve výnosnosti (reklamy, přenosová práva, aj.) Při srovnání počtu fanoušků je zde porovnání dobrým příkladem.

¹ Pro příklad u kompetitivních her Counter Strike a League of Legends funguje systém hry následovně: základní herní systém je nastaven jako hra dvou týmů proti sobě (každý tým má pět hráčů), po splnění podmínek vítězství každý hráč dostane „body“ do hodnocení jednotlivců a následně je mu přidělena úroveň tzv. „rank“ (hodnota), poté má možnost porovnávat svůj rank s ostatními. Ale aby mohl zlepšovat svůj rank, potřebuje být v týmu pěti lidí, kteří mu jsou náhodně (dle jeho ranků) vybráni.



Zdroj: The Esports Economy Will Generate At Least \$465 Million in 2017 (Newzoo 2015)

Ve výše uvedeném grafu můžeme jednoznačně prokázat význam e-sportů v porovnání s klasickými sporty. Ačkoliv klasické sporty mají vyšší finanční výnosnost, tak co se týče fanoušků, jsou klasické sporty a tradiční sporty téměř vyrovnané. V roce 2014 bylo 1,7 miliarda fanoušků e-sportů v porovnání s 2,1 miliardy fanoušků klasických sportů. (Newzoo 2015) Popularita e-sportů se začíná v posledních letech vyrovnávat s popularitou klasických sportů. Zde je nutné brát v potaz, že momentální růst popularity e-sportů je ve svých počátcích a odhady pro nadcházející roky počítají s extrémním růstem, jak ukazují grafy v přiloženém obrázku.

S počtem fanoušků, který se neustále zvyšuje (Newzoo 2015), se vytváří i nové mediální postavy, které budu v této práci označovat jako sportovní e-celebrity. Svým charakterem se podobají klasickým celebritám, jak je popsal Barry Smart (2005). Rozdílným prvkem od klasických celebrit je to, že sláva e-celebrit vzešla z online prostředí, které je v moderní době, čím dál tím častějším prostředím pro možnost komunikace s celebritami. (Avroudi a Milne 2016)

Rozvoj nových typů komunikačních prostředků (internet) má za následek změnu v podobě sociálních interakcí. S rozvojem komunikačních médií přestala být sociální interakce závislá na fyzickém sdílení společného prostoru, takže jednotlivci mohou navzájem komunikovat, aniž by přitom byli ve stejný čas na stejném místě (Thompson 2004: 70) Dříve probíhala většina interakcí tváří v tvář (face to face), v dnešní době se způsob vedení dialogu a výměny informací změnil k nepoznání právě díky zprostředkování komunikace internetem. (Thompson 2004: 70).

Cílem této práce bude snaha čtenářovi přiblížit svět e-sportů a s ním spojených fanouškovských komunit a to zejména skrze zkoumání vztahů, které vznikají mezi fanoušky a celebritami, a jakým způsobem funguje vzájemná interakce mezi těmito aktéry. V průběhu práce se ukázalo, že mimo samotnou celebritu a fanouška hraje velkou roli pro fanouška i fanouškovská komunita, do které se řadí – jak pro vytváření vztahů mezi e-celebritou a fanouškem, tak následně pro vytváření vztahů mezi fanoušky v rámci komunity. Proto práce nezkoumá pouze vztah fanouška a celebrity, ale i roli fanouškovské komunity v tomto vztahu.

2. Struktura práce

Bakalářská práce je strukturovaná následovně – v teoretické části se věnuji základním pojmům a stavu současného poznání ve zkoumané oblasti. V první kapitole (3.1) bude popsán význam teorie, jakým způsobem teorie zapadá do tématu e-sportů. Druhá kapitola (3.2) o světě e-sportů je důležitá z důvodu, že e-sporty nejsou obecně známé. Aby bylo možné porozumět, jakým způsobem vznikají a fungují komunity fanoušků e-sportů, je potřeba vysvětlit jakým způsobem fungují procesy, které se odehrávají v prostředí e-sportů. Ve třetí části teoretické kapitoly (3.3) srovnávám tradiční a e-sportovní celebrity, hledám rozdíly a společné rysy. Tato část je důležitá zejména z důvodu, že tradičním sportovním celebritám bylo v literatuře věnováno více prostoru a vzhledem k podobnosti s e-celebritami jsou dobrým teoretickým východiskem pro jejich zkoumání. V kapitole (3.4) bude popsána definice mikrocelebrity a jaký význam má pro tuto práci. Dále v kapitolách parasociální vztah (3.5) a fanouškovské komunity (3.6) bude popsán vzájemný vztah, jaký existuje mezi fanoušky a e-celebritami (3.5) a mezi fanoušky samotnými (3.6). Zejména bude snaha o popsání vývoje vztahu, který se utváří ve fanouškovských komunitách, a který dále přechází ke vztahu k celebritě, a jakým způsobem zpětně tento vztah ovlivňuje vztahy ve fanouškovských komunitách. V kapitole (3.7) budou rozebrány zdroje věnující se tématice e-sportů a online komunit.

V kapitole 4, která se věnuje metodologii, vysvětluji, proč byla zvolena kvalitativní metoda zkoumání a způsob sběru dat.

Poslední kapitola 5 se věnuje praktické části, je zde obsažena analýza a interpretace dat.

3. Teoretická část

Předtím než přikročím k teoretické části, musím čtenáři vysvětlit význam a podstatu e-sportů. Tato práce byla psána s předpokladem, že běžnému člověku jsou e-sporty neznámé, takže vysvětlení základních pojmů a historie je vhodným uvedením do tematiky.

Jak bylo zmíněno výše, tak svět e-sportů není obecně příliš známý, takže nejvhodnější cestou pro seznámení čtenáře se světem e-sportů a e-celebrit je vysvětlení přes již známé věci. U e-sportů fungují stejné základní principy jako u klasických sportů a o klasických sportech je větší výběr zdrojové literatury. Proto bylo důležité poukázat na podobnosti a u e-sportů popsat jejich specifické vlastnosti. Seznámení se světem e-sportů bude zabírat první část této práce.

Parasociální vztah, fanouškovství a fanouškovské komunity, kterým se věnuji v kapitole (3.4 a 3.5), jsou důležité z důvodu, že vztah mezi fanouškem a e-celebritou je stavěn na podobném základu jako parasociální vztah, který je obohacen o online prvek. Fanouškovské komunity a fanouškovství je tvořeno na základě online sledování celebrity a osobnějšího pocitu z hraní, kdy má fanoušek možnost sdílet úspěchy se svou oblíbenou e-celebritou. Jak již bylo zmíněno, každý fanoušek e-sportů je také aktivním hráčem, což dává fanouškům větší pocit sounáležitosti uvnitř komunit fanoušků. (Taylor 2012)

3.1 Svět e-sportů

Video-herní průmysl, který započal v 80. letech 20. století, nabídl nové možnosti zábavy. Tato nová složka zábavního průmyslu, která byla z počátku vytvořena pro potěšení jednotlivců, se rozvinula v globálně populární fenomén, který za posledních několik let získává na popularitě u mladých lidí. (Douglas 2014) Od 90. let 20. století bylo zaznamenáno spousta komunitních turnajů na herních konzolách, které byly prvními případy kompetitivního hraní počítačových her, až po dnešní navštěvované herní turnaje s více než milionovou účastí. (Harmon 2016) Důležitou součástí tohoto odvětví je i nový formát fanouškovství. Nová podoba fanouškovství je dána tím, že v klasickém sportu je fanoušek převážně pasivní, pouze sleduje svůj oblíbený sport, aniž by ho aktivně provozoval (Taylor 2012). V e-sportech se oproti tomu všichni fanoušci označují za aktivní hráče (Taylor 2012).

Definice e-sportu

E-sporty (v anglickém originálu: Electronic Sports), jsou souhrnně označovány jako soutěžní/kompetitivní počítačové hry. Tento zábavní průmysl je populární po celém světě a má miliony účastníků, fanoušků a diváků, kteří se účastní turnajů konajících se na různých místech světa. (Harmon 2016) Mnoho lidí nepovažuje e-sporty za „skutečné“ sporty v tradičním slova smyslu přestože, jak jsem ukázal, toto odvětví neustále roste. Někteří profesionální hráči si vydělávají za své „hraní“ několika tisícové sumy dolarů. (Harmon 2016) V současné době existují profesionální hráči, kteří mají smlouvy se svými týmy, stejně tak jak je tomu u tradičních sportovních profesionálů.

Fenomén 21. století

Jak již bylo zmíněno v úvodu, tak popularita e-sportů je na vzestupu. Aby bylo možné pochopit, jakým způsobem se stal novou formou zábavního průmyslu, je důležité popsat jeho vývoj. Oblíbenost počítačového průmyslu, kterého jsou e-sporty součástí, je způsobena dvěma hlavními faktory. Prvním je enormní nárůst popularity počítačových her a informační gramotnosti. V roce 2012 vlastnilo 49 % domácností ve Spojených státech alespoň jednu herní konzoli. (Seo 2013) Dalším faktorem je dynamický technologický pokrok internetu a digitálních technologií. Počítačové hry umožňují běžným uživatelům spojení s jinými uživateli a poměrování jejich sil, stejně jako u tradičních sportů. (Seo 2013)

Přesun zábavy na herní konzole dal vzniknout novému formátu sportovního průmyslu, který, na rozdíl od tradičních sportů, může být prováděn z pohodlí domova. Tradiční sporty vyžadují větší fyzickou aktivitu a speciální prostředí (sportovní hřiště aj.). Na druhé straně u počítačových her stačí pouze počítač a přístup k internetu. Při hraní počítačových her je téměř nemožné si fyzicky ublížit, na rozdíl od tradičních sportů – pokud se něco stane hráči počítačových her, stane se to pouze na obrazovce počítače. Pro mnohé je těžké uvěřit, že kompetitivní hraní her může být na stejné úrovni jako tradiční sport. (Seo 2013)

Zásadní rozdíl mezi aktivitami tváří v tvář a virtuální realitou u hráčů je viděn ve slabé socializaci hráčů v online prostředí. (Dewey 2017) Běžná společnost pokládá hraní počítačových her za odloučené a nesociální, ale díky úspěchu e-sportů na poli zábavního průmyslu je tento předpojatý obrázek vnímán jinak (Newzoo 2015). Jak bylo uvedeno v úvodní kapitole, význam e-sportů na poli zábavního průmyslu je srovnatelný s tradičními sporty a tento vývoj umožňuje představení e-sportů i široké veřejnosti.

Vnímáný obraz hráče počítačových her je ovlivněn zkreslenou představou o způsobu vedení jejich života, kdy jsou nejčastěji vnímáni jako „samotáři“, kteří žijí v uzavřeném prostředí, nejčastěji u svých rodičů. (Dewey 2017)

Kompetitivní počítačové hry

Ve svojí práci se zaměřuji na fanoušky e-celebrit, budu se proto podrobněji věnovat kompetitivním počítačovým hrám, jelikož kompetitivní počítačové hry spadají pod e-sporty. A to zejména z toho důvodu, že co se týče počítačových her, tak se fanouškovské komunity nejvíce vytvářejí u kompetitivních her. To je dáno tím, že obsahují kompetitivní element, který přitahuje ostatní hráče, dává jim možnost se mezi sebou porovnávat, stejně jak je to u klasických sportů.

Ačkoliv existuje mnoho různých druhů počítačových her, ne všechny byly vytvořeny za účelem kompetitivního hraní. Přidáním kompetitivního elementu, který odděluje prosté hraní „pro zábavu“ a hraní, které umožňuje hráčům se vzájemně porovnávat jejich dovednosti, se z ní stává něco jiného než pouhá zábava. (Armelin 2012)

Herní společnosti, které vyvíjejí kompetitivní hry, musely přijít na způsob, jakým by mohly zpopularizovat kompetitivní hraní. Udělaly to přesunem od pouhé zábavy k možnosti soupeřit mezi sebou a udělat tuto část hraní atraktivnější. „Učinili tak částečně napodobováním organizační struktury profesionálního (tradičního) sportu, budováním profesionální herní ligy prostřednictvím hráčských návrhů a exkluzivních smluv.“ (Taylor 2016: 1) To znamená, že byla vytvořena profesionální složka hraní počítačových her. U zrodu zpopularizování sledování kompetitivního hraní se vyskytl nový zajímavý jev. Označuje se za tzv. „sledování bez diváků“ (Taylor 2016). Jedná se o nový formát sledování sportovních utkání, kdy nejsou fyzicky přítomni diváci, ale i přesto jsou hráči sledováni tisíci diváky online.

3.2 Sportovní celebrita

Při hledání vztahu mezi e-fanouškem a e-celebritou se opírám o již ustanovenou terminologii. Jedním z pojmů, kterému se věnuji, je „celebrita“. Při definici tohoto pojmu vycházím z definice užívané v oblasti sportovních celebrit. Opírám se o terminologii, která byla odborně popsána v knížce Barryho Smarta „The Sport Star“ (Smart 2005). Popularita profesionálních sportovců existuje již od počátků moderního sportu (Smart 2005: 1-2) Ta se projevuje i u e-celebrit, jelikož svými dovednostmi přitahují pozornost okolních hráčů. Již od počátku moderního sportu v 19. století, existovaly sportovní osobnosti, které byly pokládány za hrdiny. Tyto osobnosti byly hodnoceny na základě svých dovedností, sportovních kvalit, technik a způsobů výkonů ve sportovních soutěžích. (Smart 2005: 1)

Hlavního významu nabyl fenomén celebrit především v průběhu 20. století. „Sport je považován za jednu z klíčových kulturních institucí zapojených do ústavy národní identity.“ (Smart 2005: 1)

Definice sportovní celebrity

V dřívějších dobách byly celebrity nazývány hrdiny, vyznačovali se „nadlidskými“ schopnostmi a byly o nich a o jejich dovednostech tradovány legendy. Jednalo se především o válečné hrdiny. V moderní době, kde není válčení běžné, se z hrdinů staly celebrity. Díky rozmachu hromadných sdělovacích prostředků (televize, média aj.) byla umožněna tvorba kultů uctívání, které se vázaly k fyzické osobě sportovce. (Smart 2005: 9)

Pojem „celebrita“ původně odkazoval na status. Kořen tohoto slova pochází z termínů „celebritas“ což znamená „velké množství“ nebo „slávu“ a „celeber“ což znamená frekventovaný, populární nebo slavný. (Smart 2005: 10-11) Proces stáváním se slavným díky něčemu či někomu je dnes závislý především na prezentaci slavné osoby médii. Celebrita může být popisována jako „osoba, která je známa lidmi, které ona sama nezná“ nebo také „jméno, které vzniklo díky zpravodajství, ale teď tvoří svou vlastní slávu.“ (Smart 2005: 11) Bezpochyby je sportovní celebrita předmětem zvládnání své slávy – čím je známější, tím větší přitahuje pozornost okolí a tím lépe musí zvládat svůj obraz, který prezentuje veřejnosti. (Smart 2005: 9-10) Sportovní celebrita je definována svými schopnostmi a fyzickým vzhledem. Jedinec, který je obzvláště fyzicky zdatný, spojuje fyzickou stránku a dovednostní stránku.

(Smart 2005: 10-11) Obliba celebrity je spojená s jejím fyzickým projevem, kdy svými výkony udivuje své fanoušky, její aktivita je lehce pozorovatelná. Uvedená definice platí pro tradiční sportovní celebritu.

Definice sportovní e-celebrity

Pojem e-sport je složitý pro pochopení, zejména z důvodu jeho novosti ve sportovním průmyslu. Na rozdíl od tradičnějších sportů jako je hokej, baseball a fotbal propojují e-sporty více různých platforem najednou. E-sporty, které jsou vnímány jako synonymum pro hraní her, jsou zároveň hry, média a sportovní akce vše zahrnuté do jednoho celku. Důsledku toho je vymezení pojmu e-sportů problematické (Jenny 2016).

Profesionální hráč počítačových her, označován jako „pro-gamer“ („pro“ jako profesionální a „gamer“ jako hráč), je na rozdíl od tradičních sportovních celebrit znám pod svou přezdívkou. Ať se objeví kdekoliv, je osloven pseudonymem, který si sám zvolil. Takto ho označují i sami fanoušci a pod tímto pseudonymem je označován, aby byla možnost ho rozeznat od ostatních hráčů. (Klevjer 2007)

Dalším specifickým prvkem odlišujícím profesionálního hráče e-her od hráče klasických her je možnost sdílení přímého přenosu jeho hry přímo s diváky. Divák má možnost sledovat profesionálního hráče přímo při hraní. Zde vzniká možnost komunikace přímo s hráčem skrze chat či finanční příspěvky, kterými mohou diváci finančně podpořit svého oblíbeného hráče. (Lee a Schoenstedt 2011)

Kompetitivní počítačové hry fungují na podobné bázi jako tradiční sporty – dva týmy, které stojí proti sobě, se snaží porazit jeden toho druhého. Hlavním rozdílem mezi kompetitivní počítačovou hrou a tradičním sportem je, že u počítačové hry má hráč možnost hrát sám, aniž by si musel sám vyhledávat spoluhráče. Ačkoliv se většina kompetitivních her hraje týmově, tento „tým“ hráčovi najde automatický program. Takže by se dalo zjednodušeně říci, že hraje v „týmu sám“.

Tento faktor se odráží i na způsobu projevu profesionálního hráče, kdy má fanoušek možnost nejen sledovat jeho hraní na turnaji, který funguje jako tradiční sportovní utkání s komentátory. Navíc má fanoušek možnost sledovat i přímý přenos svého oblíbeného hráče a má možnost přímé komunikace s tímto hráčem.

Srovnání

Nyní, když je definována klasická sportovní celebrita a e-celebrita mohou provést srovnání. Sportovní celebrity na sebe poutají pozornost přes své výkony, tím jakým způsobem se chovají. E-celebrita funguje na stejné bázi jako klasická sportovní celebrita. Nejdříve profesionální hráč upoutá pozornost svými výkony, kterým přitáhne pozornost fanoušků a nadále udržuje vztah, který mezi nimi vzniká. Na rozdíl od klasických sportovních celebrit, mají e-celebrity ke svým fanouškům blíže díky bezprostřednímu sdílení svých úspěchů, které mají možnost sdílet přes tzv. „streamy“.²

3.3 Mikrocelebrita

Díky digitálnímu věku vznikl nový formát celebrity, tzv. mikrocelebrita. Význam mikrocelebrity spočívá v tom, že na rozdíl od tradičních celebrit, nemají mikrocelebrity tak široké publikum a jsou vázány na menší komunity. (Mavroudis, Milne 2016) Další rozdíl spočívá v tom, že termín mikrocelebrita se váže k internetovému prostředí. (Mavroudis, Milne 2016) V případě e-sportů je to nejvíce hodící se pojem, který se dá použít pro charakterizaci e-sportovců, především z důvodu že herní komunity mají menší množství fanoušků oproti tradičním sportovním komunitám. (Newzoo 2015)

Definice mikrocelebrity

V klasické literatuře se jako mikrocelebrita definují: „Každodenní uživatelé internetu, kteří pod sebou seskupují velké množství následovatelů (tzv. followerů) na blozích a sociálních médiích prostřednictvím textového a vizuálního vyprávění svých osobních životů a životního stylu.“ (Mavroudis a Milne 2016: 1) Zapojení jejich následovníků v „digitálních“ a „fyzických“ prostorech jim dává možnost výdělků, které získávají pomocí zprostředkovávání reklam, které jsou součástí jejich přenosů. Vydělávají též skrze pořádání fanouškovských sjezdů a prodávání značkového zboží. (Mavroudis a Milne 2016)

Důležitost pojmu mikrocelebrity v této práci je logická k hledanému vztahu fanouška a e-celebrity. Mikrocelebrity jsou spojeny s menším publikem, proto označení „mikro“, a také se získáním slávy skrze internetové prostředí. Sportovní e-celebrity získaly svou slávu přes sledovanost svých online přenosů, proto je definice mikrocelebrity důležitá. Pojem

² Živý online přenos

mikrocelebrita je vhodnější pojem pro označení e-celebrit z důvodu, že jejich známost je omezena na komunitu hráčů počítačových her a jejich sláva má mimo herní komunitu minimální rozsah.

3.4 Parasociální vztah

Povaha vztahu mezi celebritou a fanouškem se v literatuře označuje jako parasociální vztah. V této kapitole pojem nejprve představím a následně se pak v praktické části budu věnovat tomu, jak tento vztah vypadá v prostředí e-sportů. Parasociální vztah se používá k popisu jednostranného vztahu, který vzniká mezi divákem a celebritou (Devito 2008: 209)

Vývoj vztahu fanouška a celebrity se dá rozdělit do dvou částí – parasociální interakce a parasociální vztah. (Thompson 2004: 70-71) Na rozdíl od parasociální interakce jsou parasociální vztahy dlouhodobě trvající stavy. (Giles 2012: 86-87) Jednodušeji řečeno parasociální interakce je na počátku parasociálního vztahu, kdy interakce pokládá základ vztahu. Jakmile se jednou vztah k mediální postavě vytvoří, vyvíjí se nezávisle na skončení interakce. (Giles 2012: 87) Z této charakteristiky lze vyvodit, že interakce má ve své podstatě kratší dobu trvání. Během této doby divák sleduje působení celebrity, se kterou si následně utváří vztah a tento vztahu pokračuje dále i bez nutné přítomnosti interakce mezi divákem a celebritou. Z toho vyplývá, že na počátku vztahu je interakce s oblíbenou postavou, a pokud zájem přetrvává, tak se z interakce plynule stává vztah, který poutá diváka ke své celebritě. (Giles 2012)

Parasociální vztah a jeho projevy

Pojem parasociální vztah je známý jako chování jedinců vůči reálným či fiktivním postavám vystupujícím v médiích, kdy se jedinec chová tak, jako by s ním postava byla v jedné místnosti. Vztah se projevuje postupným „přilnutím“. Při odchodu celebrity dokonce může dojít i k parasociální ztrátě. (Giles 2012: 91) Dále je třeba důležité rozeznávat interakci od vztahu, kdy si jedinec představuje sám sebe jako účastníka děje, a kdy se identifikuje s postavou na obrazovce. Dojde-li k oběma druhům interakce (stav kdy si jedinec představuje sám sebe jako účastníka děje a stav kdy se identifikuje s postavou na obrazovce), nastává stav „upoutání“, což je nejvyšší stupeň „vtažení“, vtažení se dá interpretovat jako maximální pohlčení diváka vůči osobnosti. (McQuail 2009: 456).

3.5 Fanouškovství a fanouškovské komunity

Bez fanoušků, kteří by následovali svou oblíbenou celebritu, bychom nemohli hovořit o existenci celebrity. Z fanoušků se následně tvoří fanouškovské komunity jako zástup oddaných následovatelů. Podoba dnešního fanouškovství je ovlivněna technologickými změnami spojenými s vývojem technologií (televize, internet) a sociálními sítěmi. (Buschow, Schneider a Ueberheide 2014) Tyto faktory vedly k novým formám interakce a komunikace, která je definována v souvislosti s internetovým světem. (Buschow, Schneider a Ueberheide 2014) Moderní fanouškovství může mít podobu online komunit, které sdílejí společné prvky, například oblíbenou e-celebritu, kompetitivní hru aj. Online komunity jsou považovány za skupiny jednotlivců, kteří skrze technologie mezi sebou komunikují a sdílejí zájmy s ostatními jednotlivci. (Porter 2004) U e-sportů, na rozdíl od tradičních sportů, je fanouškovská online komunita daleko více provázaná. Provázanost různých kompetitivních her a jejich fanoušků (Counter Strike, League of Legends, Hearthstone, aj.), je způsobena tím, že velká většina turnajů³ se v e-sportech pořádá dohromady, kdy se hraje více kompetitivních her najednou. To dává prostor pro mísení komunit fanoušků a větší mísení fanoušků jako celku. (Booth 2010) Na rozdíl od tradičních fanoušků zde chybí faktor „face to face“ komunikace. Místo toho převažuje online komunikaci, kdy fanoušci mají možnost najednou společně sledovat online přenos a zároveň spolu komunikovat skrze online média (chat, Twitter, Facebook aj.). Vzniká zde prostor pro zcela nový koncept fanouškovských komunit, které spolu komunikují v průběhu sledování své oblíbené celebrity. Online fanouškovství je možné rozdělit do dvou základních částí: fanouškovství specifické kompetitivní hry a fanouškovství všech e-sportů. Tyto dvě části fanouškovství spolu souvisejí zejména tím, že povaha online komunit není omezena na jeden e-sport, díky tomuto jevu je možné mísení fanoušků z různých e-sportů. (Booth 2010)

Fanouškovství v online herní sféře obsahuje zajímavý aspekt oproti tradičnímu fanouškovství. Zde přichází na řadu možnost sledování své oblíbené celebrity pomocí „streamingu“⁴, kdy mají fanoušci možnost sledovat úspěchy své oblíbené celebrity a společně překonávají překážky (celebrita a její fanoušci), které přicházejí v rámci hraní kompetitivních her. (Greenwood 2008) Překonávání překážek spolu s oblíbenou celebritou je založeno na

³ Nejznámějším turnajem, kde se mísí několik kompetitivních her, je IEM Katowice, pořádaný každý rok.

⁴ „Streaming“ je živý online přenos.

pocitech, které fanoušci mají při sledování oblíbené celebrity. Hráč kompetitivních her sám zná všechna úskalí, která přináší kompetitivní hraní. Rozumí obtížnosti hry a obtížnosti „stoupání v žebříku hry“⁵ (Greenwood 2008) Tento jedinečný aspekt online fanouškovství jim dává pocit soudržnosti nejen s oblíbenou celebritou, ale také s komunitou ostatních fanoušků, jelikož jejich pocity z překonání překážek jsou sdíleny skrze danou komunitu fanoušků. (Greenwood 2008) Fanouškovské komunity jsou tak důležité zejména z důvodu, že odrážejí povahu vztahu celebrity a fanoušků. Možnost sdílení pocitů skrze online média mezi fanoušky dává prostor pro vznik nového druhu fanouškovských komunit.

E-celebrity dle literatury fungují jako spojující prvek fanouškovské komunity. Skrze oblíbenou postavu vznikají osobní vztahy mezi fanoušky. (Greenwood 2008) Prvotním motivem fanouška ke sledování oblíbených profesionálních hráčů je snaha přiblížit se svými herními schopnostmi a dovednostmi těm, které obdivují. Díky tomu se utváří vztah mezi ním a celebritou. Jako vedlejší produkt tohoto vztahu vzniká vztah mezi fanouškem a komunitou ostatních fanoušků, kteří sledují stejnou celebritu. (Obst, Zinkiewicz a Smith 2002)

3.6 Teoretické zdroje věnující se e-celebritám a online fanouškovství

Zatím byly zmiňované práce, které se věnují zkoumanému fenoménu v prostředí kontaktu tváří v tvář. Při hledání specifik e-celebrit jsem se soustředil na specifické rysy online prostoru. V následujících odstavcích uvedu práce, které zkoumaly konkrétně e-celebrity a online fanouškovství, na které se zaměřuje tato práce.

Michael George Blight se zaměřuje na fanouškovské komunity a jejich oblíbené hráče a to skrze kvantitativní výzkum. Tato práce je zajímavá tím, že se zabývá nejen fanouškovskými komunitami, ale také parasociálním vztahem, který zde vzniká. Pomocí kvantitativní metody došel Blight k výsledkům, které ukazovaly na to, že u fanoušků je důležitá nejen osoba kterou sledují, ale také fanouškovská komunita, která stojí za ní. Avšak nebylo dále prozkoumáno, jakým způsobem tento stav vzniká. (Blight 2016)

Z českého prostředí, kde toto téma zatím není příliš zkoumáno, můžeme jmenovat práci Jakuba Jurčíka, která se soustředila na fanouškovskou komunitu kompetitivní hry

⁵ Stoupání v žebříčku hry= zlepšovat svůj rank

League of Legends⁶. Zde byl zkoumán význam fanouškovských komunit, jakým způsobem koexistují dohromady a jaký vztah si vytvářejí spolu se svými oblíbenými e-celebritami. Ve své práci Jurčík dochází k závěru, že v online komunitě hry League of Legends jsou všichni zúčastnění ve velmi blízkém vztahu. Tento závěr je zdůvodněn tím, že všichni členové komunity jsou zároveň aktivními hráči a mají možnost spolu sdílet své osobní úspěchy v hraní. K těmto závěrům došel skrze analýzu online přenosů a komunitních fór. (Jurčík 2014)

Obě zmíněné práce jsou velmi důležité pro další zkoumání vztahů, které vznikají mezi e-celebritami a jejich fanoušky. U obou prací ale chybí zkoumání pohledu fanoušků a jejich motivací ke sledování, vytváření vztahu s e-celebritou a významu komunity, ke které patří. V této bakalářské práci bude toto zaměření nejdůležitějším bodem.

⁶ Kompetitivní počítačová hra

4. Metodologie

4.1 Kvalitativní výzkum

V praktické části práce využívám kvalitativních metod. Důvodem pro tento výběr byla snaha o bližší prozkoumání vztahů, které vznikají v hráčské komunitě a mezi fanoušky a e-celebritami. Především jsem se chtěl zaměřit na studium vztahu k celebritě v kontextu hráčské komunity. Jakým způsobem tento vztah vznikal a jakým způsobem se vyvíjel.

Důvodem pro kvalitativní zkoumání byla také má pozice jako výzkumníka. Jako člověk, který se dříve považoval za člena online komunity, jsem měl přístup k informátorům a informátoři byli ke mně, jako ke členovi komunity, otevřenější. Jelikož se jedná o uzavřenější komunitu, tak možnost přístupu byla přínosná.

Dle mého názoru v tomto tématu chybí podrobnější náhled na vztahy v komunitě, kdy kvalitativní výzkum může přinést bližší náhled na online komunity. Obdobné práce, které se zabývají touto tematikou (Jurčík 2014 a Blight 2016), se zaměřují především na kvantitativní stránku tematiky. V práci Jakuba Jurčíka byla provedena analýza online přenosů a komunit skrze komunikační portály (Jurčík 2014) a v práci Michaela Blighta bylo provedeno kvantitativní šetření s cílem zjištění důležitosti vztahu mezi fanoušky a e-celebritami. (Blight 2016)

V tomto tématu chybí práce s kvalitativním přístupem, kdy v centru zkoumání jsou samotní fanoušci. Skrze tento pohled je možné pochopit jejich vztahy (vztah mezi hráči a kamarády, vztah mezi e-celebritou a fanouškem a vztah mezi fanoušky a velkou komunitou fanoušků) a motivace ke sledování oblíbených e-celebrit a pochopit, jak tyto vztahy vidí oni sami.

4.2 Metoda sběru dat

Jako metodu sběru dat jsem zvolil polostrukturované rozhovory. Důvod pro výběr polostrukturovaných rozhovorů byl, že tato forma rozhovorů umožňuje dotknout se všech důležitých témat a zároveň se přizpůsobit každému informátorovi podle toho, jak moc dopodrobna chce o daném tématu rozpovídat.

V polostrukturovaném rozhovoru je funkce struktury spíše orientační a pomáhá výzkumníkovi rozvíjet rozhovor dle požadavků zkoumaného a následně umožňuje doptávání se informátora, aby bylo možné řečenému lépe porozumět. (Miovský 2006: 160)

Formát rozhovorů

Po pečlivém uvážení jsem se rozhodl rozhovory s informátory provést pomocí komunikačního programu fungujícího na bázi Skype, tj. programu, který přenáší přes internet obrazovou a zvukovou komunikaci. Skrze jeho využití jsem byl schopen sesbírat rozhovory celkem se šesti informátory. Odůvodnění způsobu sběru vychází z povahy e-sportů, kterým se věnuji, a komunity, která se okolo nich tvoří. Online komunita je zvyklá mít převážnou většinu času kontakt s ostatními zprostředkovaně skrze internetové komunikační programy. Při hraní či sledování hraní je tato možnost využívána nejčastěji.

Hlavní výhodou tohoto způsobu využití je „domácí“ prostředí informátora. Informátor je zvyklý komunikovat skrze tento program a na rozdíl od setkání „face to face“ může být otevřenější k výzkumníkovi, jelikož ten zvolil metodu komunikace, na kterou je zvyklý. Další výhodou je zjednodušení sběru dat. Jelikož online komunita není omezena na jednu lokalitu, fanoušci jsou rozprostřeni po celé republice, je jednodušší fyzická dostupnost právě skrze online prostředí.

Dále musejí být zmíněny i nevýhody této metody sběru dat. Skrze online komunikaci mohou v rozhovoru chybět některé důležité prvky, které by se objevily při setkání tváří v tvář. Nevýhoda spočívá v omezené možnosti sledování chování informátora. Skrze mimoslovní reakce (mimika, gesta) můžeme usuzovat, jak byla řečená věc myšlena. Chybí prostor pro interpretaci nonverbální komunikace.

Postavení výzkumníka

Postavení mne jako výzkumníka se odvíjelo od znalosti zkoumaného tématu a prostředí. Jsem bývalým fanouškem e-sportů, měl jsem tedy informovanější náhled do tematiky e-sportů a online komunit. Díky znalosti terminologie z oblasti počítačových her a online komunit jsem měl snazší práci při vedení rozhovoru, jelikož jsem rozuměl všem termínům, které uváděli informátoři. Toto usnadnilo nejen zpracování, ale také vedení rozhovoru, jelikož se informátoři nemuseli zaobírat vysvětlováním pojmů, které uváděli.

Z výhody, kterou mi poskytovala znalost terminologie, se vytvořila i nevýhoda ve smyslu, že jelikož jako tazatel jsem měl předporozumění o zkoumaném problému, tak je možné, že mi informátoři nesdělovali vše, protože předpokládali, že vím, jakým způsobem to chodí. To jsem se snažil eliminovat dotazováním i na zdánlivě samozřejmé věci

4.3 Představení informátorů

Jak již bylo zmíněno výše, rozhovory probíhaly přes komunikační program. Rozhovorů bylo celkem 6. Při charakterizaci zkoumaného vzorku budu zmiňovat pouze informace relevantní pro téma této práce. Všichni informátoři byli muži ve věku 20 až 25 let. V roce 2016 byl poměr žen vůči mužům v e-sportech 81 %/19 % (muži/ženy). (Statista 2016) Předpokladem je, že ženy, vzhledem k tomu, že jsou v menšině, mohou mít diametrálně odlišné zkušenosti. Proto jsem zúžil svůj vzorek pouze na muže.

Cílová věková skupina 20 až 25 let byla vybrána z důvodu, že hráči nad 20 let, kteří studují vysokou školu či již pracují, tráví více času sledováním online přenosů oproti samotnému hraní her. Toto vím ze své osobní zkušenosti jako hráče. Jelikož se v této práci zabývám vztahem mezi e-celebritou a fanouškem, potřebuji hráče, kteří se více věnují sledování své oblíbené e-celebrity. Nejpočetnější věková skupina v e-sportech se pohybuje okolo 24 let. (Statista 2015) Dle mé zkušenosti u mladších hráčů, kteří tráví více času hraním, nevzniká tak silný vztah mezi nimi a e-celebritami. Toto se i potvrdilo při rozhovorech, kdy informátoři uvedli, že dříve se hraní věnovali více a sledování se nevěnovali vůbec. Během výzkumu bylo u všech dotazovaných zjištěno, že postupem času dávají čím dál tím větší přednost sledování her před hraním.

4.4 Výběr vzorku

Ze svých dřívějších zkušeností z herního prostředí jsem měl několik přímých kontaktů na informátory, se kterými jsem provedl rozhovory, ti byli celkem tři. Zbylé tři informátory se mi podařilo vyhledat přes online fóra, která spadala pod e-sporty. Celkově tedy proběhlo šest rozhovorů. Dle mého uvážení jsem se rozhodl pro konečné číslo šest informátorů, jelikož téma bylo již saturované a více informátorů by pravděpodobně neposkytlo žádné nové informace.

Výzkumný vzorek je popsán v následujících odstavcích. Pro všechny informátory budou uvedeny pseudonymy, aby byla zachována anonymita, která byla slíbena na začátku každého rozhovoru.

Billy – Billy je hráč počítačových her, který se o ně zajímá již od útlého dětství. Jeho první zkušenost s hraním přišla na základní škole, kde se ke hrám dostal přes své kamarády. Jeho oblíbené hry jsou Counter Strike a League of Legends.

Van – Van je vysokoškolský student, který se hraní her věnuje již od dětství. Ke hraní ho přivedl jeho bratranec. Již od střední školy se zajímá o kompetitivní herní scénu, která ho zajímá jak z pohledu hráče, tak z pohledu fanouška. Jeho oblíbené hry jsou Counter Strike, League of Legends a DOTA 2.

Ledr – Ledr je také hráč počítačových her již od malička. Na rozdíl od předchozích informátorů se zajímal o kompetitivní hry i z hlediska novinářiny, kterou si zkusil. Díky tomuto měl lepší přístup k zákulisí e-sportových týmů a jejich hráčů a to mu dalo snadnější přístup do herní komunity. Jeho oblíbená hra je HearthStone.

Boi – Boi je stejně jako Ledr také velký fanoušek kompetitivních her a také se zajímal o psaní článků o e-sportech. Na rozdíl od Ledra se ke kompetitivním hrám dostal až později přes své kamarády ze střední školy. Jeho oblíbenou hrou je Counter Strike.

Slejev – Slejev svou vášeň pro hraní her objevil na základní škole s pomocí svých spolužáků. Vztah k e-sportům se postupně vyvinul až na střední škole, kde spolu s kamarády objevil svou první kompetitivní hru. Jeho oblíbená hra je HearthStone a ClashRoyale.

Forsn – Forsn hraje počítačové hry již od 6 let, kdy mu rodiče pořídili první počítač. Online hry začal sám, až když byl starší, tak se dostal k online hrám přes své kamarády. Také se jako ostatní ke hraní dostal přes své přátele, kteří ho uvedli do světa e-sportů, do kterého se dle svých slov ihned zamiloval. Jeho oblíbené hry jsou Counter Strike a League of Legends.

5. Praktická část – analýza a interpretace dat

Pro analýzu dat jsem využíval otevřeného kódování založeného na zakotvené teorii (Řiháček, Čermák, Hytych 2013) a teoreticky zakotveného kódování, kde jsem využil teoretických zdrojů o parasociálním vztahu. Metoda zvolená pro analýzu dat byla obsahová analýza.

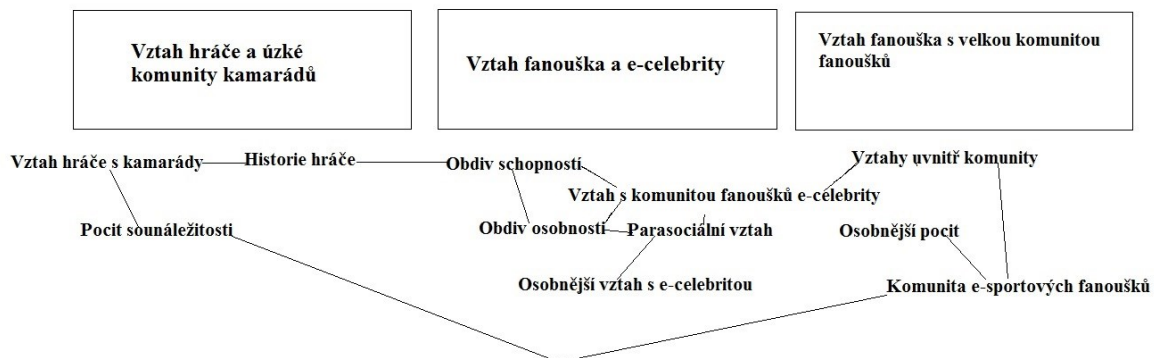
Prvním krokem bylo otevřené kódování dat, při kterém jsem vytvořil kategorie pojmů, které spolu na první pohled souvisely, a často se opakovaly. Druhým krokem bylo teoreticky zakotvené kódování. Z teorie jsem si vytvořil kód pro parasociální vztah. Pro parasociální vztah jsem využil definici Davida Gilese, že parasociální vztah je vztah mezi celebritou a fanouškem, který je neopětovaný ze strany celebrity. Je tedy jednostranný. (Giles 2012: 91).

Pomocí otevřeného kódování byly vytvořeny kategorie, které se vztahovaly ke vztahům hráčů ke komunitě a oblíbené e-celebritě (mému výzkumnému tématu).

Kódy vytvořené na základě otevřeného kódování byly: **Vztah hráče s kamarády, historie hráče, pocit sounáležitosti, obdiv schopností, vztah s komunitou fanoušků e-celebrity, obdiv osobností, parasociální vztah, osobnější vztah s e-celebritou, vztahy uvnitř komunity, komunita e-sportovních fanoušků a osobnější pocit.**

Pro lepší přehlednost všechny zachycené kódy budou v následujících částech interpretace dat **tučně zvýrazněny**, aby bylo jasné vidět, jakým způsobem probíhalo kódování.

Po analýze kódování jsem usoudil, že všechny kódy lze logicky poskládat do třech částí, podle toho, jaké kódy zde jsou a jakou podobu mají. První částí je vztah hráče a úzké komunity kamarádů, vztah fanouška a e-celebrity a vztah fanouška s velkou komunitou fanoušků. Tyto části naznačují, jakým způsobem se vyvíjel vztah hráče a následně fanouška. V rozhovorech se jednotlivé kódy o vztazích vždy opakovaly a často přesahovaly do několika částí. Pomocí jednoduchého schématu se pokusím nastínit, jakým způsobem kódy mezi sebou fungují.

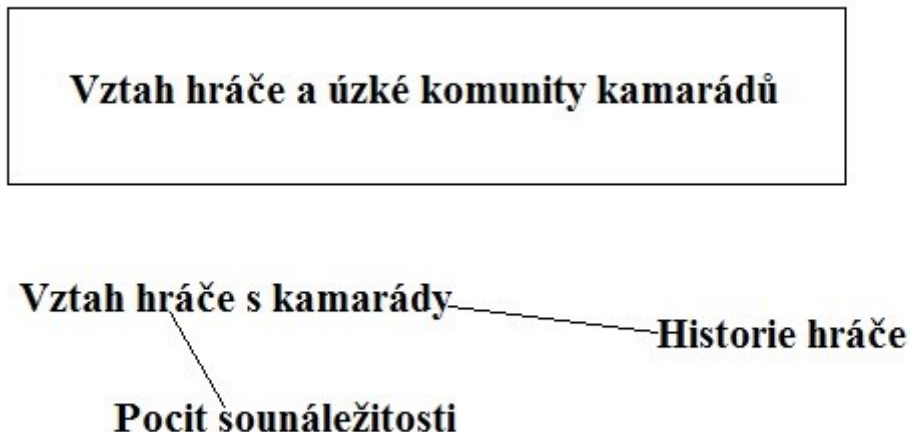


Na výše uvedeném schématu je vidět, jakým způsobem se hráč počítačových her vyvinul ve fanouška e-sportů. V první fázi vývoje byl pro hráče důležitý vztah s kamarády, díky kterým se dostal k hraní počítačových a následně kompetitivních her. Úzký okruh přátel vyvolával v hráči jakýsi pocit sounáležitosti, pocit, že někam patří. Pociť sounáležitosti se dále opakoval i ve vztahu fanouška s velkou komunitou fanoušků.⁷ Jak se postupem času hráč dostal k hraní kompetitivních her, přišel vztah hráče s e-celebritou. První podobou tohoto vztahu bylo obdivování schopností profesionálního hráče (e-celebrity), který se následně vyvinul k obdivu osobnosti. Osobnost profesionálního hráče, která přitahovala ostatní fanoušky, vytvořila komunitu fanoušků, která se sdružovala okolo oblíbeného hráče. Tato komunita fanoušků pak tvoří velkou komunitu fanoušků, kteří spadají pod celé e-sporty.

V analýze rozhovorů přesněji ukáží historii hráčů na příkladech informátorů, kteří se takto dostali k hraní a následnému fanouškovství. Ve všech rozhovorech byl kladen důraz na vztahy obecně. Vztahy mezi hráči jako fanoušky, vztahy uvnitř komunity a vztahy s oblíbenou e-celebritou. Tři odhalené fáze popisovaly vývoj těchto vztahů. V každé části bude pro lepší přehlednost vždy schéma, které se vztahuje k dané části. Čtenář tak bude mít možnost pro zorientování se v tématu.

⁷ Velká komunita fanoušků - Všichni fanoušci e-sportů a e-celebrity

5.1. Vztah hráče a úzké komunity kamarádů



První částí vývoje vztahu hráče nazvaná vztah hráče a úzké komunity kamarádů ukazuje část schématu. V této části se vyskytovaly tři kódy: **vztah hráče s kamarády**, **historie hráče** a **pocit sounáležitosti**.

V průběhu sběru dat se všichni dotazovaní shodovali v tom, jakým způsobem se dostali k počítačovým hrám (**historie hráče**). Ze získaných dat se mi podařilo zjistit, že sociální vztahy, díky kterým se hráči dostali k hraní her, jsou důležitým prvkem pro pochopení vztahu hráče ke hrám obecně. Na rozdíl od tvrzení, kdy jsou hráči počítačových her považováni za nespolečenské a nesociální (Dewey 2017), tak v případě mého výzkumu je jasně vidět, že hráči počítačových her aktivně vyhledávají komunitu kamarádů.

Skrze ně můžeme pochopit jeho nadšení. Pokud má člověk možnost sdílení svého nadšení se svým blízkým okolím, sám si utváří představu přátelské komunity a tímto způsobem přistupuje k ostatním lidem, kteří sdílí stejný názor na hraní. Díky přátelské komunitě mezi hráči vzniká **pocit sounáležitosti**, který následně vyhledávají ve všech budoucích vztazích.

Boi, Ledr, Billy a Slevj se všichni dostali ke hraní her přes úzkou komunitu svých přátel. Tato komunita značí počátek jejich hraní a vztahu s komunitou online hráčů (**vztah hráče s kamarády**). Pro příklad uvedu několik úryvků z rozhovorů:

„No jak já si pamatuju, tak ke hraní jsem se dostal přes kamarády ze základky, kámošovi pořídili počítač, tak jsme se všichni na to šli podívat a hnedka po rodičích taky chtěli svoje počítače.“ – Ledr

V tomto úryvku historie hráče, vidíme, že pro Ledra bylo velmi důležité, aby mohl být součástí komunity kamarádu (**pocit sounáležitosti**). Chtěl patřit do komunity (**vztah hráče s kamarády**) a **pocit sounáležitosti** vedl k pořízení vlastního počítače.

Na druhé straně historie hráče Boie byla taková, že hraní na počítači objevil spolu s komunitou (**vztah hráče s kamarády**). Spolu se začali věnovat hraní her a spolu si vytvořili **pocit sounáležitosti**:

„Tak já jsem počítačové hry začal hrát přibližně v 13 letech, kdy jsme s klukama byli venku a hráli fotbal. Potom někoho napadlo se podívat do nově otevřené internetové kavárny, kde teda někteří starší z nás měli zkušenosti s hrama, takže nebyl žádný velký problém s přemlouváním, takže jsme se zvedli a šli jsme.“ – Boi

Na uvedených příkladech **historie hráčství** spojená s **pocitem sounáležitosti** vidíme, že ačkoliv se **historie hráče** může měnit, podstata těchto vztahů a komunit (**vztah hráče s kamarády, pocit sounáležitosti**) zůstává stejná. Cílem pro hraní her byla potřeba zůstat součástí komunity přátel (**pocit sounáležitosti**) – jako u Ledra, nebo byla důsledkem přirozeného vývoje komunity kamarádů – u Boie.

Ačkoliv u většiny informátorů se jejich historie vyvíjela přes komunitu kamarádů (**vztah hráče s kamarády**) a **pocit sounáležitosti**, neplatilo tomu tak u všech. Výjimkou je hráč Forsn, který se ke hraní dostal sám, když mu rodiče pořídili první počítač. Nikdy nepatřil mezi komunitu kamarádů, kteří by spolu hráli, až později se přes online komunitu dostal k online hraní.

„Tak já se k hraní dostal už v 6 letech, ale to mi počítač koupili rodiče. Nikoho z okolí to nezajímalo, tak jsem hrál sám. Až někdy na střední, když už jsem si našel kamarády, co hrajou, tak jsem se dostal mezi partu lidí, co to hrajou. A musím říct, že to hraní pro mě bylo mnohem zábavnější, když jsem to nehrál sám.“ – Forsn

Na příkladu Forsna vidíme, že i když se ke hraní nedostal přes **vztah hráče s kamarády**, tak **pocit sounáležitosti** vyhledával a nakonec se k němu dostal sám.

Dále, pokud se zabýváme historií hráče, tak je důležité zmínit přechod ke hraní kompetitivních počítačových her. Kompetitivní složka hraní počítačových her dává možnost hráčům se navzájem mezi sebou porovnávat v úrovni jejich dovedností. Možnost porovnání svých dovedností mezi hráči způsobujeme touhu po tom být lepším. Tato touha vede k tomu, že si hráči vyhledají profesionálního hráče a skrze online přenosy se snaží zlepšit, aby oni sami mohli být lepší. Zde vniká první forma vztahu mezi zatím amatérským hráčem a e-celebritou.

„No tak u CzechClouda⁸ hlavně koukám na tu jeho hru a jakým způsobem hraje ty svoje připravené decky⁹. Koukám na ty jeho taktiky. Tohle vlastně platí u všech, který sleduju.“ – Slejv

Na tomto příkladu je patrné, že motivace pro sledování hráče je snaha o to se zlepšit. Kopírování stylu profesionálního hráče za účelem zlepšit se. Zde vzniká první vztah mezi fanouškem a profesionálním hráčem.

5.2. Vztah fanouška a e-celebrity



⁸ Profesionální hráč HearthStone.

⁹ Metoda hraní hry – deck=balíček karet, který je nutný pro hraní.

V rozhovorech zaznělo, že z hraní počítačových her se stala volnočasová aktivita, která zabírala místo koníčka. Něco, co hráči dělají pro radost. Zjištění z dat ukázalo, že tímto impulzem, pokud hovoříme o kompetitivních hrách, je snaha o to být lepším hráčem. První impulz je touha se zlepšit. Jak již předchozí kapitola naznačila, **historie hráče** vedla k prvnímu vztahu fanouška s e-celebritou – označeno kódem **obdiv jeho schopností**.

Všichni informátoři podobně mluvili o tom, co je vedlo k tomu dívat se na někoho, jak hraje. U všech byla shoda v tom, že se snažili zlepšit svoje hraní, což ukazují následující citace:

„Tak hodně důležitý je koukat na lidi, co to umí hrát líp než já.“ – Van

„(...) baví (mě) sledovat hráče, jak to dokáží zahrát na té nejvyšší úrovni (...) jakým způsobem ti profesionální hráči dokáží zahrát některé situace.“ – Ledr

„Hlavně sleduju to, jakým způsobem hrajou, jejich taktiky, způsob hraní a tak no.“ – Billy

Na těchto příkladech můžeme sledovat podobnosti, které uvedl Barry Smart, jako důvody pro oblíbenost sportovní celebrity. (Smart 2005: 9–10) Moji informátoři měli tendenci vyhledávat profesionální hráče, kteří vynikají svými dovednostmi nad ostatními. Je zajímavé, že tímto způsobem vstoupili informátoři do světa kompetitivního hraní a fanouškovství. Jednal se o kód **obdiv schopností**, který jak jsem ukázal, zachycoval snahu se zlepšit.

Pokročení od obdivu schopností

Prvotní cíl se zlepšit (zachycený kódem **obdiv schopností**) se v hraní se později vyvinul v **osobnější vztah k celebritě** (označený stejnojmenným kódem). Tento vztah charakterizovaly kódy: **obdiv schopností** a **parasociální vztah**, které dohromady vytvořili **osobnější vztah k celebritě**. Dalším zkoumáním jsem zjistil, že hráči si v určité době přestali vybírat oblíbené celebrity na základě jejich herních dovedností, ale na základě jejich **osobnosti** tj. jakým způsobem komunikují se svými fanoušky a jak se k nim chovají. Vztah, který vznikl u sledování oblíbené celebrity, byl zachycen teoreticky zakotveným kódem **parasociálního vztahu**:

„Poprvé, když jsem si uvědomil, že koukám na WildTurtla¹⁰, tak jsem zjistil, že to není proto, jak hraje, ale proto, co dělá přitom streamu. Jak se furt baví s lidma, co vedle něj sedí.¹¹ Na chvíli jsem si přidal, že tam jsem s ním. I když vím, že on o mě neví.“ – Forsn

Na příkladu Forsna vidíme vztah, který jsme označili kódem **parasociální vztah**, tj. neopětovaný vztah mez e-fanouškem a celebritou. Fanoušek si zatím neuvědomuje komunitu, která stojí za oblíbenou e-celebritou. Prvek online komunity je to, co dělá **parasociální vztah** osobnějším.

Parasociální vztah jako jednostranný vztah (Devito 2008: 209) poukazuje na to, že tento vztah není opětovaným směrem od celebrity. Tato definice neodporuje získaných datům. Dle Gilese je interakce prvním krokem k vytvoření parasociálního vztahu (Thompson 2004: 70-71), kde díky získaným datům můžeme tvrdit, že v prostředí e-sportů interakce znamená sledování streamu oblíbené e-celebrity.

Ačkoliv zde stále existoval požadavek na dovednosti hráče (**obdiv schopností**), tak tento požadavek postupem času přešel do pozadí. Do popředí se dostal charakter celebrity. Informátor se musel identifikovat s hráčem jako osobností (**obdiv osobností**). Jeho kvality jako hráče už nebyly na prvním místě. Poprvé se zde objevil kód **obdiv osobností**. Bylo velmi zajímavé, jakým způsobem se tento přechod odehrál. Důvodem pro přechod od hraní ke sledování byl, že informátoři jako hráči již neměli tolik času na hraní, což u nich souviselo s věkem (vysokoškolské studium, práce), ale nechtěli obětovat svůj koníček. Proto se přesunuli ke sledování, což brali jako zprostředkování své záliby skrze někoho jiného. Stát se lepším již pro ně nebylo tolik důležité. Již nebyl kladen do popředí **obdiv schopností celebrity**, ačkoliv byl stále významný. Nejlepším příkladem přechodu od **obdivu schopností** k **obdivu osobností** je Boi, který o přechodu mluví takto:

„Jelikož teď už sám moc nehraju, tak se raději dívám. A když se dívám tak, se určitě dívám na někoho, kdo té hře rozumí a musí v ní být dobrý. Jsou to hry, které hraju sám, takže v rámci toho sledování snažím něco přiučit, nicméně jeho osobnost je teď důležitějším faktorem.“ - Boi

¹⁰ Oblíbená e-celebrita.

¹¹ Živý přenos probíhal z domu, kde profesionální hráč bydlí spolu se svými spoluhráči z týmu.

Na příkladu je dobře vidět, že ačkoliv **schopnost** oblíbené celebrity je důvodem její oblíbenosti, již není na prvním místě. Fanoušek se snaží najít **osobnost**, která ho bude zajímat. Důvodem tohoto přechodu je snaha alespoň o zprostředkované dosažení toho, čeho sám chtěl fanoušek dosáhnout, jak ukazuje citace Boie:

„Je víceméně ideál života pro mě. Já ho беру za verzi sebe, kterou bych chtěl být, ale nikdy se mi to nepovedlo.“ - Boi

Vznik osobnějšího vztahu s celebritou

Díky popsání vzniku vztahu mezi e-celebritou a fanouškem je dále možné popsat jeho povahu – jakým způsobem funguje a jak ho samotní fanoušci vnímají. Na začátku je důležité podotknout, že tento vjem vztahu je subjektivní, jedná se vztah fanouška s e-celebritou z pohledu fanouška.

Důležitým faktorem pro základ tohoto vztahu je **obdiv schopností**, jak bylo již uvedeno v předchozí kapitole. Způsob, jakým si hráči hledají oblíbenou osobnost, je založen na nich samotných. Informátoři sami zjišťují, že chování oblíbené e-celebrity má na ně vliv a z tohoto vjemu se utváří **osobnější vztah k e-celebritě**. Přechod od **parasociálního vztahu k osobnějšímu pocitu** je nejlépe zachycen na úryvku od Vana.

„A když si vzpomenu na to, jak jsem se dostal ke Guardianovi, tak na to si vzpomínám přesně. Hrál se turnaj a NaVi jako tým nehráli nic moc, zrovna hráli proti nejlepšímu týmu na světě. A Guardian tu hru předvedl prostě neskutečný výkon. Sice nakonec tu hru prohráli, ale on na mě udělal dojem.“ - Van

V první části úryvku je vidět, že Van si již oblíbil „Guardiana“ na základě jeho schopností, sledoval ho a vytvořil se zde **parasociální vztah**. Jelikož sledoval hru celého týmu, ještě zde nebyl **osobnější pocit**.

„Když koukám tak si to zapnu na druhéj monitor a hraju něco jiného, sleduju ho spíš jako v pozadí. (...) mám rád prostě, když mám možnost sledovat a nějak ho vnímat“ - Van

Přechod od **parasociálního vztahu**, kdy je vztah neopětovaný, přechází Van k **osobnějším vztahu**, díky tomu, že existuje možnost sledovat přímo svou oblíbenou e-celebritu.

Při porovnání vývoje parasociálního vztahu, kdy je definován jako jednostranný vztah (Devito 2008), tak při pohledu na získaná data byla tato definice rozšířena o částečné opětování vztahu e-celebritou skrze hru a streaming. Dle Gilese interakce mezi divákem a celebritou je krátkodobá a na základě krátké interakce si divák utvoří vztah k celebritě. (Giles 2012: 86) Na příkladu e-celebrit vidíme, že toto částečně také platí, ale interakce je dlouhodobějšího charakteru a je neustále opakovaná častým sledováním streamů e-celebrity a komunikace s ní, zde vzniká opětovaná vazba od celebrity.

Nikoliv jen v herní sféře, ale ve sféře osobní fanoušci zjišťují, že se díky své oblíbené celebritě chovají jinak. Schopnost profesionálního hráče, který nejen hraje, ale také organizuje vlastní turnaje, se projevila na fanouškovi v tom, že kdykoliv má možnost organizovat (své kamarády, spoluhráče aj.), řídí se dle příkladu, který mu dala jeho oblíbená celebrita.

„Jako pohled na něj mi dal tu zkušenost, že kdykoliv mám takhle možnost někde organizovat, tak to prostě dělám jako on, snažím se ke všem přistupovat, tak jak on přistupuje ke mně.“ – Slejv

U jiného fanouška je vidět, že oddanost svému oblíbenému hráči, který zůstává se svým týmem a vede je dál, i když má možnost přestoupit do lepšího týmu a mít možnost lepšího výdělků, ho inspirovala k tomu, aby nikdy neztrácel důvěru v kamarády, se kterými hraje a sám je pro ně tou vůdčí osobností. Všechny tyto osobní vlastnosti celebrit se odrážejí ve fanoušcích.

„Tohle vlastně platí, pro celej jejich tým. Oni spolu fungují už přes 10 let a stále jsou kamarádi a nikdo nikdy nejde jinam do jiného týmu, i kdyby tam měli více peněz. Na dnešní dobu je to něco neuvěřitelného, kdy každý přebíhá za penězma za kvalitou atd. A oni spolu drží, tak dlouho a fungují dobře. Mají prostě velké srdce, stabilitu a konzistenci.“ - Boi

Stále platí, že fanoušci se musejí své sportovní celebrity obdivovat a vzhlížet k nim. (Smart 2005). U e-sportů toto také platí, ale je zde důležitější prvek osobnosti než dovedností.

Způsob, jakým si fanoušci vyhledávají své oblíbené celebrity, je také vymezen vnímáním jejich vztahu, který existuje mezi nimi a celebritou. Většina informátorů nabývala pocitu, že vztah, který si vytvořili se svou oblíbenou celebritou, je pro ně mnohem **osobnější**, než jaký vztah může být s klasickou celebritou. V tomto momentě nacházíme podstatný rozdíl v definici **parasociálního vztahu**, kdy v původní definici je předpokladem, že vztah je neopětovaný a jednostranný vůči fanouškovi. (Devito 2008) Ale z mého výzkumu je jasné, že **vztah je osobnější** a je vnímán jako opětovaný, respektive, že z parasociálního vztahu přeroste v osobnější vztah. Sami informátoři upozornili na tento fakt, když byla řeč ohledně rozdílů mezi klasickou celebritou a e-celebritou.

Důvod, proč je tento vztah osobnější a opětovaný, je v možnosti sledování své oblíbené celebrity i ze zákulisí. Mít možnost vidět svou oblíbenou celebritou hrát i mimo turnaje, kdy hraje jen pro své fanoušky (streaming), jim dodává pocit, že jejich vztah je osobnější.

„Rozhodně mám pocit, že tam je něco víc, než kdybych třeba koukal na nějakýho fotbalistu. Jako když mám možnost pustit si stream WildTurtla¹², tak prostě vnímám to, že když mluví, tak jakoby mluví jen na mě. Někdy se prostě přistihnu, že si pustím stream a povídám si u toho, i když mě neslyší.“ - Forsn

Objevil se i případ, kdy si fanoušek osobnější vzor nemohl najít. Tento případ vznikl při tom, když informátor chtěl zlepšit svou úroveň hraní. Vyhledal si tedy profesionálního hráče, vznikl zde **obdiv schopností**, ale tento obdiv nepřekročil do **obdivu osobnosti**. Tato výjimka byla pravděpodobně způsobená jazykovou bariérou, která zabránila vzniku **osobnějšího vztahu s e-celebritou**.

„Rád se na něj dívám, jak hraje atd., ale spíš pozoruju to jeho hraní, protože to co tam říká anglicky, tomu prostě nerozumím.“ - Billy

Podněty, které vedly k **osobnějšímu vztahu**, pocházely dle informátorů také z online komunity fanoušků. Mít možnost sledovat svého oblíbeného hráče a komunikovat skrze chat

¹² Jméno e-celebrity

s ostatními fanoušky přispívalo k **osobnějším vztahům** nejen mezi fanouškem a e-celebritou, ale mezi **fanouškem a online komunitou fanoušků**. Dle Forsna má fanouškovská komunita za následek **pocit sounáležitosti a osobnějšího vztahu**:

„Když jsem se díval na živý přenos turnaje svého oblíbeného týmu, tak sem hodně vnímal ty ostatní lidi. Jako to, že jsou i ostatní, co se dívají a fandí, bylo fakt super, navíc strašně obdivuju to, že nejen ti online diváci, ale i ti diváci, co jsou tam fyzicky přítomní, fandí prostě všem. Nikdo na nikoho nebučí, nebo se nesměje, když jeden tým prohrává, prostě všichni fanděj e-sportům.“ - Forsn.

Na příkladu Forsna se poprvé ukazuje **osobnější vztah s online komunitou a velkou komunitou fanoušků**.

5.3. Vztah fanouška s velkou komunitou fanoušků



Mezi další část vývoje vztahu mezi fanouškem a komunitou fanoušků patří velká komunita fanoušků. Při rozhovorech s informátory byl v této fázi kladen důraz nejen na **obdiv osobnosti**, také kladen důraz na **vztah uvnitř komunity**. Dle zjištění na základě rozhovoru s informátory dává online aspekt komunitě fanoušků nový rozměr. Rozměr **vztahů uvnitř komunity** je velmi zajímavě popsán Vanem:

„Tady mě třeba napadá Forsen¹³, ten není extra třída, ale umí prostě bavit fanoušky na to svým streamu, ten jeho přístup k těm fanouškům je prostě super. Jeho chování vůči nám fanouškům, to je to co vyhledávám. A to se vlastně odráží na nás fanoušcích. Pak tam vlastně vzniklo to, že ti fanoušci ze strany předstírat, že Forsen je jejich taťka, a že je roleplayer¹⁴, a mi si říkáme Forsenboys¹⁵ a my jako komunita za ním stojíme.“ - Van

Dle Vana je tedy **vztah uvnitř komunity** přímo ovlivňován **osobnějším vztahem k e-celebritě**. Fanoušci si na základě vztahu k e-celebritě utváří **osobnější vztahy uvnitř komunity**.

Dle Taylorové, kdy fanoušci klasických sportovních komunit jsou často pasivními fanoušci¹⁶ (Taylor 2012), tak dle získaných dat jsou všichni fanoušci e-sportů aktivními hráči. Sdílejí tedy s e-celebritami a mezi sebou navzájem užší vztah. Tento užší vztah je způsoben společným překonáváním překážek. (Greenwood 2008)

Základ tohoto online vztahu vede k celkovému **vztahu s velkou komunitou fanoušků**. Přejít z online prostředí do fyzického prostředí v rámci turnajů, kde mají možnost fanoušci fandit, ovlivňoval vytvořený **vztah uvnitř komunity**. Přístup fanoušků k **velké komunitě fanoušků** e-sportů byl ovlivněn fungováním **vztahu uvnitř komunity**. Boi a Forsn, kteří se účastnili několika turnajů, uvádí to, že všichni fanoušci fandí spolu, jako **komunita e-sportovních fanoušků**.

„Co si pamatuju, tak na tom turnaji to bylo prostě super, jako něco je být mezi těma lidma online a něco je být přímo mezi nima. Člověk má prostě pocit, že je součástí prostě něčeho velkého. Všichni fandí e-sportům prostě. Asi to je tím, že jsme užší komunita než třeba fanoušci fotbalu, ale nepamatuju se, že by mezi fanouškama byla jakákoliv rivalita, prostě se fandilo hraní.“ - Forsn

Oproti tomu Boi, který na rozdíl od Forsna, zažil určitou formu rivality mezi fanoušky, tak díky **sounáležitosti komunity e-sportovních fanoušků a osobnějšímu vztahu** zažil toto:

¹³ Oblíbená e-celebrita.

¹⁴ Hraje roli.

¹⁵ Forsenboys – Forsenovi chlupci.

¹⁶ Sami neprovozují sport

„A potom tam byl takový „hejt“ od fanoušků VirtuousPro¹⁷, tak tam přišel TaZ¹⁸ a vyjednal si tam pořádek od těch svých fanoušků, a pak byl klid. A prostě si vyjednal respekt, když přišel, všichni na něj bučeli a pak když odcházel tak mu všichni tleskali, fandili dál.“ - Boi

Stejně tak jako Forsn tak i Boi měl možnost zažít jaké je to být **součástí velké komunity fanoušků e-sportů**. Tento pocit jim dal **pocit sounáležitosti a osobnějšího pocitu mezi fanoušky**. A to tento vztah vrací na počátek, kterým tento vztah původně vznikl, potřeba být součástí komunity kamarádů, kde se později z fanoušků stala velká komunita, která sdílí **osobnější** vztahy mezi sebou.

Oproti klasickému fanouškovství, kdy jsou fanoušci každého sportu odděleni (Taylor 2012), tak u e-sportů jsou všichni fanoušci provázáni. Dle odpovědí informátoru byla provázanost online komunit vytvořena díky pořádání herních turnajů, kde je více kompetitivních her najednou. Vzniká zde možnost poznávání nových komunit a nových lidí na základě společných zájmů (e-sporty).

¹⁷ Tým ve hře Counter Strike.

¹⁸ Hráč týmu VirtuousPro.

6. Závěr

6.1 Hlavní zjištění

Tato bakalářská práce přibližuje svět e-sportů prostřednictvím zkoumání vztahů mezi fanouškem a e-celebritou a vztahů mezi fanouškem a online komunitou. Hlavním tématem celé práce byly vztahy, které se vytvářejí ve světě e-sportů. Vztah fanouška a e-celebrit a vztahy v rámci online komunit.

Před uskutečněním rozhovorů jsem vycházel z teorie, která se zabývala parasociálním vztahem, jelikož nejbližše popisoval vztah mezi fanouškem a celebritou. Dále jsem se zabýval fanouškovskými komunitami, které se vytvářejí v závislosti na celebritě. Tyto základní teorie jsem převzal pro svůj výzkum a následně dle analýzy dat vytvořil upravenou definici, která se vyvinula z analýzy dat jako výsledek práce. Parasociální vztah je v prostředí e-sportů definován jako částečně opěťovaný ze strany celebrity. Vývoj fanouška vzhledem ke zkoumaným vztahům – s celebritou a s komunitou fanoušků probíhal ve třech fázích. Tyto fáze byly rozděleny dle vývoje vztahů, které byly v jednotlivých částech pro fanouška nejdůležitější.

První fáze nazvaná jako vztah hráče a úzké komunity kamarádů se vyvíjela v závislosti na povaze vztahu fanouška k jeho kamarádům. Pokud byla úzká vazba, tak měl fanoušek potřebu zapadat mezi ostatní a přizpůsobovat se. V rámci úzké komunity přátel se chtěl fanoušek herně zlepšovat a to ho dovedlo k vyhledání profesionálního hráče - celebrity, kdy si poprvé utvořil vztah k e-celebritě.

Ve druhé části vývoje fanouška, kterou jsem pojmenoval jako vztah fanouška a e-celebrity, byl pro fanouška ze začátku nejdůležitější vztah k jeho oblíbené e-celebritě, v tento moment pouze na základě obdivu jeho schopností. Fanoušek, u kterého zatím převažovala snaha o to se zlepšit v hraní, měl potřebu najít si vzor pro své schopnosti, někoho, od koho by mohl získat co nejvíce dovedností. Zde se objevil první případ parasociálního vztahu, kdy si fanoušek vytvořil vztah s e-celebritou, ale ještě necítil, že by tento vztah byl opěťovaný. Vztah na základě obdivu schopností se vyvinul ve vztah na základě obdivu osobnosti. Výběr oblíbené e-celebrity probíhal již dle osobnosti celebrity, fanoušek se s ní

musel nějak ztotožnit, musel se v ní odrážet on sám. V tomto místě proběhla změna parasociálního vztahu, kdy fanoušek již cítil ze strany e-celebrity opěťovaný vztah.

Vnímaná opěťovanost vztahu ze strany e-celebrity vedla ke třetí fázi vývoje vztahu, který jsem nazval vztah fanouška s velkou komunitou fanoušků (tj. s komunitou fanoušků všech e-sportů). V momentě, kdy si fanoušek začal uvědomovat osobnější vztah, který byl mezi ním a jeho oblíbenou e-celebritou, vznikl vztah mezi ním a online komunitou fanoušků. Tento vztah měl osobní povahu, která vznikla díky pocitu soudržnosti, který panoval mezi všemi fanoušky.

Dle mých zjištění osobnější vztahy, které vznikají v online komunitách, jsou způsobeny větší soudržností e-sportovních fanoušků. Získané informace poukazovaly na to, že tento jev osobnějších vztahů je způsoben větší provázaností komunit fanoušků, ať už fanoušků e-celebrit, tak u fanoušků velkých e-sportovních komunit.

6.2 Limity a přínos práce

Největší limity této práce vyplývají z kvalitativního charakteru studie, kdy výsledky nejsou zobecnitelné na celkovou populaci. Dále také omezený výběr informátorů, který závisel na výběru výzkumníka.

Dle mého názoru, ale tato práce přispívá k bližšímu poznání tématu e-sportů. O tomto tématu bylo napsáno několik prací, které se zaměřovaly na specifickou část komunit e-sportů, tak se nezabývaly specifickou komunitou, která já zkoumána v této práci. Má snaha byla především předat čtenáři základní náhled do tématu e-sportů a podrobně popsat vztahy, které vznikají mezi ním a e-celebritou a uvnitř online komunity fanoušků.

Důležitým přínosem této práce je také popsání vztahů, které vznikají v online komunitách (mezi fanoušky v komunitách, mezi fanoušky a e-celebritami).

Jelikož se jedná o studii, která je zaměřena na užší skupinu informátorů, je zde rozhodně prostor pro další zkoumání, který by mohl přinést širší poznatky tématu. Je zde prostor pro kvantitativní zkoumání, aby bylo možné tyto poznatky zobecnit na populaci. Dalšími možnostmi je rozšířit věkovou hranici fanouškovské komunity, aby mohla vzniknout možnost komparace anebo zkoumat též ženské fanoušky.

7. Použitá literatura

- Armelin L. (2012). Fame And Celebrity Within A Virtual World. [online]. [cit. 2017-05-16].
In: Media and Communication Studies, Stockholm University. Dostupné z:
<http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:534817/FULLTEXT01.pdf>
- Blight, Michael G. (2016). "Relationships to Video Game Streamers: Examining Gratifications, Parasocial Relationships, Fandom, and Community Affiliation Online"
Theses and Dissertations. Paper 1255.
- Booth, P. (2010). Digital fandom: new media studies. *Digital fandom: new media studies / Paul Booth*. ISBN 9781433110702.
- Buschow, C., S. Ueberheide a B. Schneider. (2014). Tweeting television: Exploring communication activities on twitter while watching TV. *Communications* [online]. 2014, **39**(2), 129 - 149 [cit. 2017-05-16]. DOI: 10.1515/commun-2014-0009. ISSN 16134087.
- Devito, J. A. (2008). *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Dewey, J. (2017). Virtual Culture. *Research Starters: Business, January, 2017*. 5p. [online]. [cit. 2017-05-10].
- Distribution of eSports fans in the United States as of April 2016, by gender (2016) *Statista* [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z:
<https://www.statista.com/statistics/494877/distribution-of-esports-fans-gender-usa/>
- Distribution of eSports fans in the United States as of September 2015, by age group (2015) *Statista* [online]. [cit. 2017-05-16]. Dostupné z:
<https://www.statista.com/statistics/494881/distribution-of-esports-fans-age-usa/>
- Giles, D. (2012). *Psychologie médií*. Praha: Grada. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.

- Greenwood, D.N. (2008). Television as escape from self: Psychological predictors of media involvement. *Personality and Individual Differences* [online]. 2008, 44(2), 414 - 424 [cit. 2017-05-16]. DOI: 10.1016/j.paid.2007.09.001. ISSN 01918869.
- Harmon, A. (2016). Electronic sports. *Salem Press Encyclopedia, January, 2016. 2p.* [online]. [cit. 2017-05-16].
- Jenny, S. E., R. D. Manning, M. C. Keiper a T. W. Olrich. (2017). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”. *Quest (00336297)* [online]. 69(1), 1-18 [cit. 2017-05-16]. ISSN 00336297.
- JURČÍK, Jakub. Komunita League of Legends jako součást fenoménu E-Sports. *Komunita League of Legends jako součást fenoménu E-Sports / Jakub Jurčík ; vedoucí práce Jaroslav Švelch ; oponent práce Lenka Vochocová* [online]. 2014, , 93 [cit. 2017-05-13]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/145982>
- Klevjer, R. *What is the avatar?: Fiction and embodiment in avatar-based singleplayer computer games*. Bergen: University of Bergen. c2007. 299 s. ISBN: 978-82-308-0311-0
- Lee, D. a L. J. Schoendstedt. (2011). Comparison of eSports and Traditional Sports Consumption Motives. *ICHPER-SD Journal of Research* [online]. 6(2), 39-44 [cit. 2017-05-16]. ISSN 19304595. Dostupné z: <https://eric.ed.gov/?id=EJ954495>
- Mavroudis, J. a E. Milne. (2016). Researching microcelebrity: Methods, access and labour. *First Monday* [online]., 21(7) [cit. 2017-05-16]. DOI: 10.5210/fm.v21i7.6401. ISSN 13960466. Dostupné z: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6401/5529>
- Mcquail, D. (2009) *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- Meyrowitz, J. (2006) *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. Přeložil Jan JIRÁK. Praha: Univerzita Karlova, mediální studia. ISBN 80-246-0905-3.

- Miovský, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006. Psyché (Grada). ISBN 80-247-1362-4.
- Porter, C. B. (2004). A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, 00. doi: 10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x
- Řiháček, T., I. Čermák a R. Hytych. (2013) *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6382-2.
- Seo, Y. (2013) Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management* [online]. 29(13-14), 1542-1560 [cit. 2017-05-16]. DOI: 10.1080/0267257X.2013.822906. ISSN 0267257X. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.2013.822906>
- Smart, B. (2005) *The sport star*. London: SAGE Publications. Theory, culture & society.
- Snavey T.L. (2014). History and Analysis of eSport Systems [online]. [cit. 2017-05-16]. The University of Texas at Austin. Dostupné z: <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/28652/SNAVELY-MASTERSREPORT-2014.pdf?sequence=1>
- Taylor, T. L. (2012) Raising the stakes: e-sports and the professionalization of computer gaming. *Raising the stakes: e-sports and the professionalization of computer gaming / T. L. Taylor*. ISBN 9780262017374.
- Taylor, N.T. (2016) Now you're playing with audience power: the work of watching games. *Critical Studies in Media Communication* [online]. 33(4), 293 - 307 [cit. 2017-05-16]. DOI: 10.1080/15295036.2016.1215481. ISSN 14795809.
- Thompson, J. B. (2004). *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum

The Esports Economy Will Generate At Least \$465 Million in 2017. (2015) *Newzoo* [online].
[cit. 2017-05-16]. Dostupné z: <https://newzoo.com/insights/articles/esports-economy-will-generate-least-465-million-2017/>