

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Bakalářská práce

*Reprezentace popkulturních fanoušků
v českých online médiích*

Karolína Marková

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Vedoucí práce: Mgr. Anna Bílá

Studijní program: Žurnalistika

Olomouc 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Reprezentace popkulturních fanoušků v českých online médiích* zpracovala samostatně, a že zde uvádím veškeré prameny, ze kterých jsem vycházela.

Celkový rozsah závěrečné práce činí 12 252 slov.

V Olomouci dne 28.4.2021

Karolína Marková

Poděkování

Chtěla bych zde poděkovat své vedoucí práce Mgr. Anně Bílé za ochotu, rady a věnování se mé práci i přes náročné podmínky, které poslední semestry provázely. Rovněž bych chtěla poděkovat svým přátelům, díky kterým jsem mohla proniknout více do světa fandomů a fanouškovských akcí, poznat zajímavé a přátelské lidi a věnovat se koníčku, který mě naplňuje.

Obsah

1	Úvod	6
2	Teoretická část	7
2.1	Fanoušci jako subkultura	7
2.2	Fandom.....	9
2.3	Fanouškovská tvorba	11
2.4	Historie fandomu.....	13
2.5	Participační kultura.....	16
2.6	Fanoušci.....	19
2.7	Společenské a mediální stereotypy kolující o popkulturních fanoušcích	20
	Metodologie.....	23
2.8	Kvalitativní analýza	23
2.9	Kvalitativní obsahová analýza	23
3	Praktická část	26
3.1	Hlavní výzkumná otázka	26
3.2	Operacionalizace	26
3.3	Výsledky a interpretace dat.....	32
3.3.1	Pozitivní a negativní reprezentace	32
3.3.2	Mediální franšízy	37
3.3.3	Participační kultura.....	40
3.3.4	Autoři.....	42
4	Závěr.....	46

Anotace:

Bakalářská práce se zaměřuje na téma reprezentace popkulturních fanoušků ve vybraných českých online médiích v letech 2017-2020. První teoretická část je věnována problematice subkultur, fanouškovství nebo participační kultuře. Praktická část se poté věnuje samotnému výzkumu prováděnému pomocí kvalitativní obsahové analýzy článků vybraných médií ve stanoveném období.

Klíčová slova:

Fanouškovství, participační kultura, online média, Aktuálně.cz, Seznam Zprávy, Idnes.cz, kvalitativní obsahová analýza

Anotation:

Bachelor work focusses on topic of representation of popcultural fans in selected czech online media in 2017-2020. The first part is devoted to topic of subcultures, fan studies or participatory culture. Then the practical part is devoted to research which was performed by qualitative content analysis of articles of selected media and time periods.

Key words:

Fan studies, participatory culture, online media, Aktualne.cz, Seznam Zprávy, Idnes.cz, qualitative content analysis

1 Úvod

Má bakalářská práce se bude zabývat reprezentací popkulturních fanoušků a fanouškovských komunit v médiích (konkrétně v rámci tří vybraných online mediálních serverů.). Hlavním cílem práce bude zjistit, jak se o fanoušcích v médiích píše, jakou zde mají reprezentaci a zda je pozitivní či negativní.

Toto téma jsem si vybrala, jelikož je mi velmi blízké. Sama se považuji za popkulturního fanouška, jsem členem mnoha fandomů a ve fanouškovských komunitách se pohybuji již nějakou dobu. Aktivně se podílím na fanouškovských aktivitách a to jak formou diskuze, tak i fanouškovskou tvorbou, jako například cosplay. Účastním se fanouškovských akcí a to českých i zahraničních a jsem aktivní v rámci české fanouškovské komunity.

V rámci své práce chci zjistit, jak jsou popkulturní fanoušci v českých médiích reprezentováni, jak média vnímají fanoušky, zda je to spíše v negativním světle, kdy je fanouškovská kultura postavena okraj společnosti, či zda v pozitivním, kdy už se dostává do mainstreamu a podvědomí stále více lidí.

Tato práce je rozdělena na tři základní části. Jsou jimi teoretická část, praktická část a závěr. V teoretické části vymezím pojmy spojené s fanouškovstvím. Chtěla bych zde více přiblížit fanoušky a fanouškovské komunity, čím jsou charakteristické, jak fungují a čím se odlišují a co lidi vůbec motivuje stát se fanoušky a sdílet svůj zážitek ze své oblíbené mediální franšizy s komunitou dalších lidí. Na několika příkladech také ukážu, jak jsou fanoušci v médiích zastoupeni, hlavně pak v televizní a filmové tvorbě.

V praktické části se pak budu věnovat samotnému výzkumu. Hlavní výzkumná otázka zní, zda jsou fanoušci v médiích reprezentováni pozitivně či negativně. Svůj výzkum budu provádět v rámci třech českých online médií a to konkrétně Aktuálně, Idnes a Seznam zprávy. Na základě klíčových slov budu vybírat články, ve kterých figurují fanoušci a to v horizontu let 2017-2020. Půjde tedy o poměrně nedávnou dobu. Ke svému výzkumu použiji kvalitativní obsahovou analýzu, u které jsem vyhodnotila, že se k mému záměru hodí nejlépe. Výsledek tedy bude částečně subjektivní.

V poslední části pak shrnu všechny výsledky, ke kterým jsem během svého výzkumu došla. Krom zodpovězení základní otázky ohledně pozitivní či negativní reprezentace, zde také představím další, vedlejší výsledky, které jsem v průběhu výzkumu zjistila.

2 Teoretická část

2.1 Fanoušci jako subkultura

Na začátek bych chtěla více přiblížit pojmy fanouškovství, fanoušci a fanouškovské komunity, kterých se práce týká, a to především v rámci mediální popkultury¹. To poslouží k lepšímu pochopení záměru mé práce, postupu a výsledku mého výzkumu. Pokud budeme mluvit o fanouškovských komunitách, je nejprve nutné seznámit se s pojmem subkultury. Fanouškovské komunity totiž vykazují mnoho znaků, díky kterým je někteří teoretici identifikují jako subkultury (např. odlišnost od mainstreamové, většinové společnosti, dosažení statusu apod.).

Subkultura zahrnuje určité zvláštnosti souboru kulturních prvků, které jsou typické pro menší, vyhraněné skupiny v rámci jednoho národa, státního útvaru nebo i společenství. Tyto zvláštnosti pak skupinu a její kulturu odlišují podstatným způsobem od jiných skupin a jejich kultur, ale také i od celkové „kultury“ v jejich prostoru. Důležitým znakem subkultury je tedy odlišení se od dominantní kultury. Existují dvě definice subkultur. Jedná se o definici substanční, snažící se vystihnout podstatu subkultury, a definici funkcionální, vystihující funkce, jež subkultura plní.² V subkultuře, předpona „sub“ naznačuje odlišnost, svébytnost od dominantní společnosti nebo mainstreamu. Tvoří ji tedy lidé sdílející určité normy a hodnoty, kterými se rozcházejí s dominantní a mainstreamovou společností. Tyto normy a hodnoty pak vytvářejí mapy významů, díky kterým je pro členy subkultur svět srozumitelný.³ Někteří autoři v dnešní době pojem odmítají. Například Roland Girtler jej odmítá, jelikož termín „subkultura“ obsahuje předložku „sub“, která poukazuje na „nízké“ postavení dané kultury ve společnosti (Girtler proto raději používá termín „okrajová kultura“).⁴ Většina sociologů však i nadále používá termín subkultura, který se stal jak obecně přijímaným, tak jedním ze základních sociologických pojmů. Přestože mohou být definice subkultury v rámci sociologie rozdílné, sdílejí mnoho společných znaků. Subkultura je tedy vnímána jako prostředí, v rámci kterého je provozováno něco, co většinová společnost považuje za deviantní (občas se jedná o skutečně deviantní věc), či je v očích společnosti viděna jako odlišná. Ostatními tedy tato skupina pak bývá odsuzovaná či stavěna do podřadné opozice.

¹ V této práci budu používat termín „popkultura“ v obecném smyslu, nikoliv v teoretickém smyslu jako „populární kultura“.

² PETRUSEK, Miloslav, Hana MAŘÍKOVÁ a Alena VODÁKOVÁ. Velký sociologický slovník. Praha: Karolinum, 1996.

³ BARKER, Chris. Slovník kulturních studií. Praha: Portál, 2006.

⁴ GIRTLEK, Roland. Okrajové sociální kultury. Brno: Masarykova univerzita, 2001. Edice učebnic Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně.

Motivacemi k příslušnosti v subkultuře bývá pro členy možnost dosažení statusu (který může být nenaplněn v rámci většinové společnosti) a nalezení své role v sociálním prostředí prostřednictvím alternativních hodnotových vzorců, odlišných od těch, které jsou ceněny dominantní společností. Nabízí také interakci, sdílení hodnot se stejně naladěnými jedinci, pocit ochrany a naplňuje potřebu člověka někam patřit a mít zde svou pozici.⁵

Průkopníkem subkulturálních studií je Chicagská škola. Představitelé této školy se počátkem dvacátých let dvacátého století zaměřovali na zkoumání skupin na „okraji“ tehdejší městské společnosti (šlo převážně o postavy podsvětí jako prostitutky, narkomany apod.). V šedesátých letech pak subkulturu dále zkoumali britští vědci v Birminghamu při Centru pro současná kulturní studia. Z tohoto prostředí vzešla jedna z nejvlivnějších novodobých monografií na toto téma: *Subculture. Meaning of the style* z roku 1979 Dicka Hebdige⁶. V rámci ní Hebdige mluví například o chápání „stylu“ jakožto „záměrné komunikace“ (například styl oblékání). Publikace později čelila kritice z důvodu čistě maskulinního úhlu pohledu, absence terénní práce (kvůli níž tak ignoroval zkušenost členů subkultur) a teritoriální omezení zkoumaného jevu (šlo o poválečnou Británii), tím pádem se studie nedala aplikovat na jiné (sub)kultury. Tato kritika však přispěla ke vzniku tzv. postsubkulturní teorie. Badatelé v rámci ní začali zpochybňovat samotný pojem „subkultura“ a dávali přednost termínům jako „životní styl“ či „městské kmeny“, které dle nich lépe odrážely současnou situaci.⁷

Prvky subkultury se tedy ve fanouškovských komunitách projevují odlišností od mainstreamu, lidé v rámci nich sdílí ať více či méně společné hodnoty. V očích mainstreamové společnosti mohou fanoušci často působit odlišně. Mnoho lidí také v rámci těchto komunit získá svůj sociální status (například na základě svých znalostí zaměřením daného fandomu či svou tvorbou), který by pro tyto lidi mohl být v běžné společnosti hůře dosažitelný. Rovněž jsou fanouškovské komunity místem, kde spolu stejně naladěni fanoušci interagují a pro mnoho z nich naplňují potřebu někam patřit.

⁵SMOLÍK, Josef. Subkultury mládeže: uvedení do problematiky. Praha: Grada, 2010. str. 32-33

⁶ V českém vydání HEBDIGE, Dick. Subkultura a styl. V Praze: Dauphin, 2012.

⁷KUDLÁČ, Antonín K. K. Anatomie pocitu úžasu: česká populární fantastika 1990-2012 v kulturním, sociálním a literárním kontextu. Brno: Host, 2016. str.87-89

2.2 Fandom

V rámci této kapitoly bych ráda více přiblížila pojem „fandom“ a důvody, proč řadím komunity fanoušků do participační kultury⁸.

Pojem fandom označuje komunitu fanoušků. Vznikl spojením slova fanoušek (anglicky fan, odvozeno od slova „fanatic“) a dom, což je pravděpodobně zkratka „dominion“. Negativní význam slova „fanatic“ se částečně přenesl i na odvozené „fans“ (anglický výraz pro fanoušky). A to sice v představě většinové společnosti, kdy podle ní fanoušci tráví mnoho času zjišťováním „nesmyslných“ informací, iracionálnímu chování k objektu jejich zájmu, případně emočně a intelektuálně nezralé jedince.⁹

Podle C. Lee Harringtonové a Denise D. Bielbyové (1995) je fandom způsobem recepce, společné interpretace, „uměleckým světem“ kulturních aktivit a alternativní sociální komunitou. V rámci jejich modelu jsou fanoušci vidět a mají účast na svých oblíbených mediálních franšízách, disponují jejich velkými znalostmi, podporují jejich pokračování a mají tendenci spojovat se s fanoušky stejného zájmu. Tito lidé pak kolektivně přejímají jistý model recepce, organizují se na základně sdílené interpretace a společně tak tvoří alternativní konzumní komunitu.¹⁰

Fandomy jsou chápány jako komunity sdružující lidi sdílející stejný zájem o určitý aspekt populární kultury (jako jsou filmy, seriály, knihy ale také hudební skupiny, sport a sportovní týmy.) V rámci této práce se budu věnovat výhradně fanouškům populární kultury v podobě filmů, seriálů, knih a komiksů, tedy mediálním fanouškům. Sportovními a hudebními fanoušky se zde nebudu zabývat, jelikož by téma bylo příliš široké a v rámci této práce bych se ráda soustředila pouze na mediální popkulturu, která má svá specifika. O mediálních fanoušcích můžeme hovořit jako o participační kultuře. Participační kulturu tvoří ti fanoušci, kteří jsou nejen spotřebitelé, ale také producenti a tvůrci některé z forem kreativních médií. Zejména mediální fandomy tak podporují své členy v tvůrčím vyjádření a různých formách umělecké produkce. Těmi mohou být například fanfikce, fanarty, fan filmy nebo cosplay.¹¹

⁸ Participační kultura označuje kulturu, v rámci které probíhá zapojení uživatele do tvorby obsahu. Její komunikační model počítá s více vysílateli a mnoha příjemci. V rámci fanouškovství se vyznačuje zejména prostřednictvím fanouškovské tvorby. Viz kapitola 1.5.

⁹ WILLIAMS, J. P. (2013). *Subculturaltheory: Traditionsand concepts*. Cambridge: Polity, kapitola 9.

¹⁰ HARRINGTON, C. L., & BIELBY, D. D. (1995). *Soapfans: Pursuingpleasure and makingmeaning in everydaylife*. Philadelphia, PA: Temple University Press. str.96

¹¹ *Subcultures and Sociology*. (n.d.). citováno 31. října, 2020, from

<https://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/fandom-and-participatory-culture/>

Do fandomu se tedy obvykle počítají lidé, kteří krom samotné konzumace média také vyhledávají kontakt s jinými fanoušky, diskutují a prezentují své názory a myšlenky a také se jakkoliv podílejí na fandomových aktivitách. Ve fandomu existuje rovněž určitá hierarchie (představa, že jsou si v této komunitě všichni rovni, je spíše idealistická). Ta často spočívá ve znalosti mediální franšízy (čím větší znalosti, tím vyšší postavení v komunitě). Občas se tito lidé titulují jako „praví fanoušci“ (true fans). Určité znalosti zde často bývají i očekávány, pokud jimi osoba nedisponuje, může být komunitou fanoušků odsuzována (tito lidé jsou pak komunitou často nařčeni, že nejsou pravými fanoušky.). S tímto také souvisí termín gatekeeping. S teorií gatekeepingu přišel Kurt Lewin v roce 1947. Ten svou myšlenku popsal na jídle, kdy ženy v domácnosti, jsou gatekeepery a kontrolují, skrze které „kanály“ se jídlo ze supermarketů či zahrad dostane domů na stůl. Lewin si uvědomoval, že jeho model gatekeepingu se nevztahuje pouze na jídlo, ale může se vztahovat i na jiné věci, například zprávy.¹² Obecně se v tomto konceptu tedy myslí, že gatekeeper rozhodne, jaké informace by se měly přesunout ke skupině, případně jednotlivci a které nikoliv. Na gatekeepera působí sociální, etické, politické a kulturní vlivy. Na základě svých osobních nebo sociálních vlivů pak informaci předá dále skupině. V médiích zastává roli gatekeepera například editor, který rozhoduje, které zprávy budou zveřejněny a které nikoliv.¹³ V rámci fandomů se pak gatekeepingem podle stránky *urbandictionary*¹⁴ myslí stav, kdy na sebe někdo bere rozhodování, zda má jiný člověk nárok nazývat se fanouškem něčeho či zda má právo patřit do fandomu. Tento člověk také využívá svůj zájem jakožto prostředek pozvednutí se nad ostatní díky své znalosti daného zájmu. Více se tématu gatekeepingu ve fandomech, zejména v rámci sociálních sítí, věnuje například Hannah Abramsonová ve své práci *Haters, Gatekeepers, and Stans: The Effects of Social Media on Fandom and the Established Order* (2020).

Mnoho fandomů si postupem času rovněž vytvořilo svůj název, případně se pro ně vžil. Například Trekkers- fanoušci *Star Treku* (používán je také, často hanlivě, název „Trekkies“), Potterheads - fanoušci universa *Harryho Pottera*, Whovians - fanoušci seriálu *Doctora Who*, Bronies- fanoušci *My Little Pony*. Většina fanoušků také není členem jen jednoho fandomu ale více, pro tento stav se vžil pojem „multifandom“. Přesto, mezi jednotlivými fandomy může často i panovat menší či větší nevráživost a rivalita (velmi známými příklady je

¹² ROBERTS, CHRIS. (2005). Gatekeepingtheory: An evolution, The University of South Carolina, 2005, str. 5

¹³ GateKeepingTheory. (2014, July 10). CommunicationTheory. <https://www.communicationtheory.org/gatekeeping-theory/>

¹⁴ Urban Dictionary: Gatekeeping. Urban Dictionary, February 15 [online]. Copyright © 1999 [cit. 16.02.2021]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gatekeeping>

nevraživost mezi fanoušky *Star Wars* a *Star Treku* případně fanoušky DC a Marvelu. Tyto příklady jsou také často užívány v médiích, filmech či seriálech, kde je však často rivalita mezi těmito fandomy značně nadnesená a vyhnaná do extrému. Příkladem této rivality, a to fanoušků *Star Wars* a *Star Treku* je například film *Fanboys*.

V rámci této práce budu tedy na fandom pohlížet jako na participační kulturu. Z tohoto úhlu jsou fanoušci ti, kteří nejsou pouze pasivními příjemci, ale spojují se a diskutují s jinými fanoušky a prezentují své názory či svou tvorbu. Jsou to skupiny, v nichž panuje určitá hierarchie, která může mít pozitivní (dosažení statutu, který by byl pro některé v mainstreamové společnosti těžko dosažitelný) ale i negativní dopady (gatekeeping). Gatekeeping může ve fandomech působit často velmi toxicky. Může také od participace ve fandomu odradit nové zájemce o mediální franšizu. Ve fandomu *Harryho Pottera* se například často objevuje gatekeeping v podobě, kdy někteří fanoušci, kteří četli knihy ze ságy, nechtějí uznávat jako pravé fanoušky universa i ty, kteří viděli pouze filmová zpracování. Ve *Star Wars* fandomu se podobné chování občas objevuje ve spojení s expandovaným universem, kdy lidé kteří nemají znalosti expandovaného universa (Legends), dnes již nekanonických příběhů a her, nejsou některými příznivci označováni jako praví fanoušci *Star Wars*.

2.3 Fanouškovská tvorba

V rámci této kapitoly se budu více věnovat tématu fanouškovské tvorby. Jak už bylo výše zmíněno, jeden z hlavních znaků participační kultury je to, že příjemce není pouze spotřebitelem ale také tvůrcem. Z hlediska mediálních fanoušků se tato tvorba nejčastěji projevuje fanfikcemi, fanarty, fan filmy a cosplayem. Zvláště pak cosplay se stává pro média v poslední době zajímavým a atraktivním tématem. Ve svém výzkumu jsem zaznamenala, že každé ze mnou zkoumaných médií vydalo alespoň jeden článek věnující se cosplayi.

Fanfikce jsou fanoušky tvořené příběhy, které mají svůj základ v již existujícím díle a často se v něm objevují již existující postavy daného díla. Fanoušek do příběhu může přidat nové postavy, tzv. „OC“ (original character, v překladu originální postava.), případně existující postavy v rámci díla upravuje (fanoušek si ve svých textech upravuje například sexualitu postav, kdy z heterosexuálních vytvoří třeba homosexuální). Tyto postavy pak bývají párovány s jinými existujícími postavami, což je v komunitách fandomu známo jako „ship“ (zkratka z anglického slova „relationship“ v překladu „vztah“.). Často se ve fanfiction objevuje také sexuální tematika, zvláště ve spojení se „shipy“. Fanfikce také mohou pracovat

s alternativními scénáři navazující na události v existujícím díle (například v universu Star Wars se mohou objevit fanfikce, ve kterých rebelská aliance nikdy nezničila Hvězdu Smrti, v Harry Potter universu pak zase ty, kde Lord Voldemort nikdy nezabil Lily a Jamese Potterovy.) Více se fanfikcím věnuje ve své knize *The Fanfiction Reader: Folk Tales for the Digital Age* (2017) například Francesca Coppa či Ashley J. Barner v knize *The Case for Fanfiction: Exploring the Pleasures and Practices of a Maligned Craft* (2017).

Fanarty jsou ilustrace, které sdílejí velmi podobné charakteristiky jako fanfikce. Rovněž pracují s existujícími díly a postavami, které mohou být personalizovány a upravovány, autoři například vymýšlejí pro postavy nové oděvy apod. Ve fanartech se rovněž objevují OC stejně jako shipy. Často mají i podobu krátkých komiksových stripů.

Fan filmy jsou většinou krátké filmy (může jít jak o animované tak hrané) tvořené fanoušky. Stejně jako fanarty a fanfikce operují s již existujícím materiálem. Mohou být velmi nákladné, a pokud jde o hrané filmy, často se v nich objevuje také cosplay. Speciální skupinu pak tvoří tzv. „MV“ (music videa), což jsou sestřihy momentů z vizuálních médií (nejčastěji filmy, seriály, anime a občas také hry) doplněné o hudební podkres.

Cosplay (kombinace anglických slov „costume“ a „play“ což v doslovném překladu znamená „kostýmová hra“) je hobby, v rámci kterého se lidé převlékají do kostýmů postav nejčastěji z filmů, seriálů, her, komiksů nebo japonských anime a mang. Snaží se přiblížit co možná nejvíce ztvárněné postavě a to jak v rámci vzhledu, tak v rámci chování (pro to se v komunitě používá výraz „roleplay“). Často se v něm klade také důraz na zručnost, mnoho „cosplayerů“ si své kostýmy vyrábí samo, za použití rozličných materiálů a technik. V rámci cosplaye fungují soutěže jak na vnitrostátní, tak i mezinárodní úrovni. Cosplayeri také tvoří kostýmové organizace, některé z nich i na mezinárodní úrovni. Nejstaršími a největšími jsou například kostýmové organizace věnující se Star Wars kostýmům- 501st Legion a Rebel Legion. Ty operují takřka po celém světě a věnují se často charitativním akcím. Rovněž občas spolupracují i přímo se společností Lucasfilm. Více se tématu cosplaye věnuje Theresa M. Winge v knize *Costuming Cosplay: Dressing the Imagination (Dress, Body, Culture)* (2018).



Kostymovaní fanoušci Star Wars a členové kostýmových organizací při každoročním průvodu Prahou v rámci oslav Star Wars dne. Foto: archiv autora

V rámci fandomu se často jednotlivá díla fanouškovské produkce navzájem ovlivňují a doplňují (například fanfikce jako předloha pro fanart, či fanart podle kterého je udělán cosplay).

Fanouškovská tvorba je důležitou součástí fanouškovství. Jak již bylo v úvodu této kapitoly řečeno, jde o jeden ze základních aspektů participační kultury. Fanouškovská tvorba často umožňuje fanouškům být vidět, je možností získání svého statutu v rámci komunity a občas i množnost podílet se na svých oblíbených mediálních franšízách (např. formou fanfictions) či se dostat do kontaktu s jejich tvůrci (např. kostýmové organizace). Zejména cosplay je v poslední době stále rozšířenějším pojmem, který se stále více objevuje i v médiích.

2.4 Historie fandomu

V této kapitole bych chtěla stručně shrnout historii fandomů, a jak se fandomy vyvinuly do dnešní moderní podoby. K pochopení celého tématu práce je důležité uvést alespoň krátký historicky přehled o formování fanouškovských komunit, tvorby a aktivit do dnešní podoby.

Historicky vznikl fandom ve Spojených státech a jeho kořeny sahají do dvacátých let dvacátého století. Tehdy se datuje vznik prvních profesionálních science fiction (SF) magazínů, jejichž čtenáři navzájem komunikovali a sdružovali se ve skupinách či amatérsky

publikovali v rámci fanzinů. Příslušníci fandomů se již tehdy začali setkávat na conech¹⁵. První con měl údajně proběhnout v roce 1937 v britském Leedsu. První mezinárodní con („worldcon“) se pak uskutečnil v roce 1939 v New Yorku.¹⁶ Probíhal v rámci Světové Výstavy 1939 (která nesla podtitul „Dawn of a New Day“ - „S úsvitem nového dne“), později byl nazván „Nycon I“. Con byl zaměřen na žánr science-fiction a účastnilo se ho 200 lidí.¹⁷

Asi v osmdesátých letech pak dochází k větší diferenciaci fandomů podle mediálních preferencí jejich členů. Do této doby hrály prim převážně fandomy tvořené fanoušky fantastické literatury. V těchto letech tak vznikají mediální fantomy, sdružující milovníky filmů, televizních děl či komiksů. Rovněž začíná vznikat také „gamesfandom“, složený z příznivců her.¹⁸

V posledních letech internet umožnil ještě více rozšířit a zpřístupnit fanouškovskou kulturu, zvláště pak co se fanouškovské tvorby týče. V době před nástupem internetu fanoušci publikovali svá díla většinou v rámci fanzinů¹⁹, kde pokud bylo dílo přijato, bylo otištěno společně s dalšími. Dnes mají fanoušci mnoho možností kde sdílet svá díla online²⁰ (velmi populární platformy pro sdílení fanouškovské tvorby jsou dnes například Tumblr, Wattpad, Deviantart nebo Instagram.)

Původně se jednalo o americký fenomén, dnes jsou fandomy však již rozšířené po celém světě. V dnešní době již není mnoho zemí, kde by nebylo možno najít organizované fanoušky. Strukturu fandomu tvoří nespočet lokálních sdružení i mnoho nadnárodních organizací.²¹

¹⁵ Con- zkratka anglického slova „convention“ v překladu „setkání“. Jde o akci pro fanoušky některého z aspektů populární kultury (sci-fi, fantasy, komiksy, hry, anime apod...). V rámci nich se konají různé besedy a přednášky a soutěže. Na velkých conech často bývají také přítomny známé osobnosti z oblasti popkultury (herci, spisovatelé a další tvůrci...)kteří se mohou účastnit besed, či mohou poskytovat fotografie a podpisy. Nedílnou součástí, zvláště pak velkých conů, je také merchandising a cosplay. Nejznámějšími cony v Česku jsou Animefest, Comic Con Prague a Festival Fantazie. V zahraničí pak San Diego Comic Con, New York Comic Con či London Comic Con.

¹⁶KUDLÁČ, Antonín K. K. Anatomie pocitu úžasu: česká populární fantastika 1990-2012 v kulturním, sociálním a literárním kontextu. Brno: Host, 2016. str. 94

¹⁷[online]. Copyright © 2020 by F.A.N.A.C. Inc. [cit. 26.10.2020]. Dostupné z: <http://www.fanac.org/worldcon/NYcon/w39-p00.html>

¹⁸KUDLÁČ, Antonín K. K. Anatomie pocitu úžasu: česká populární fantastika 1990-2012 v kulturním, sociálním a literárním kontextu. Brno: Host, 2016. str. 94

¹⁹ Fanzin- Neprofesionální magazín, časopis pro fanoušky, většinou zaměřený na nějaký kulturní jev a fanouškovské aktivity (Fanzin | Fanpolis Wiki | Fandom. [online]. Dostupné z: <https://fanpolis.fandom.com/cs/wiki/Fanzin>)

²⁰Subcultures and Sociology. (n.d.). citováno 7. listopadu, 2020, from <https://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/fandom-and-participatory-culture/>

²¹KUDLÁČ, Antonín K. K. Anatomie pocitu úžasu: česká populární fantastika 1990-2012 v kulturním, sociálním a literárním kontextu. Brno: Host, 2016. str. 94

V dnešní době je pro fanoušky mnohem snazší kontaktovat se s ostatními fanoušky či se s podobně laděnými lidmi setkat naživo, než tomu bylo dříve. Díky internetu dostává zejména fanouškovská tvorba nový rozměr a je stále více vidět, což před jeho nástupem nebylo tolik možné. Díky tomu se fanouškovská díla, názory a kritika mohou dostat až k tvůrcům a fanoušci mají tak větší spoluúčast na své oblíbené mediální franšize (např. fancasting.). Cony jsou dnes poměrně medializovanými událostmi, na kterých se představují novinky z oblasti popkultury (filmy, seriály, hry...) a vystupují na nich velká jména této oblasti.

2.5 Participační kultura

V této kapitole se budu věnovat participační kultuře. Jak jsem již několikrát zmínila v rámci této práce, fanoušky chápu jako fenomén participační kultury, jelikož sdílejí stejné charakteristiky, co se tvorby týče.

Participační kultura označuje kulturu, v rámci které probíhá zapojení uživatele (publika, konzumenta, fanouška) do tvorby obsahu. Její komunikační model na rozdíl od masmédií a „vysílacího modelu“ (one to many), kde jeden vysílá a publikum přímá, počítá s více vysílateli a mnoha příjemci (many to many), kteří rovněž fungují ve vzájemné interakci.²² Nejvíce se tato kultura rozšířila s nástupem internetu, který poskytl uživatelům mnoho prostředků, jak vytvářet svůj vlastní obsah a šířit ho dalším příjemcům.

Podle Henryho Jenkinse je participační kultura ta, kde jsou relativně nízké zábrany pro uměleckou tvorbu a angažovanost a v rámci které je silně podporována tvorba a sdílení svých výtvorů ostatními. Je zde určitý typ mentorství, kdy zkušenější členové komunity předávají své znalosti nováčkům. Členové tohoto typu kultury věří, že jejich příspěvky jsou důležité, také mezi sebou pocítují určitý sociální vztah a záleží jim na názorech ostatních členů na jejich příspěvky.²³ Ve své práci z roku 1992 Jenkins užíval pojem participační kultury hlavně ve spojení s fandomem, kde jsou dle něj rozostřené hranice mezi formami kulturní produkce a sociální výměny. Fanoušci rozumí tomu, čeho se účastní a také tomu, jak produkce a sdílení obsahu přispívá k jejich sdílené pohodě. Bylo tu ale také určité napětí mezi jejich kulturou a komerčními průmysly, které jim poskytovaly surové materiály. V tomto kontextu existují pevné vazby mezi interpretací, produkcí, kurátorstvím a cirkulací, jako potencionální způsob účasti (participace). Právě fanoušci jsou také jedním z moderních elementů, které formují participační kulturu.²⁴

Participační kultura se v rámci fandomů a fanouškovství odráží hlavně ve fanouškovské tvorbě (fanfiction, fanart, fanfilm, cosplay...). Fanoušci svými díly, obsahy a názory mohou ale často ovlivnit i mediální objekt zájmu jejich fandomu (a to jak v pozitivní tak třeba i negativní formě.). Jenkins mluví o tom, že internet rozšířil možnosti fanouškové komunity, umožnil interakci fanoušků mezi sebou a zároveň donutil zábavní průmysl brát v potaz spokojenost svých fanouškovských komunit.

²²FUCHS, Christian. Social media: a critical introduction. London: Sage, 2014, 293 s.

²³JENKINS, H. Confronting the Challenges of Participatory Culture. doi:10.7551/mitpress/8435.001.0001. 2009

²⁴JENKINS, H., Ito, M., & Boyd, D. Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning. John Wiley & Sons. 2015

Podle předloh fanfiction jsou dnes točeny i filmy. Populární série *FiftyShadesofGrey*, podle které byly natočeny i celovečerní filmy, napsala její autorka původně jako fanfiction inspirovanou jinou populární sérií, *Twilight*. Internetová streamovací platforma Netflix zase natočila filmy jako *KissingBooth*, který má svou předlohu rovněž ve fanficcích, publikovaných na platformě Wattpad. Dalším příkladem takového filmu je také *After*.

Jedna z dalších možností, jak mohou fanoušci ovlivnit výsledný mediální produkt, je také pojem „fan casting“, kdy fanoušci fiktivně obsazují herce do rolí, ve kterých by je chtěli vidět (většinou se to týká adaptací různých děl, případně převedení komiksových či animovaných postav do hraného prostředí). Jeden z takových případů je nedávné obsazení herečky Rosario Dawsonové do role, fanoušky velmi oblíbené postavy, Ahsoky Tano v rámci populárního seriálu *TheMandalorian* z prostředí *Star Wars* universa. Ta byla obsazena právě na základě fancastingu, kdy se její fotografie upravené do podoby postavy rozšířily po internetu a dostaly se jak k samotné herečce, tak k tvůrcům seriálu.

Za demonstraci síly fanoušků by se dalo považovat zakončení skywalkerovské ságy ve *Star Wars*. Když v roce 2017 vyšel v pořadí osmý film *Star Wars: Poslední z Jediů* setkal se ze strany fanoušků s velmi negativními ohlasy. Fanoušci na filmu kritizovali například příliš novátorský přístup nebo charaktery a dějové linky některých postav (s velkou kritikou se setkala třeba nová postava Rose Tico, jejíž představitelka Kelly Marie Tran si později musela kvůli šikaně ze strany fanoušků zrušit své účty na sociálních sítích.). O dva roky později přišel do kin závěrečný díl ságy s podtitulem *Vzestup Skywalkera*, který režíroval J.J. Abrams (režisér *Star Wars- Epizoda VII: Síla se probouzí*). Ve filmu byl ohlas fanoušků znát. Abrams do filmu přidal velké množství fanservice,²⁵ přidal nostalgické momenty odkazující na původní trilogii, vyhnul se příliš novátorským postupům a třeba nepopulární postava Rose Tico byla ve filmu posunuta značně do pozadí a objevila se jen v minimu scén. Film byl však kritiky hodnocen negativně a od fanoušků se také nedočkal pozitivních ohlasů (v mnohých ohledech byly srovnatelné jako v případě předchozího filmu).

²⁵Fanservice- Jedná se o případ, kdy je v některém z médií použita scéna, která je vytvořena speciálně proto, aby ukojila přání fanoušků, vidět určité věci. Často nesouvisí se zápletkou a je vytvořena hlavně pro potěšení fanouška. Termín se rozšířil hlavně v oblasti japonského anime, kde označoval zbytečnou nahotu. Tento koncept se však objevuje napříč světem a můžeme jej najít i v množství západní tvorby. Mimo nahoty může být fanservice také návrat některé z oblíbených postav, rozvinutí vztahu mezi některými postavami, návrat na lokace použité v předchozích materiálech apod.

Tato praktika se ve *Star Wars* neobjevila poprvé. V prequelové trilogii režírované Georgem Lucasem, byla do pozadí odsunuta postava Jar Jar Binkse, která se po svém představení ve *Star Wars Epizoda I- Skrytá hrozba* setkala s velmi negativními reakcemi (a dodnes patří k nejneoblíbenějším postavám *Star Wars*). V tomto ohledu dokonce došlo vše do bodu, kdy představitel role Jar Jara Binkse, Ahmed Best, zvažoval kvůli výhrůzkám fanoušků sebevraždu²⁶.

Fanoušci mohou mít na dalším pokračování a podobě své oblíbené mediální franšíze zásadní vliv, což je jedním z důsledků participační kultury. Tím jak se fanouškovská kultura z okrají společnosti dostává stále více do jejího středu, zvláště pak co se filmového průmyslu týče, dostávají také hlasy fanoušků stále více prostoru a jejich námítky a návrhy si mnoho tvůrců bere k srdci, jelikož jsou si vědomi, že právě fanoušci budou ti, kteří budou plnit kasy kin, předplácet si streamovací platformy či nakupovat merchandising. To samozřejmě ale nemusí znamenat stoupající kvalitu dalších projektů a pokračování, mnohdy je tomu naopak a přílišná snaha zavděčit se fanouškům se nemusí vyplatit. Tohoto kroku si všímají i média, která na tuto sílu fanoušků v některých článcích upozorňují. Právě tímto aspektem se zabývám v této práci.

²⁶ - YouTube, That Moment I Opened Up About Suicide. YouTube [online]. Copyright © 2021 Google LLC [cit. 17.02.2021]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qfNiSkd3HfI&t=592s&ab_channel=SoulPancake

2.6 Fanoušci

Tato kapitola je věnovaná samotnému pojmu „fanoušek“, jeho definice a charakteristika fanoušků jakožto osob.

V rámci této práce budu používat definici fanouška, jakožto člověka, který krom samotné konzumace médií, též vyhledává kontakt s jinými fanoušky média, prezentuje své myšlenky a názory v rámci komunity a podílí se na diskuzích a fanouškovských aktivitách. V rámci své práce nebudu mezi fanoušky zahrnovat lidi, kteří jsou pouze konzumenty, a i když se jim daný mediální produkt třeba líbí, nijak se nezapojují do komunity a nepodílejí se na žádných fanouškovských aktivitách. Podle Andrey MacDonaldové jsou fanoušci lidé, kteří přiřkládají mediálním textům, ikonám a hvězdám nebo sportovním týmům větší význam než ostatní lidé. Používají intertextuální narážky, jako předchozí příběhové linky a jejich porozumění světu, aby konstruovali smysl jejich oblíbeného textu. Fanoušci prožívají mediální text více než jiné typy publika. Texty jim poskytují ohnisko, skrz něhož se mohou identifikovat s komunitou, kam náleží. Mohou si z nich přebrat i ideály, názory a hodnoty, u kterých cítí, že texty valorizují.²⁷ V knize *Fractured Fandoms: Contentious Communication in Fan Communities* (2018), ve které je použito mnoho příběhů lidí, kteří se sami identifikují jako fanoušci, Carrie Lynn D. Reinhardová v rámci svého příspěvku definuje fanouška jako někoho, kdo se opakovaně ztotožňuje s objektem svého zájmu, ať už se jedná o celebrity, sport, televizní show, film, hru a další. Forma objektu zde není až tak důležitá, důležitý je akt opětovného se vracení k tomuto objektu, což demonstruje kognitivní či citovou potřebu, která překračuje potřeby člověka, který je klasifikován jen jako příjemce. Být fanouškem v sobě snoubí kognitivní, citové a behaviorální záměry a orientaci ke specifické „věci“. A každý člověk je fanouškem něčeho, jelikož fandom je život. Každý z nás něco miluje či zbožňuje, ať už se jedná o jídlo, sport, záležitosti populární kultury, přírodu, cvičení, víru a mnoho a mnoho dalších věcí, na které si lze jen vzpomenout.²⁸

²⁷ MACDONALD Andrea, „Uncertain Utopia: Science fiction and media fando mand komputer mediated communication“, v knize „Theorizing Fandom: Fan, subculture and identity, HARRIS Cheryl, ALEXANDER Alison, Creskill, NJ: Hampton Press, 1998, str. 135-136

²⁸ REINHARD, C. D. *Fractured fandoms: Contentious communication in fan communities*. Lanham, MD: Lexington Books. 2018

2.7 Společenské a mediální stereotypy kolující o popkulturních fanoušcích

Zde bych chtěla uvést některé z rozšířených stereotypů zobrazování mediálních fanoušků v nejrůznějších mediálních produktech a rovněž uvést některé ze známých příkladů. V této podkapitole uvedu příklady několika stereotypních zobrazení fanoušků a to na příkladu seriálů *Simpsonovi*, *Teorie Velké Třesku* a filmu *Fanboys*.

Společenský obraz fanoušků se od doby vzniku prvních moderních fandomů proměnil. V dnešní době se stále více dostává kultura fandomů do mainstreamu a to jak v rámci povědomí společnosti, tak i co se zobrazování v médiích týče.

Jedním z velmi rozšířených stereotypů o fanoušcích je ten, že fanoušci nerozeznají fikci od reality. Jedním z pořadů, který tento stereotyp proslavil, byl sketch *Saturday Night Live* s Williamem Shatnerem (představitel kapitána Kirka ze *Star Treku*) „*Get a life*“, který fanoušky *Star Treku* prezentoval jako nerdy²⁹, kteří nerozeznají realitu od svého oblíbeného pořadu. Tento obraz záhy pronikl do popkultury, kde se značně vžil. I dnes se stále často v rámci popkultury objevuje, například v seriálu *Teorie velkého třesku* (*The Big Bang Theory* 2007-2019), kde jsou tyto postavy přímo ústředními hrdiny. Další domněnky, které často v rámci většinové společnosti o mediálních fanoušcích kolují, jsou například, že fanoušci věnují velké množství času získáváním informací, které jsou „bezenné“, ke své oblíbené mediální franšíze přistupují iracionálně a jsou to emocionálně a intelektuálně nezralí lidé, kteří nejsou schopni dodržovat „řádné“ (proper) hranice a neschopni navázat zdravé vztahy, na úkor krmení své fanouškovské „obsese“.³⁰

Jedním z populárních stereotypních zobrazení fanouška v popkultuře je například postava Komiksáka (*Comic Book Guy*) ze seriálu *Simpsonovi* (*The Simpsons 1989-současnost*). Ten v sobě nese většinu stereotypů, které o fanoušcích ve společnosti kolují. Jedná se o muže ve středním věku, který je velmi nejistý ve společnosti žen, sarkastický, obsesivní, inteligentní a velmi protektivní vůči své osobní sbírce. Navštěvuje také různé cony. Je typickým zobrazením fanoušků komiksů. V rámci seriálu vede obchod (*The Android's Dungeon*) s komiksy, hračkami a různým merchandise³¹. V epizodách, kde hraje roli Komiksákovu fanouškovství, je často chování fanoušků patologizováno. Je však důležité podotknout, že seriál se do jisté míry zakládá právě na stereotypech a postava Komiksáka není jediná, která je

²⁹Nerd- z angličtiny: Člověk, který je extrémně ponořený do jednoho subjektu a spoustu o dané problematice ví. Často také není příliš atraktivní a je sociálně neohrabaný.

³⁰ WILLIAMS, J. P. *Subculturaltheory: Traditions and concepts*. Cambridge: Polity, 2013, kapitola 9.

³¹Merchandise (také zkráceně „merch“)- zboží určené pro fanouškovskou základnu, stylizované do objektu fandomu. Často se jedná například o oblečení, hračky a dekorace.

na nich založená. Brát ho jako reprezentaci typického fanouška by bylo značně problematické. V rámci publika seriálu je však tato postava poměrně oblíbená.³²

Dalším příkladem stereotypního zobrazení fanouška v médiích je seriál *Teorie Velkého Třesku* (*The Big Bang Theory* 2007-2019), kde je hlavními představiteli skupinka fanoušků. Zde se fanouškovské stereotypy objevují nejvíce v prvních sériích, prostupují však celým seriálem. Ústředními představiteli jsou Sheldon Cooper, Leonard Hofstadter, Rajesh Koothrappali a Howard Wolowitz. Ti jsou geniálními vědci, čtou komiksy, sledují sci-fi a fantasy filmy a seriály, hrají videohry a stolní hry, sbírají nejrůznější merchandise. Převlékají se do kostýmů a navštěvují různé cony, mají velké znalosti o popkulturních mediálních franšizách a navštěvují místní obchod s komiksy. Také jsou si velmi nejistí ve společnosti žen a zejména v prvních sériích se jim příliš nedaří navazovat s nimi kontakty. K jejich charakterizaci by se opět hodilo také slovo „nerd“. Ve spojení se seriálem se rovněž objevuje pojem „hyperfan“. Až extrémním případem fanouška je zde vykreslena postava Sheldona Coopera, který je sociálně velmi neohrabaný. Příliš nezvládá mezilidský kontakt s mainstreamovou společností, nechápe ironii a často i vtipy a radši by trávil čas o samotě se svými oblíbenými mediálními franšizami, než-li v reálném světě. Jeho extrémnímu fanouškovskému chování se vysmívají i ostatní postavy v seriálu. Jeho protiklad tvoří pak Sheldonův spolubydlící Leonard Hofstadter, který je v seriálu zobrazován jako společensky přijatelná verze mediálního fanouška. Přestože sdílí se Sheldonem některé společné charakteristiky (rovněž je fanouškem), rozdílem je to, že Leonard dokáže své fanouškovství „disciplinovat“. Sheldonovo extrémní chování hyperfana upozaduje fakt, že Leonard je také fanouškem, ale v jeho případě je fanouškovské chování více normalizováno, což funguje jako usměrňovací mechanismus. Vytváří tak pozitivní příklad fanouška, zatímco Sheldon je vykreslen jako ten spíše negativní.

Ačkoliv se v seriálu ale objevuje spousta klišé a je do značné míry založen na stereotypech, podle Henryho Jenkinse (v rámci knihy *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*) jsou diváci také povzbuzováni, aby se na svět dívali z perspektivy fanoušků, kteří si cení svého přátelství, svých vědomostí a vykreslují je v komplexnějším světle, než jen stereotypech, na kterých jsou postavy založeny. *Teorie Velkého Třesku* je určena jak publiku fanouškovskému tak mainstreamovému.

³² BENNETT, L., & Booth, P. Seeingfans: Representationsoffandom in media and popularculture. New York: BloomsburyAcademican imprintofBloomsburyPublishing. 2018

Obraz hyperfana se pak dále projevuje například také ve filmu *Fanboys*, režiséra Kyla Newmana. Tento film lze číst jako fanouškovský tak i anti-fanouškovský text. Děj se točí kolem skupiny fanoušků *Star Wars*, kteří se vydávají na výpravu, jejímž cílem je Skywalkerův Ranch George Lucase, kde chtějí shlédnout *Epizodu 1: Skrytá Hrozba* ještě před jejím vydáním. Reprezentace hyperfana je tu použita několikrát. Jedna z těchto reprezentací je jiná skupina fanoušků a to fanoušků *Star Treku*. Ti jsou zde přímo za účelem zesměšnění. Skupinka *Star Wars* fanoušků se za nimi vypraví do fiktivního místa narození kapitána Kirka ve státě Iowa, kde se pak více typicky „nerdským“ fanouškům vysmívá. Vše skončí rvačkou mezi oběma skupinkami. Přesto, že fanoušci *Star Wars* jsou zde také vykresleni jako typičtí stereotypní fanoušci, z filmu vyplývá „ačkoliv jsou fanoušci *Star Wars* také geekové, alespoň nejsou Trekkies“. I když je tedy chování fanoušků *Star Wars* rovněž silně patologizováno a založeno na stereotypech, zobrazení fanoušků *Star Treku* jde do ještě většího extrému, aby díky tomu ukázalo fanoušky *Star Wars* v lepším a méně patologizovaném světle.



*Fanoušci Star Treku na fiktivním místě narození kapitána Krika v Iowě ve filmu Fanboys.*³³

Dalším příkladem hyperfana je pak jeden ze skupiny *Star Wars* fanoušků. Hutch je zobrazen jako standardní patologický obraz fanouška, který žije v garáži svých rodičů, je obtloustlý a je posedlý každým detailem *Star Wars* fanšizy, které prokazuje až obsesivní lásku.³⁴

³³ *Fanboys* (DVD) Režie: Kyle Newman. USA: Trigger Street Productions, 2009

³⁴ BOOTH P. *Playingfans: Negotiating fandom and media in the digital age*. Iowa City: University of Iowa Press. 2015

Metodologie

V této části práce se budu zabývat metodikou, kterou jsem pro svůj výzkum zvolila. Jedná se o kvalitativní obsahovou analýzu, jelikož se k mému zkoumanému materiálu hodí nejlépe. V rámci této kapitoly se zaměřím na tento typ výzkumu a postupně jej rozeberu.

2.8 Kvalitativní analýza

V rámci mé práce jsem se rozhodla pro použití kvalitativní analýzy, jelikož se více hodí k cíli a povaze mého výzkumu.

Kvalitativní a kvantitativní analýza vycházejí z odlišných filosofických základů. Kvantitativní analýza je zakotvena v neopozitivismu. Kvalitativní postupy vycházejí z fenomenologie. Ta naproti neopozitivismu zdůrazňuje subjektivní aspekty jednání lidí. U kvantitativního postupu jde především o vysvětlení jevu, kdežto cílem kvalitativního postupu je porozumění smyslu.

Kvalitativní analýza se soustředí na slova a jejich významy, pracuje s menším počtem dat (či si vybírá malé skupiny lidí) a používá veštvování se. Kvalitativní výzkumy tudíž připouští existenci více různých realit. Kvalitativní přístup je inspirován společenskými vědami a používají se v rámci něj měkká data.³⁵

K analýze mediálních textů se často užívají hermeneutická analýza nebo kvantitativní obsahová analýza, které se ve svých postupech liší.

Kvantitativní obsahová analýza je vysoce strukturovaný a selektivní proces. Při jeho použití se mediální obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných znaků. Pro kvantitativní obsahovou analýzu je typická vysoká míra strukturovanosti, rovněž podléhá explicitně formulovaným pravidlům. To všechno poskytuje práci vysoký stupeň ověřitelnosti. Tato metoda je na rozdíl od Hermeneutické analýzy vhodná ke zkoumání velkého množství obsahů. Její výsledky je pak možné podrobit i statistické analýze.³⁶

2.9 Kvalitativní obsahová analýza

Postup, který jsem ve své práci zvolila, je kvalitativní obsahová analýza. V této podkapitole, krom jeho charakteristiky, o které již bylo řečeno dosti v předešlých podkapitolách, bych se chtěla rovněž věnovat také postupu, který se v rámci tohoto typu analýzy užívá a více ho přiblížila, pro pochopení, jak bude můj následný výzkum probíhat.

³⁵SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. Str 47-292

³⁶SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN analýzaobsahumediálníchsdělení. Str. 29-30

Dle Helmuta Scherera je kvalitativní obsahová analýza „*kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek.*“.³⁷

Podle Glynis Breakwellové má kvalitativní obsahová analýza tendence být spíše subjektivní než explicitní. Klade důraz spíše na význam a interpretaci, než na klasifikaci. Jejím cílem je nalézt příklady k ilustraci problému, na jejichž základě je možné poté interpretovat významy.³⁸

Z filosofického hlediska se kvalitativní obsahová analýza nejvíce opírá o hermeneutiku. Kvalitativní obsahová analýza nemá nikdy pevně daný postup. Každý jednotlivý výzkum v rámci kvalitativní obsahové analýzy by však měl mít předem stanovené kroky analýzy. Dalším specifikem tohoto typu analýzy je, že výzkum není nikdy uzavřen jak pro badatele tak i pro čtenáře - badatel může svůj výzkum uchopit v jiném kontextu a čtenáře vede zase systematickostí kroků v rámci analýzy k pluralitě vysvětlení a to třeba na úrovni nové reinterpretace. Nesmíme zapomínat také na důležitou část interpretace, a to zachování intersubjektivnosti postupu, a to kvůli možnosti zpětné kontroly analýzy, což zvyšuje reliabilitu výzkumu. V rámci kvalitativní obsahové analýzy bychom se měli řídit předem danými pravidly, vycházet z vybrané teorie a vyvodit zpětné závěry z konkrétních aspektů komunikace. Velký důraz by se měl také klást na tvorbu otázek, které by měly korespondovat s teoreticky podloženými předpoklady výzkumu.³⁹

V rámci první části výzkumu se badatel věnuje tématu tvorby kategorií, výběru materiálu podle kritéria selekce, analýze vzniku situace, formální charakteristice materiálu, určení směru analýzy podle kladených otázek a teoretickému zdůvodnění položených otázek. V rámci mé práce budu čerpat z mediálních webů a to konkrétně aktuálně.cz, novinky.cz a blesk.cz a to v letech 2017- 2020. Směr mé analýzy bude určovat, zda se daná média vyjadřují o mediálních fanoušcích spíše pozitivně či negativně.

³⁷SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN analýza obsahu mediálních sdělení. Str. 29-30

³⁸BREAKWELL, Glynis M. Research methods in psychology. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2006, xxiii, str. 293

³⁹GULOVÁ, Lenka a Radim ŠÍP, ed. Výzkumné metody v pedagogické praxi. Praha: Grada, 2013. Pedagogika (Grada). Str. 141-142

Texty budu vyhledávat na základně pojmů „film“, „seriál“ v kombinaci se slovem „fanoušek“, pak slova „popkultura“, „con“, „cosplay“ a několik velkých fandomů a to „Marvel“, „DC“, „Star Wars“, „Star Trek“ a „Harry Potter“.

Dalším krokem je poté stanovení průběhového modelu analýzy. Ten charakterizuje rozložení analýzy do jednotlivých interpretačních kroků a dochází zde rovněž k vydefinování jednotek této analýzy. Ty se dělí na kódovací, kontextové a vyhodnocovací. Kódovací je označení pro jednotky s minimem textu. Kontextové jsou zase nejdelší části textu. Vyhodnocovací jednotky jsou pak ty, které určují pořadí textu pro vyhodnocení.

Poté dochází k základním formám interpretace. Ty jsou zastoupeny jako shrnutí či srovnání, explikací a strukturací. Shrnutí má za cíl zmenšit množství textu při zachování jeho základního obsahu (využívají se zde i postupy a parafrázování). Úkolem explikace je přidat doplňující materiál k nejasným nebo sporným částem zkoumaného textu, aby bylo možné jim správně porozumět (v rámci explikace se užívá úzká a široká kontextová analýza). Jejím výsledkem je pak tvorba alternativních nebo explicitních parafrází textu a její přezkoušení na sporných či nejasných místech zkoumaného textu. Strukturace pak vyhodnocuje zkoumaný materiál podle určených kritérií (strukturace může být např. formální, obsahová, typizující a stupnicová). V rámci kvalitativní obsahové analýzy je tato technika nejdůležitější, jelikož v ní vzniká ze zkoumaného materiálu struktura, ve které definujeme kategorie ve formě kódovacích vzorů, a uvádějí se zde nosné příklady spadající pod kategorie. Ve zkoumaném materiálu jsou pak vyhodnocena tzv. naleziště, která jsou podle vyhodnocovacích jednotek poté škálově ohodnocena. Pak zpětně přezkoušíme systém kategorií dle zvolené teorie a položení hlavních otázek. Načež opět dochází k interpretaci výsledků analýzy směrem k hlavním otázkám.⁴⁰ V rámci mé práce se bude jednat o otázky ohledně reprezentace fanoušků v médiích. Hlavní výzkumnou otázkou je zda se ve vybraných médiích píše o fanoušcích pozitivně nebo negativně. Rovněž mě ale bude zajímat i o kterých fandomech se píše nejčastěji a zda jsou autory takových článků spíše muži nebo ženy.

⁴⁰GULOVÁ, Lenka a Radim ŠÍP, ed. Výzkumné metody v pedagogické praxi. Praha: Grada, 2013. Pedagogika (Grada). Str. 141-142

3 Praktická část

3.1 Hlavní výzkumná otázka

Hlavní výzkumnou otázkou mého bádání je, zda vybraná média informují o fanoušcích spíše v pozitivním či v negativním světle. Zda se stále větším začleňováním fanouškovských komunit do mainstreamu změnil také pohled médií na tyto skupiny, či zda o nich stále mluví jako o „oněch“, o „jiných“.

Vzorek pro můj výzkum bude pocházet z mediálních serverů aktuálně.cz, idnes.cz a Seznam zprávy. Do zkoumaného období zahrnu články z let 2017 až 2020. Články budu vybírat na základě slov „film“, „seriál“ v kombinaci se slovem „fanoušek“, pak slova „popkultura“, „con“, „cosplay“ a několik velkých fandomů a to „Marvel“, „DC“, „Star Wars“, „Star Trek“ a „Harry Potter“. Do výzkumu nebudou ale zařazeny všechny články odpovídající některým z klíčových slov, ale pouze ty, které se fanouškům věnují více a lze z nich posoudit v jakém světle jsou vyobrazeni (nebudu se zde tedy zabývat články, které se fanouškům věnují třeba jen v jedné větě).

3.2 Operacionalizace

Články jsem vyhledávala na základě klíčových slov v databázích jednotlivých serverů. Vždy jsem vybrala jedno z klíčových slov a vybrala jsem články z let 2017-2020 věnující se tématům, které mě zajímala. Největší problém byl v tomto ohledu se serverem idnes.cz, kde bohužel nejsou články řazeny chronologicky, proto bylo nutné projít všechny výsledky. To mi ovšem umožnilo najít i některé další informace. U serveru idnes.cz jsem rovněž svůj výběr omezila pouze na rubriku „kultura“, jelikož pod idnes spadá mnoho dalších stránek, což by způsobilo menší přehlednost.

Krom otázky, zda článek o fanoušcích referuje spíše pozitivně nebo negativně, jsem rovněž do své tabulky v programu EXCEL zanesla proměnnou „pohlaví“, u kterého jsem vytvořila celkem tři kódy a to pro muže, ženu a neuvedeno (to se týkalo například článků, které byly převzaty tiskových agentur či byla jako autor uvedena jen některá z redakcí). Další proměnnou byl pak rok, u kterého jsem vytvořila 4 kódy pro roky 2017, 2018, 2019 a 2020. Následovala proměnná, v rámci které jsem určovala, zda se jedná o příklad participační kultury či nikoliv. Zde byly použity pouze dva kódy a to pro „ano“ a „ne“. Do tabulky jsem také zanesla dva další sloupce- v jednom z nich jsem určovala, k čemu se článek vztahuje, zda se jedná o film, seriál či akci. Mnoho článků v sobě kombinovalo několik různých zaměření, jako třeba film a seriál, objevovaly se zde ale i kombinace s hrami či knihami. V druhém sloupci jsem uvedla,

zda se článek vztahuje ke specifické mediální franšíze jako například Star Wars, Marvel, Harry Potter, Game of Thrones, nebo nikoliv. I zde jsem se dočkala kombinací, ovšem v daleko menší míře.

Výsledky mého výzkumu budou zabarvené mým subjektivním pohledem na věc, jelikož sama patřím do fandomu, jak jsem uvedla na úvod. Dbala jsem ovšem na co největší nestrannost při posuzování samotných článků a držela se vytyčeného postupu a kategorií. Články jsem hodnotila na škále „negativní, spíše negativní, spíše pozitivní, pozitivní“, přičemž některé články spadaly i do dvou kategorií, pakliže řešily najednou třeba dvě témata. Pro tuto proměnnou jsem tedy vytvořila celkem čtyři kódy a to pro „negativní“, „spíše negativní“, „spíše pozitivní“ a „pozitivní“. Do skupin článků, které o fanoušcích referují negativně a spíše negativně, jsem zařadila například články, ve kterých se objevovaly, či byly naznačeny, některé ze společenských stereotypů (fanoušci jsou nedospělí, obsesivní či popkultura jakožto kultura nízké úrovně) případně se v nich objevovaly negativní aspekty fanouškovství, jako například toxické chování v těchto skupinách či negativní dopady participační kultury. Naopak jako pozitivní a spíše pozitivní jsem označovala články, kde byli fanoušci líčeni kladně. Fanouškovská kultura zde byla spíše oslavována, případně se v mnoha člancích ukazovalo, že fanouškovská kultura se stále více stává mainstreamem. Dále pak články, které ukazují kladné aspekty participační kultury, jako například různá fanouškovská tvorba nebo podpora svých oblíbených tvůrců. Zde jsou příklady článků a jejich řazení.

„negativní“

KOMENTÁŘ: Autodiváci nebo porotci v ložnici. Lekce z Ameriky

Poprvé za padesátiletou historii se letos ruší tamní Comic-Con, tedy nejmohutnější prezentace filmů a seriálů pro nejvyšší počet fanoušků. V kostýmech i v civilu se jich sjíždělo v posledních ročnících více než sto třicet tisíc.

*Ano, to je ten **bláznivý podnik**, kvůli kterému by **asociální génius** Sheldon Cooper a jeho druhové ze seriálu *Teorie velkého třesku* dokázali navzdory univerzitnímu statutu uznávaných vědců obětovat **jako malí kluci** cokoli na světě, zatímco **jejich drahé polovičky si výmluvně t'ukaly na čelo**.*

*Prostě nadšenecký svátek milovníků komiksů, sci-fi, masových televizních hitů od Simpsonových po Hru o trůny i kultovních bizarností, **o jejichž existenci většina lidstva nemá ani potuchy**.*

...

Že nebude Comic-Con? No tak pro jednu zůstane Sheldon doma, alespoň pomůže s úklidem a za rok si to vynahradí; ostatně San Diego už zveřejnilo příští termín, od 22. do 25. července 2021.⁴¹

Autorka v rámci tohoto článku líčí fanoušky negativně. Využívá zde stereotypy a to ještě v kombinaci se seriálem *Teorie Velkého Třesku*, který sám tyto stereotypy podtrhuje a přiživuje. Staví je do pozice nevyspělých a mainstreamovou společností nepochopitelných. V textu se fanouškům autorka spíše vysmívá.

„spíše negativní“

Glosa: Star Wars nepatří filmařům, ale fanouškům. Disney to chápe, proto je úspěšný

I čtyřicet let po premiéře však Star Wars zůstávají největším fenoménem světové popkultury. Pohltily nakonec i svého otce Lucase, jenž se na začátku nového století pokusil vrátit s trojicí filmů, jež však velká část fanoušků odmítla. Měly sice komerční úspěch, ale diváci autora zasypali nenávislnými zprávami, že novými snímky "zničil jejich dětství". Režisér se cítil zneuznaný a zrazený.

...

Filmy ze světa Star Wars dnes nemohou nic měnit, nemohou být odvážné, nemohou otevírat nové dimenze. Fanoušci tu svou, v níž chtějí trávit čas, už totiž našli.

6. května se bude i v Česku odehrávat den Star Wars, kdy ti největší fanoušci vyjdou do ulic v kostýmech svých oblíbenců. Ukazuje se, jak velkou událostí pro ně Hvězdné války jsou, a nijak je nesnižuje ani nová doba, kdy Disney vyprodukuje minimálně jeden nový díl ročně. Autoři přitom nemají mnoho prostoru pro originalitu, scenáristé například dostali zákaz věnovat se motivům z nepopulární nové trilogie.

Star Wars se tím na jednu stranu ochuzují o vlastní plnohodnotnost, na druhou však stále zasahují do mnoha životů. Jednotlivé filmy tak sice mohou působit poněkud strnule, kult Star Wars ale i díky tomu zůstává živý.⁴²

⁴¹https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/komentar-drive-in-kina-superstar-comic-con.A200421_544207_filmvideo_spm

Tento článek ukazuje jeden z negativních vlivů participační kultury, kdy mohou fanoušci samotné dílo negativně ovlivnit svou aktivitou. Fanoušci zde formují další pokračování mediální franšizy, které však podle autora už ale nemůže být kreativní a odvážné a tak zůstává místo toho strnulé a nerozvíjí se, aby některá ze změn náhodou nepohněvala fanoušky. Naproti tomu ale také ukazuje, že fanouškovský kult, který vznikl již před víc jak čtyřiceti lety, nadále funguje a stále je živý. Rovněž jsou zde zmíněny i pozitivní aspekty participační kultury, i když v menší míře nežli ty negativní (cosplay).

„Spíše pozitivní“

Ceny Oscar vzdorují současnosti. Nominace odhalují trvající nenávisť akademiků vůči popkultuře

Čtrnáct nominací pro muzikál La La Land dokazuje, že ceny Oscar se odmítají vzdát minulosti. Utíkají před hlasitou popkulturou a přijímají jen tu, která se vzdává obvyklých atrakcí – jako sci-fi Příchozí.

Pokud je na letošních oscarových nominacích něco překvapivého, tak jak málo překvapivé jsou. Většina prognóz přitom věřila, že akademici tentokrát předvedou větší vstřícnost vůči popkultuře a využijí úspěšných a chválených snímků Deadpool a Příchozí, aby si napravili reputaci ultrakonzervativních sucharů oproštěných od reality amerického kina.

Akademie v důsledku vlny kritiky z loňského roku dokonce přijala pětistovku nových členů, aby reagovala na trvající nepoměr, kdy velkou většinu instituce tvoří starí bílí muži.

...

Trendy ale mezitím už dávno nabraly jiný kurs. Splněný sen akademiků, jímž by byla podobně vytríbená velkolepá melodramata, se nekoná: Titanic byl labutí písní klasického Hollywoodu, ne jeho znovuoživením. Přes značnou snahu (PearlHarbor, 2001) se nepodařilo na něj navázat.

Producenti po desetiletí pokusů a omylů našli jinou zlatou žílu – kulturu fanoušků, kterou posunuli z okraje společnosti do jejího středu. Akademie zprvu reagovala relativně příznivě,

⁴²Glosa: Star Wars nepatří filmařům, ale fanouškům. Disney to chápe, proto je úspěšný - Aktuálně.cz. Magazín - Aktuálně.cz [online]. Copyright © [cit. 23.03.2021]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kultura/star-wars-nepatri-filmarum-ale-fanouskum-disney-to-chape-pro/r~2719888430bc11e7afda0025900fea04/>

což potvrzuje jedenáct Oscarů pro Pána prstenů: Návrat krále v roce 2004. Že však nešlo o stejně hladký proces jako u Titaniku, odhaluje fakt, že se tohoto ocenění dočkal až třetí díl konzistentně kvalitní trilogie.

Ani tolkienovská sága však nestanovila trvanlivé trendy a od rozmáchnuté požívačného manýrismu Petera Jacksona se Hollywood posunul k zběsilé MTV stylizaci komiksových Marvelovek, Zacka Snydera a Disneyho. A tady už se akademici zatvrdili a doposud neustoupili ani o krok. Takové filmy oceňovat nechtějí.

Co tedy upřednostňují? Nejčastěji méně navštěvované, ale stále mainstreamové snímky, které se věnují kouzlu samotné kinematografie. Ať už svou formou, nebo dokonce přímo dějem. Oslavují historii a dovolují uniknout před současnou popkulturou.

...

La La Land a jeho několik jistě proměněných nominací ale vyšlou signál: akademici stále nejsou připraveni přijmout současnou popkulturu, považují ji za nedůstojnou ocenění. Když už nemohou vznikat filmy jako Titanic, budou si po nich alespoň stýskat. Pár nominací získá sci-fi Příchozí, jistě i proto, že se vzdává běžných žánrových atrakcí, tím však smířlivost končí.

V tomto textu se autor zabývá nominacemi na ceny Akademie roku 2017. Akademici dle něj nechtějí oceňovat popkulturní snímky, ale ty které před ni utíkají a vzdávají se atrakcí. Z pohledu akademiků jsou filmy tvořené pro fanoušky méně hodnotné a i přes svůj úspěch v kinech, kladné recenze i nadšení diváků, si stejně nezaslouží cenu vyhrát. Autor se v textu ale více přiklání na stranu fanoušků, porotu vnímá spíše jako zpátečnickou, konzervativní a odtrženou od reality amerických kin, která lpí na starých pořádcích. Ve svém textu naléhá na nutnost změny, v tomto ohledu.

„Pozitivní“

Hra o trůny, Batman i Thor. Svátek fantasy světa a komiksů přilákal přes sto tisíc lidí

V San Diegu o víkendu proběhl každoroční Comic Con. Multižánrová akce sdružující fanoušky komiksů, sběratelských her, fantasy filmů či seriálů a cosplayů přilákala znovu více než sto tisíc lidí.

Comic Con v San Diegu je největší akcí svého druhu. I letos se na čtyřdenní události sešlo přes sto tisíc fanoušků, aby nadšeně objevovali novinky v jejich oblíbeném světě.

Znamé seriály představily trailery na nové série.

...

Návštěvníci ComicConu se navíc mohli vyfotit s některými ze svých oblíbených hrdinů. Na autogramiádě se objevili představitelé Lady Brienne, Theona Greyjoye či Sansy a Brana Starkových.

...

Většina návštěvníků ComicConu dorazila v převlecích či maskách. Nechyběly ani kompletní cosplaye, tedy kostýmy známých postav. K vidění byli Batman a Robin, Darth Maul či Nicholsonův Joker. Stále se rozrůstající cosplayerská komunita má svůj základ v Asii, především kvůli vlivu japonských animovaných filmů, tzv. anime.

Komunita cosplayerů se rozvíjí také v České republice. Mezi nejznámější osoby patří Alžběta Trojanová nebo GrumpyCait.

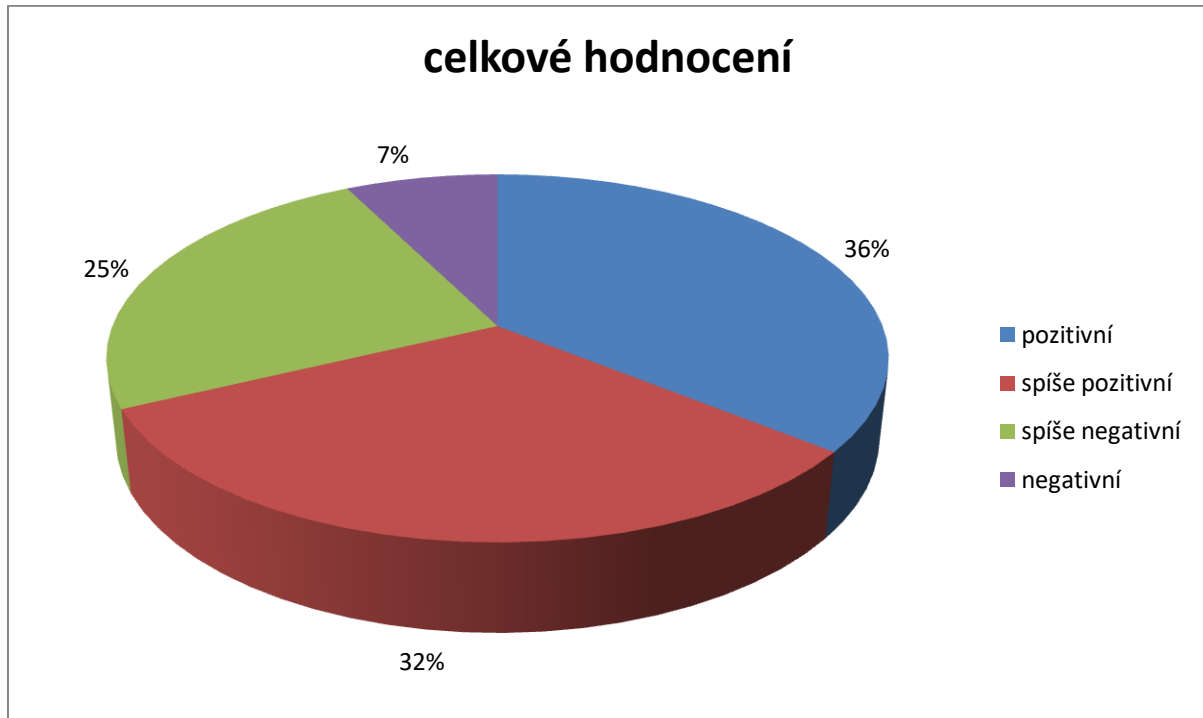
Stejně jako v článku v příkladu negativního zobrazení, tak i v příkladu pozitivního jsem zvolila článek s podobným tématem- rovněž se v něm autor zabývá ComicConem v San Diegu (v tomto případě jde však o ročník 2017). Autor zde o fanoušcích referuje pozitivně, popisuje o čem akce je a co je na ni možné zažít. Přitom nepoužívá žádné stereotypy, ale fanouškovství spíše oslavuje. V porovnání s textem, který jsem zahrнула mezi negativní, se fanouškům autor nevysmívá, naopak se lidem, kteří s fanouškovskými aktivitami nejsou obeznámeni, snaží podobné akce a jejich účastníky více přiblížit. Rovněž je v něm zahrnuta také participační kultura, a to zejména skrz cosplay. Tuto fanouškovskou aktivitu zde nejenom zmiňuje, ale i představuje a přibližuje čtenářům, a to i s odkazem na českou komunitu.

3.3 Výsledky a interpretace dat

3.3.1 Pozitivní a negativní reprezentace

Hlavní výzkumnou otázkou bylo, zda je reprezentace fanoušků v médiích pozitivní či negativní. Graf ukazuje podíl článků, které byly zařazeny jako pozitivní, spíše pozitivní, spíše negativní a negativní

Graf 1. Celkové hodnocení článků

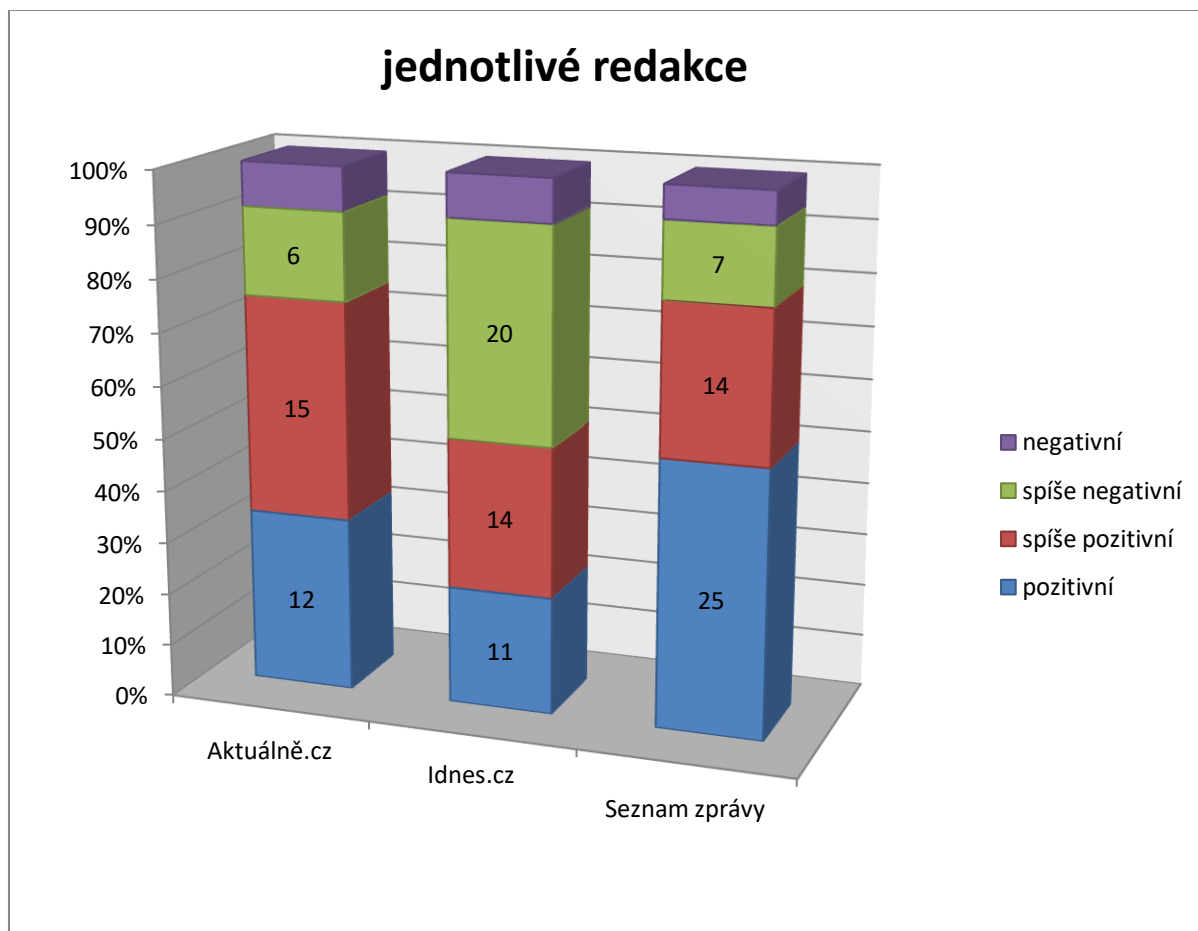


Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu je jasně patrné, že nejvíce článků bylo vyhodnoceno jako pozitivní a spíše pozitivní. A to dohromady 68% z celkového počtu. Článků hodnocených jako spíše negativní bylo 25% a nejméně bylo článků vyhodnocených jako negativní a to 7%, dohromady bylo tedy negativních a spíše negativních článků 32% z celkového počtu. Vybraná média v rámci zkoumaných vzorků tedy o fanoušcích píše spíše pozitivně.

Graf ukazující podíl pozitivních a negativních článků v rámci jednotlivých redakcí z celkového počtu zkoumaných vzorků

Graf 2. Hodnocení článků podle redakcí



Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud jde o jednotlivé redakce nejvíce pozitivních článků vyšlo na Seznam zprávách a to konkrétně 25 pozitivních a 14 spíše pozitivních, dohromady 39. Následuje Aktuálně.cz kde bylo spíše pozitivní a pozitivní dohromady 27 článků. Nejméně pozitivních článků pak vyšlo na Idnes.cz, kde bylo pozitivních a spíše pozitivních dohromady 25.

Nejvíce pozitivních a spíše pozitivních článků tedy vyšlo na Seznam zprávách. Články na Seznam zprávách mi přišly psané více pro mladé lidi a celkově méně konzervativní. Mnoho článků se věnovalo fanouškovské tvorbě a blíže představovaly například cosplay a nebo třeba i „nezvyklé“ fandomy jako fanoušky *My LittlePonny* (Bronnies), které v minestreamu nejsou známé tolik, jako velké „tradičtější“ fandomy. Rovněž většina autorů zkoumaných článků na

Seznam zprávách, byli spíše mladí lidé, lze tedy předpokládat, že v prostředí popkulturních fenoménů a fandomů se pohybují více než starší autoři ze starší generace.

Z pohledu reprezentace fanoušků v médiích mi přišlo velmi zajímavé porovnání dvou článků s totožným tématem - a to prvního českého Comicconu, který se konal v únoru 2020 v Praze. Jak Seznam zprávy tak i Aktuálně.cz z akce vytvořily reportáž, každý autor však svůj článek a pohled na akci pojal jinak. Oba autoři se na Comicconu rovněž soustředili na něco jiného. Zatímco článek Aktuálně.cz se zaměřil spíše na celebrity, které byly hosty akce, Seznam se rozhodl soustředit na samotné fanoušky, a to zejména ty, věnující se cosplayi. Součástí článku bylo rovněž video s rozhovory některých účastníků.

Seznam Zprávy

A v důchodu ze mě bude Brumbál! Vstupte do světa dospělých lidí v maskách

Neznám všechny postavy ze Star Wars ani z Harryho Pottera či Zaklínače, přesto nedokážu mýjet fakt, že obliba ke světu fantasy a sci-fi rozhodně není pro Čechy jen okrajovou záležitostí. Vydala jsem se proto na největší popkulturní oslavu této komunity.

Zajímalo mě, kdo jsou lidé, kteří se bez ostychu oblékají do kostýmu oblíbené postavy z filmu, knížky či počítačové hry a nechávají se unášet atmosférou smyšlených světů. Zajímalo mě, co je vede k pravidelnému útěku do fantazie.

Strávila jsem mezi nimi den, v civilním oblečení. Přesto jsem si k nim našla cestu, byť někteří měli na hlavách masky a sotva jsem dešifrovala, jak ve skutečnosti vypadají.

Zjistila jsem o nich, že rádi žijí v jiných světech. Rozmanitá pravidla a charaktery fantasy a sci-fi jim dávají možnost zažít to, co jim reálný svět nenabízí. Někteří se schovávají za masky oblíbených hrdinů, které jim umožňují ztratit se ve víru svých i cizích představ.

Stejně jako jsou fantastické říše nekonečně rozmanité, existuje i nespočet důvodů, proč se k takové zálibě lidé uchylují a co v ní hledají. Kladu si proto otázku, do jaké míry je tenhle velký imaginární svět pro jeho fanoušky spojující.⁴³

⁴³A v důchodu ze mě bude Brumbál! Vstupte do světa dospělých lidí v maskách - Seznam Zprávy. [online]. Copyright © 1996 [cit. 25.03.2021]. Dostupné z: https://www.seznamzpravy.cz/clanek/a-v-duchodu-ze-me-bude-brumbal-vstupte-do-sveta-dospelych-v-maskach-89522#utm_content=obsahovky&utm_medium=result&utm_source=search.seznam.cz&utm_term=star+wars

Hřib jako Jedi a Slovák, který hrál Nočního krále. V Praze proběhl první Comic-Con

V Praze se konal o druhém únorovém víkendu první festival popkultury Comic-Con. Podařilo se ho uspořádat po několika neúspěších, ve světě má však dlouhou tradici. Libeňské O2 Universum na tři dny zaplnily kostýmy z fiktivních světů, ale hlavně hvězdy sci-fi a fantasy průmyslu jako Danny John-Jules ze seriálu Červený trpaslík nebo Vladimír Furdík, známý jako Noční král ze Hry o trůny.

Jindy uhlažený prostor O2 Universa působil v páteční podvečer chaoticky a zmateně. V přednáškových sálech podsvícených modrými neony se motaly nesourodé davy lidí: fantasy "nerdi", kteří neměli kostým, protože v černém plášti po kotníky a s dlouhým culíkem chodí celoročně, drobné dívky s vlasy odbarvenými na modro a rohy na hlavě i ženy, které se po vzoru komiksových hrdinek proměňovaly jen v body s obrovským výstřihem a v kozačkách.

Na Comic-Con dorazilo také dost dětí, třeba chlapečci v roztomilých skřítkovských kápích, ale také pubescentky stylizované do lesních stvoření s výrazně podmalovanými očima.

Lidé se sem ale přišli hlavně setkat se spisovateli a hvězdami, které obdivují. Jednou z nich byl i herec Danny John-Jules známý jako Kocour ze seriálu Červený trpaslík. Na otázku, jak to že vypadá už 30 let stejně, odpověděl bez váhání. "Crack. Samozřejmě pro medicínské účely."

...

*V budově O2 Universa byla ale i klidná zákoutí. Člověk jako by se najednou ocitl téměř v akademickém prostředí, kde pro úzké publikum přednášeli odborníci na čtvrtou epizodu Star Wars, cestování časem či vlkodlaky.*⁴⁴*

**V ukázce jsem vybrala pouze části věnované fanouškům. V dalších částech článku se autorka věnuje spíše jen zahraničním hostům, které zde ve zkratce představuje.*

V prvním příkladu se autorka Šárka Kabátová věnuje kostýmovaným návštěvníkům. Zajímá ji, jak se ke cosplayi a obecně sci-fi a fantasy dostali, co pro ně tento koníček znamená a proč si

⁴⁴Hřib jako Jedi a Slovák, který hrál Nočního krále. V Praze proběhl první Comic-Con - Aktuálně.cz. Magazín - Aktuálně.cz [online]. Copyright © [cit. 25.03.2021]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/hrib-jako-jedi-a-slovak-ktery-hral-nocniho-krale-vpraze-prob/r~307e71644b5811ea8776ac1f6b220ee8/>

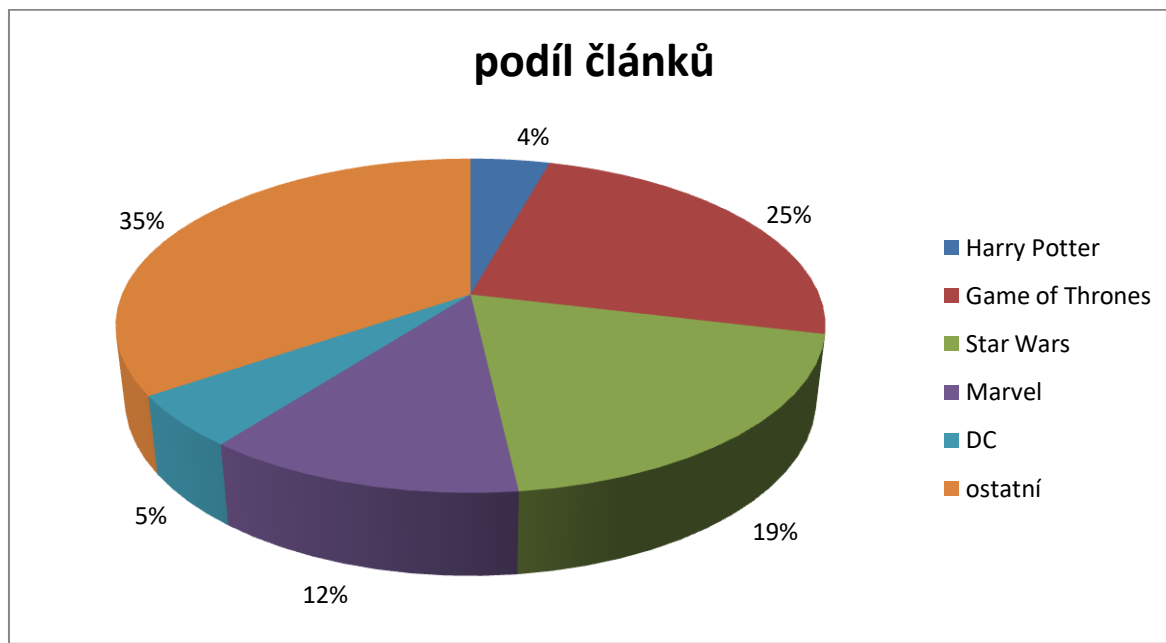
jej vybrali. Autorka hned na začátku prohlašuje, že nepatří do žádných z těchto fanouškovských komunit, přesto si i ona všimla, že v Česku se již nejedná o okrajovou záležitost. V rámci svých rozhovorů s účastníky Comicconu se snaží lidem fanoušky a tento koníček přiblížit. Nepoužívá u toho přitom žádné stereotypy, které o fanoušcích kolují, ani se ničemu v žádné části nevysmívá. Většinou nechává mluvit samotné fanoušky. Tento článek, spolu s připojeným videem, vnímám jako velmi zdařilý, pozitivně reprezentující fanouškovské komunity příslušníkovi mainstreamu.

Naproti tomu, druhý článek je pojat více jako klasická reportáž. Autorka Clara Zangová v něm shrnuje dění na Comicconu, hlavně se zde ale věnuje zahraničním hostům. Ty ve zkratce představí a přidá některá zajímavá vyjádření. Co se ovšem fanouškovské reprezentace týče, hodnotím tento článek negativně. Přesto, že lze text brát s určitou nadsázkou, stále jsou v něm fanoušci, zejména pak ti kostýmovaní, označováni jako „podivíni“. Například je zde naznačeno, že fanoušci nosí části svých kostýmů celoročně, což se rozhodně neblíží realitě. Rovněž je zde cítit negativní podtón ze zmínky ohledně fanouškovských přednášek *“ Člověk jako by se najednou ocitl téměř v akademickém prostředí, kde pro úzké publikum přednášeli odborníci na čtvrtou epizodu Star Wars, cestování časem či vlkodlaky. “* Tato část vyznívá téměř posměšně, a znovu ukazuje na jeden ze stereotypů, kdy fanoušci přikládají až přílišný význam „nepotřebným“ informacím. Na rozdíl od předchozího článku Šárky Kabátové, zde není žádný rozhovor či vyjádření některého z návštěvníků, pouze hostů. Na druhou stranu, jako reportáž z Comic conu působí článek o něco lépe. Autorka zde provádí po komplexu a dostaneme se tak do velkých sálů, kde probíhaly besedy s největšími hvězdnými hosty, ale i třeba do Artistalley, která je určena nezávislým umělcům, kteří zde prodávají návštěvníkům svá díla, v drtivé většině s tematikou sci-fi či fantasy případně přímo fanouškovskou tvorbu (fanarty). Tento článek však stále hodnotím jakožto negativní zobrazení fanouškovské komunity.

3.3.2 Mediální franšízy

Graf znázorňující podíl článků věnující se konkrétní mediální franšíze a jejím fanouškům ve zkoumaném vzorku (do „ostatní“ byly zahrnuty franšízy, které se objevily jen ve velmi malém počtu)

Graf 3. Podíl článků podle jednotlivých mediálních franšíz



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak je z grafu patrné, největší zastoupení zde měly články, které se zaměřovaly na fantasy seriál *Hra o trůny* (*Game of Thrones*, 2011-2019). V letech 2017-2020 byly odvysílány tři řady seriálu, přičemž v roce 2019 byla odvysílána jeho poslední řada. Druhou nejčastěji psanou franšízou jsou pak *Star Wars*. V rámci této mediální franšízy vznikly od roku 2017-2020 tři celovečerní filmy, právě těch se také týkala i velká část článků. V roce 2019 měl premiéru poslední film tzv. „Skywalkerovské ságy“, který završil sérii devíti celovečerních filmů. Třetí franšízou je Marvel. Studio Marvel se stalo hlavně v posledních letech jedním z největších popkulturních fenoménů a dnes je nejrychleji rostoucí franšízou ve filmovém průmyslu. V letech 2017-2020 vzniklo v rámci Marvel Cinematic Universe devět celovečerních filmů, přičemž v roce 2019 byla zakončena tzv. „třetí fáze“ a to filmem *Avengers Endgame*, který se stal druhým nejvýdělečnějším filmem. Čtvrtou nejpsanější franšízou je pak DC, komiksová konkurence Marvelu. V letech 2017-2020 vzniklo v rámci DC extended universe šest celovečerních filmů. Poslední franšízou je pak *Harry Potter* (oficiální název franšízy je *Wizarding World*). V rámci ní vyšel mezi lety 2017-2020 pouze

jediný film. V rámci ostatních franšíz se objevovaly články o světě *Pána prstenů* (oficiálním názvem franšízy je Middle Earth „Středozem“), *Star Trek*, *Witcher (Zaklínač)* nebo i *My Little Pony*.

Hra o Trůny (Game of Thrones) a Star Wars

Velkou popularitu jsem zaznamenala u fantasy seriálu *Hra o trůny (Game of Thrones 2011-2019)* z produkce HBO, který jsem ani nezahrnovala jako jedno z klíčových slov. Tomuto fandumu bylo dohromady věnováno nejvíce článků a to konkrétně 25% z celkového počtu. Články o seriálu se objevovaly nejvíce s premiérami nových sérií ale i mimo ně.

Zajímavá byla situace ohledně poslední série a samotné vyvrcholení *Hry o trůny*. To bylo totiž mezi fanoušky seriálu velmi kontroverzní a většinou bylo přijato spíše negativně. Fanoušci usilovali o přetočení dílů, sepisovali petice o zrušení osmé série. O těchto reakcích informovala všechna zkoumaná média a to konkrétně dohromady v jedenácti různých článcích. Tento trend mi přišel zajímavý v porovnání s fanouškovskými reakcemi na kontroverzní nové díly *Star Wars* tzv. sequelovou trilogii, a to zvláště pak filmy s podtitulem *Poslední z Jediů (The Last Jedi, 2017)* a *Vzestup Skywalkera (The Rise of the Skywalker, 2019)*. Oba filmy se ze strany fanoušků na internetu setkávaly s bouřlivými reakcemi a i zde fanoušci sepisovali petice, ve kterých usilovali o přetočení či vyřazení z aktuálního kánonu. Oba filmy budí značné kontroverze a dohady dodnes a velkou částí fanoušků zůstávají nepřijaty. Zkoumaná média se však tomuto tématu věnovala jen velmi okrajově. A to konkrétně pouze Seznam zprávy v rámci tří článků (zde je zajímavé, že z jedenácti článků zabývajících se nepřijetím finále *Hry o trůny* fanoušky, patří Seznam zprávám pouze jeden.). Důvod toho, proč je nespokojených fanoušků *Hry o trůny* více než fanoušků *Star Wars* mi nepodařilo zjistit.

Star Wars fandom je jeden z nejstarších a největších na světě, i *Star Wars* samo o sobě je jeden z největších popkulturních fenoménů a nejznámějších mediálních franšíz. Má v popkultuře své pevné místo a ovlivnilo, a stále ovlivňuje, nespočet dalších děl. Nelze tedy říct, že by fanoušci *Star Wars* a jejich reakce nebyly vidět. Poslední film „skywalkerovské“ ságy *Vzestup Skywalkera (The Rise of the Skywalker, 2019)* vydělal v kině nejméně v porovnání s dvěma předchozími epizodami. V porovnání s fandmem *Star Wars*, je ten *Hry o trůny* poměrně nový, knihy podle kterých byl seriál natočen, vznikly sice již v devadesátých letech, masivního růstu se však fandom dočkal až po roce 2011, kdy vznikl na stanici HBO stejnojmenný seriál.

WizardingWorld

Přestože v rámci universa *Harryho Pottera* dnes vychází nové filmy, které se odehrávají ve stejném kouzelnickém světě, jako předešlá sága a objevují se v nich jak staří, tak noví hrdinové, média se spíše ve svých článcích věnují stále původní sáze čítající sedm knih a osm filmů. Zdá se, že i přes dva nové filmy *Fantastická zvířata a kde je najít* (*Fanastic Beasts and Where to Find Them*) a *Fantastická zvířata: Grindelwaldovy zločiny* (*FantasticBeasts: The Crimes of Grindelwald*) již největší slávě universa *Harryho Pottera* v médiích odzvonilo spolu s uvedením posledního filmu do kin. Ze všech článků se fanouškům *Harryho Pottera* věnovalo jen 4% z celkového počtu. O tom svědčí například idnes.cz. Z 834 výsledků po zadání slov „Harry Potter“ do vyhledávače v rámci rubriky kultura, jich byla většina napsána do roku 2011 - to měl premiéru poslední díl ságy *Harry Potter a Relikvie smrti- část 2* (*Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2, 2011*). Do roku 2011 bylo téma pokrýváno poměrně hojně, a to jak na úrovni filmů, tak knih, které v tu dobu stále vycházely.

Marvel

V posledních letech se stal komiksový svět Marvelu v popkultuře výrazným fenoménem. Film *AvengersEndgame* (2019), který završuje tzv. třetí fázi filmů Marvel Cinematic Universe se stal druhým nevydělečnějším filmem vůbec. Přesto se fanouškům Marvelu nedostalo ve zkoumaných médiích nejvíce prostoru. Konkrétně to bylo 19% z celkového počtu, což jej z konkrétních fandomů řadí na třetí místo po *Hře o trůny* a *Star Wars*. Nejvíce medializované téma bylo samozřejmě *Avengers Endgame* (2019), o kterém informovala všechna zkoumaná média. Nejméně se o Marvelu a jeho fanoušcích psalo na Seznam zprávách. Od roku 2017-2020 se zde objevily jen čtyři články, které by splňovaly kritéria zařazení do výzkumu. Zajímavé je, že krom zprávy ohledně natáčení filmu *Spider-Man: Daleko od domova* (*Spider-Man: Far from Home, 2019*), který se z části natáčel v Česku (konkrétně v Praze a Liberci), Seznam zprávy neinformovaly o žádném jiném sólovém filmu některého z Marvel superhrdinů.

Naopak nejvíce se Marvel a fanoušci tohoto superhrdinského světa objevovali na idnes.cz. Autorkou drtivé většiny těchto článků je Mirka Spáčilová. Z mnoha těchto článků však působí,

že autorka zastává názor, že filmy Marvel Cinematic Universe jsou určeny spíše pro děti a mladší publikum. Všechny filmy studia Marvel Cinematic Universe mají však rating PG13⁴⁵.

3.3.3 Participační kultura

Graf znázorňující, zda se v článcích objevovaly ze strany fanoušků některé ze znaků participační kultury.

Graf 4. Znaky participační kultury ve zkoumaných článcích



Zdroj: Vlastní zpracování

Z celkového počtu článků se nějaké znaky participační kultury ze strany fanoušků objevily v 55% textů. Nejvíce se znaky participační kultury objevovaly u fanoušků *Hry o trůny*. Objevily se ve víc jak 70% článků. Zde zahrnovala participační kultura například petice za přetočení poslední řady seriálu nebo různá fanouškovská tvorba. Dalšími pak byli fanoušci *Star Wars*, u těch se znaky participační kultury objevily skoro v 60% a jednalo se zde o fanouškovské srazy, cosplay a další fanouškovskou tvorbu, ale i nenávistné komentáře na

⁴⁵ PG13- Jedna z kategorií filmového ratingu MPAA (Motion Picture Association of America). MPAA je systém hodnocení filmů založený v roce 1968. Poskytuje rodičům informace k určení, zda je film vhodný pro jejich děti. Do skupiny PG-13 patří filmy, které mohou obsahovat materiály nevhodné pro děti (může se jednat například o scény kde se objevuje násilí, hrubý jazyk nebo nahota.). Více o ratingích na Film Ratings | Motion Picture Association. Home | Motion Picture Association [online]. Copyright ©2021 [cit. 08.04.2021]. Dostupné z: <https://www.motionpictures.org/film-ratings/>.

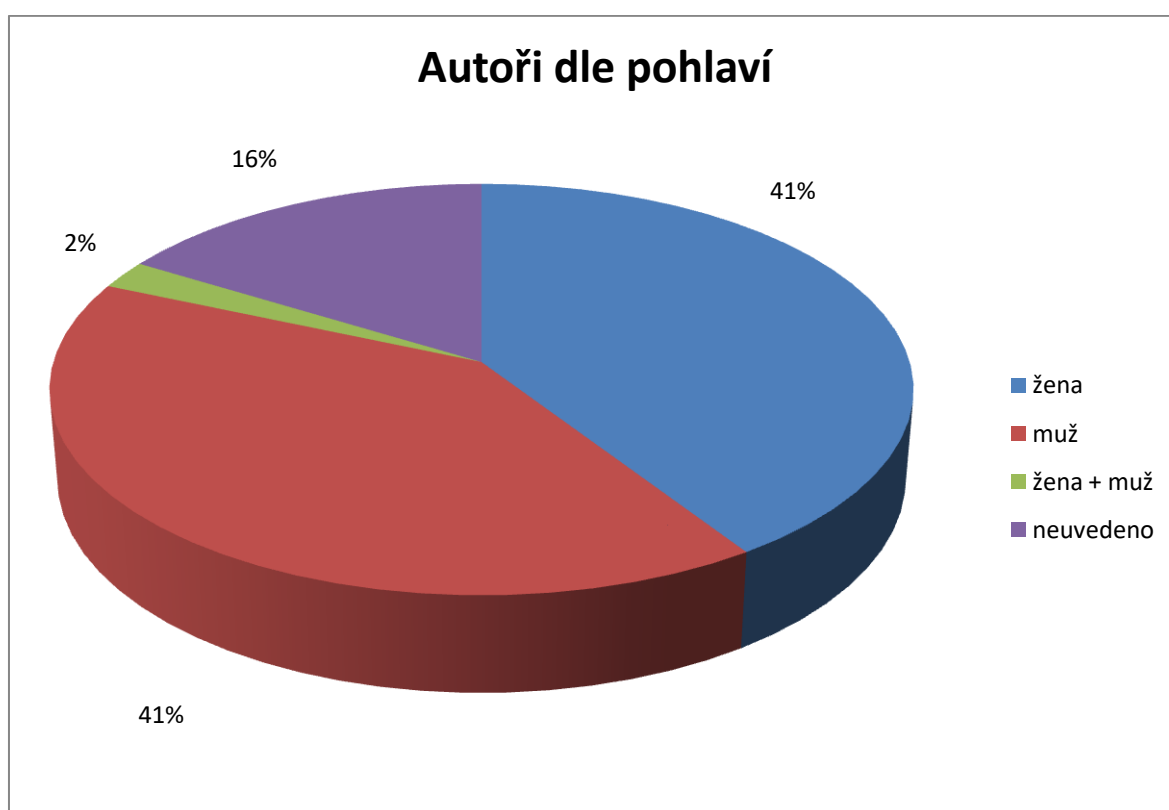
adresu tvůrců, které ovlivnily další pokračování franšízy. Přestože z celkového počtu článků byl nejmenší počet těch, které se věnovaly světu *Harryho Pottera*, participační kultura se v nich objevila ve více jak 30%, což je třetí nejvyšší počet. Následoval Marvel se skoro 30% a poté DC s více jak 10%. U ostatních fandomů se některý ze znaků participační kultury objevil ve více jak 50% článků.

Nejvíce se ve člancích participační kultura projevovala nejrůznější fanouškovskou tvorbou. A to v podobě cosplaye, stavby hobbití vesnice, rozpracování fiktivních jazyků, pomoc fanoušků při překlade děl nebo replik válečných strojů ze *Star Wars*. Dalšími projevy pak byly například petice, ve které si fanoušci přáli další pokračování seriálu, který byl zastaven nebo sbírka pro herečku jedné z hlavních rolí *Hry o Trůny*. Případně kdy se na popud nespokojených fanoušků studio rozhodlo pro redesign hlavní animované postavy Sonica ve stejnojmenném filmu (*Sonic the Hedgehog, 2020*) Nechyběly ani fanouškovské akce, na kterých tvoří program i sami fanoušci pro jiné fanoušky.

3.3.4 Autoři

Co se týče pohlaví autorů zkoumaných článků, zastoupení žen a mužů bylo přesně půl na půl a to konkrétně 41% žen a 41% mužů z celkového počtu, 16% pak tvořily články, u kterých nebyl autor specifikován, většinou se jednalo o články z agentur či pod článkem byla podepsaná celá redakce. Zanedbatelné 2% pak tvořily články, kde byli spoluautoři muž a žena. Nepotvrdilo se tedy, že by články o popkultuře psali převážně muži, přesto že je častým stereotypem, že fanoušky populárních fenoménů jsou zejména muži a samotná popkultura je zaměřená spíše na maskulinní publikum. Více o problematice genderu ve fanouškovských komunitách najdeme v knize *Fake Geek Girls: Fandom, Gender, and the Convergence Culture Industry* (Critical Cultural Communication, 22) od Suzane Scott.

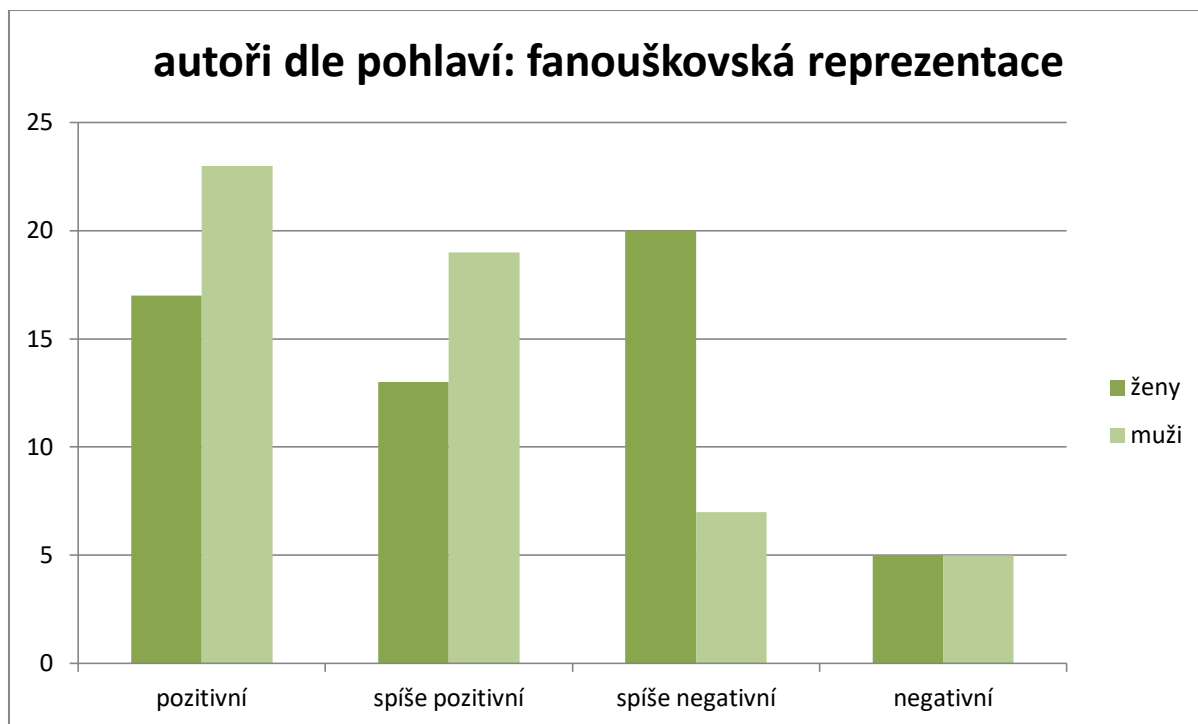
Graf 5. Podíl mužů a žen v celkovém počtu autorů zkoumaných článků



Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týče podílu žen a mužů v ohledu na pozitivitu či negativitu zobrazení fanoušků v médiích by graf vypadal takto.

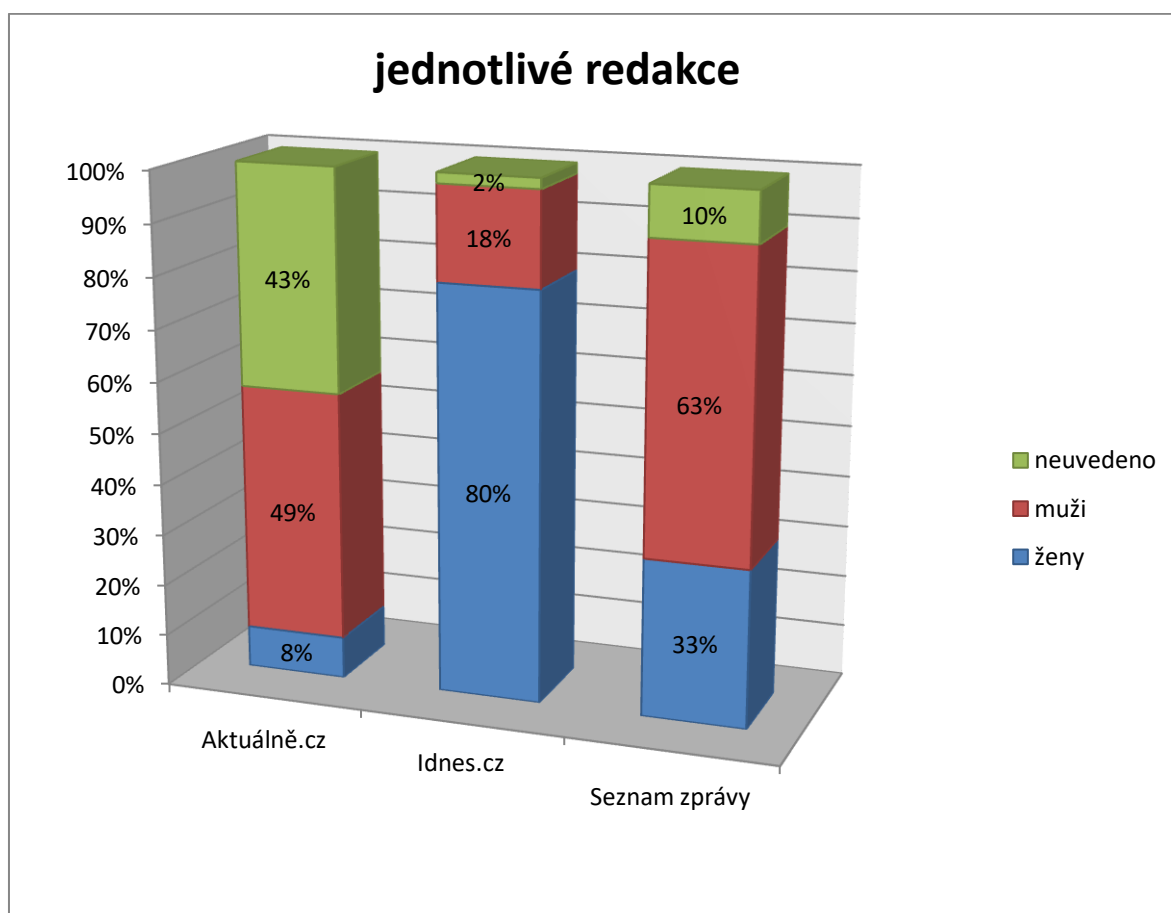
Graf 6. Celkové hodnocení článků dle pohlaví autorů



Zdroj: Vlastní zpracování

Z něj je patrné, že pozitivněji píší o fanoušcích spíše muži než ženy. Nemyslím si však, že by to bylo tím, že by se ženy o popkulturu a fanouškovství zajímaly méně než muži. Naopak, ženy se v popkultuře a fanouškovství prosazují více než v předchozích letech, kdy bylo fanouškovství spíše mužskou doménou. To se projevuje i v samotných popkulturních dílech, kdy se ženy dostávají více do popředí a vznikají takové filmy a seriály s ženskými hlavními hrdinkami, kde doposud hráli hlavní roli spíše muži. Na těchto projektech se rovněž také podílí stále více žen, jako například režisérky či producentky.

.Graf 7. počet článků podle pohlaví autora v jednotlivých redakcích



Zdroj: Vlastní zpracování

Na tomto grafu můžeme vidět zastoupení mužů a žen jako autorů ve zkoumaném vzorku článků a to v rámci jednotlivých redakcí. V Aktuálně.cz tvoří značnou část skupina „neuveдено“. Jde především o přejaté zprávy z tiskových agentur, případně je pod článkem podepsaná celá redakce (nejčastěji se v tomto případě jako autor objevuje magazín aktuálně.). Jinak jsou autory vybraných článků z Aktuálně.cz v drtivé většině muži, ženy tvoří pouze 8%. Jinak je tomu v Idnes.cz kde má ženskou autorku dokonce 80% článků. Velkou část těchto článků však napsala jedna autorka - Mirka Spáčilová. Články napsané muži zde tvoří pak jen 18% . V Seznam Zprávách pak opět převažují jako autoři muži. Rozdíl je zde však menší než u Aktuálně.cz kde autory tvoří 8%, kdežto v Seznamu je to 33% .U autorů na Seznam zprávách jsem také zaznamenala větší rozdílnost- zatímco u Aktuálně.cz a Idnes.cz se několik jmen častěji opakovalo, zde se objevovalo více různých autorů. V rámci Idnes.cz se většině článků věnující se seriálům a filmům věnuje zejména Mirka Spáčilová. Myslím, že tomu může být i z důvodu, že v rámci českých recenzí filmů má již autorka své jméno, které si

s filmovými recenzemi spousta lidí spojí. Osobně si však nemyslím, že je správně, aby většinu článků s podobným tématem psal jeden autor. Myslím, že je v těchto případech lepší pluralita autorů a jejich pohledů na věc. Poté nastává totiž situace, kdy třeba v rámci Idnes.cz, většina článků pojednávající o superhrdinském světu Marvelu naznačuje, že tyto filmy jsou určeny pro mladší publikum, jelikož se zdá, že autorka zastává tento názor.

4 Závěr

Cílem mé práce bylo zjistit, jak jsou popkulturní fanoušci reprezentováni v médiích. Zda se, se stále větším začleňováním fanouškovských komunit do mainstreamu, změnil také pohled médií na tyto skupiny, či zda o nich stále mluví jako o „oněch“, o „jiných“.

Ve svém výzkumu jsem zjistila, že ve vybraných médiích ve zkoumaném časovém úseku převažují články, které popkulturní fanoušky ukazují v pozitivním světle. Nejvíce pozitivních článků z celkového počtu pocházelo ze Seznam zpráv. Potvrdilo se tedy, že fanoušci a fanouškovské komunity se čím dál více stávají mainstreamem. Již nejsou jen okrajovými skupinami, naopak se stále více dostávají do jejich středu. To se ještě více ukazuje ve filmovém průmyslu, kde jsou dnes nejdělečnějšími filmy ty, které vznikly právě pro fanoušky. Být popkulturní fanoušek již dnes neznamená něco negativního, co by měl člověk spíše tajit, naopak patřit do některého z fandomů se stává, zvláště u mladých lidí, čím dál větším mainstreamem a součástí identity.

Z konkrétních fandomů se nejvíce psalo o fantasy seriálu *Hra o trůny* (*Game of Thrones*, 2011-2019), což mě vcelku překvapilo, jelikož se jedná o seriál, který je vysílán pouze v rámci placeného kanálu HBO. Znamená to tedy, že se u nás placeným kanálům a streamovacím službám daří? Případně se tu daří serverům a stránkám nabízející pirátský obsah? Rovněž mě překvapilo menší procento článků o superhrdinském světě Marvelu, který v posledních letech zažil obrovský boom a aktuálně jde o nejdělečnější franšizu na světě. Stejně zajímavé bylo malé procento článků o světě *Harryho Pottera*, který se také řadí mezi nejdělečnější franšizy a v rámci tohoto universa stále také vznikají nové filmy (ovšem již ne z hlavní ságy). Co se týče světa *Star Wars*, čekala jsem, že se v médiích objeví více informací o nespokojenosti fanoušků se závěrem ságy, což ale může být způsobeno tím, že jakožto fanoušek *Star Wars* toto vnímám intenzivněji. Nejvíce článků se o jednotlivých fandomech objevovalo ve spojení s nějakou událostí jako premiérou nového filmu či nové série seriálu.

Některé ze znaků participační kultury, typické pro fanouškovské komunity, se objevily ve víc jak polovině článků. To znamená, že média si všímají fanouškovských aktivit a tvorby a reagují na ně. Objevovaly se zde články, které informovaly o conech, cosplayi, různých formách fanouškovské tvorby, fanouškovských peticích, reakcích nebo toho, jak fanoušci mění a působí na pokračování svých oblíbených mediálních franšíz.

Co se týče pohlaví autorů článků, ukázalo se, že zde není markantní rozdíl v počtu mužů a žen píšících o popkultuře a fanoušcích. V rámci zkoumaného období a zkoumaných článků zde bylo dokonce stejně velké procento autorů jako autorek. Co se pozitivního a negativního zobrazování týče, více článků s pozitivním zobrazením fanoušků napsali mužští autoři.

Souhrnně tedy můžeme tvrdit, že reprezentace popkulturních fanoušků v médiích je spíše pozitivní a stále více fanouškovství ve společnosti normalizuje. Nejvíce se o popkulturních fanoušcích a konkrétních fandomech píše v době událostí jako premiéry filmů či nových sérií seriálů. Média si všímají fanouškovské aktivity a participace a reagují na ni.

Použité zdroje:

BARKER, Chris. (2006) Slovník kulturních studií. Praha: Portál. ISBN 80-7367-099-2.

BENNETT, L., & Booth, P. (2018). Seeing fans: Representations of fandom in media and popular culture. New York: Bloomsbury Academic imprint of Bloomsbury Publishing. ISBN 978-1501318450

BOOTH, P. (2015). Playing fans: Negotiating fandom and media in the digital age. Iowa City: University of Iowa Press. ISBN 978-1609383190

FUCHS, Christian (2014). Social media: a critical introduction. London: Sage. ISBN 978-144-6257-319.

GIRTLE, Roland (2001) Okrajové sociální kultury. Brno: Masarykova univerzita, Edice učebnic Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně. ISBN 80-210-2728-2.

GULOVÁ, Lenka a Radim ŠÍP, ed. Výzkumné metody v pedagogické praxi. Praha: Grada, 2013. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4368-4

HARRINGTON, C. L., & BIEBLY, D. D. (1995). Soap fans: Pursuing pleasure and making meaning in everyday life. Philadelphia, PA: Temple University Press. ISBN 978-

CHRÁSKA, Miroslav. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5326-3

JENKINS, H. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture. doi:10.7551/mitpress/8435.001.0001

JENKINS, H., Ito, M., & Boyd, D. (2015). Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning. John Wiley & Sons. ISBN 978-0745660714

KUDLÁČ, Antonín K. K. (2016) Anatomie pocitu úžasu: česká populární fantastika 1990-2012 v kulturním, sociálním a literárním kontextu. Brno: Host. ISBN 978-80-7491-764-6.

MACDONALD Andrea, „Uncertain Utopia: Science fiction and media fandom and computer mediated communication“, v knize „Theorizing Fandom: Fan, subculture and identity“, HARRIS Cheryl, ALEXANDER Alison, Creskill, NJ: Hampton Press, 1998. ISBN 978-1572731158

PETRUSEK, Miloslav, Hana MAŘÍKOVÁ a Alena VODÁKOVÁ. (1996) Velký sociologický slovník. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-311-3.

REINHARD, C. D. (2018). Fractured fandoms: Contentious communication in fan communities. Lanham, MD: Lexington Books. ISBN 978-1498552561

ROBERTS, CHRIS. (2005). Gatekeeping theory: An evolution, The University of South Carolina, 2005, str. 5

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN analýzaobsahumediálníchsděleníisbn978-80-246-1980-4

SMOLÍK, Josef. Subkultury mládeže: uvedení do problematiky. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.

WILLIAMS, J. P. (2013). Subculturaltheory: Traditions and concepts. Cambridge. ISBN 978-0745643885

Fanboys (DVD) Režie: Kyle Newman. USA: Trigger Street Productions, 2009

[online]. GateKeepingTheory. (2014, July 10). CommunicationTheory.

<https://www.communicationtheory.org/gatekeeping-theory/>

[online]. Copyright © 2020 by F.A.N.A.C. Inc. [cit. 26.10.2020]. Dostupné z:

<http://www.fanac.org/worldcon/NYcon/w39-p00.html>

[online]. Urban Dictionary: Gatekeeping. Urban Dictionary, February 15 [online]. Copyright

© 1999 [cit. 16.02.2021]. Dostupné z:

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gatekeeping>

[online]. Subcultures and Sociology. (n.d.). citováno 7. listopadu, 2020, from

<https://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/fandom-and-participatory-culture/>