

**Univerzita Palackého v Olomouci**

**Filozofická fakulta**

**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**



**Kategorie fanoušek jako teoretický problém: aktivity, praktiky a  
kategorizace**

*Dizertační práce*

Mgr. Iveta Jansová

**Školitel:** doc. Mgr. Daniel Bína, Ph.D.

**Olomouc**

**2018**

## ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem dizertační práci vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.

Počet znaků bez bibliografie a příloh čítá 359 864, s bibliografií a přílohami 407 609.

V Olomouci dne:.....

Podpis:.....

## **ANOTATION AND KEY WORDS**

**Title:** *The Category of Fan as a Theoretical Problem: Activities, practices and categorization*

**Anotation:** My PhD thesis focuses on specific media spectators - fans. It is written as a ground work on this field in the context of Czech academia. It focuses on the common myths of fan studies and contextualizes fan's contemporary situation in the new media technology discourse. The main interests are specifically fans whose fannish personalities are apparent from their activities and practices. To explain some of the fan phenomenon I revisited postulates of thirty-year fan studies tradition and its conceptualization of fans. I also conducted four case studies tied to the four TV series with tight connection to the so-called femslash fannish interpretations.

The result of my thesis is structuration of already existing information about fans and fan studies but also new findings and reflections. Based on theoretical revision of fan studies texts I constructed a new theoretical typology of fans. Thanks to the conducted case studies, I introduce a new type of fan activity and broaden the canonical typology of Henry Jenkins from 1990's. Contextualization of case studies in femslash is also original and specific, it is still an underresearched part of motivation for fan practices in the context of worldwide media fan studies. More closely is introduced specific fan language – fanspeak. Whole work is based within two different traditions of audience/reception research, their synthesis can help with better understanding of a broader contemporary context of so called participatory media culture/communication.

**Keywords:** fan, fandom, fan studies, fan creativity, fan activism, commodification

## ANOTACE A KLÍČOVÁ SLOVA

**Název:** *Kategorie fanoušek jako teoretický problém: aktivity, praktiky a kategorizace*

**Anotace:** Dizertační práce se zaměřuje na teoretickou kategorii mediálních fanoušků. Práce představuje osobnosti fanoušků prostřednictvím pro ně typických aktivit a praktik, jednak pomocí revize teorií mediálních fanouškovských studií o těchto osobnostech, jednak na základě vlastních nálezů ze čtyř případových studií. V návaznosti na klasické práce fanouškovských studií (Henryho Jenkinse či Janet Staiger) a jejich popisů aktivit a praktik typických pro fanouškovskou recepci kulturně-mediální produkce jsou předmětem mé dizertační práce právě aktivity a praktiky vytvářející osobnosti fanoušků v pohledu odborné i laické veřejnosti. Teoreticko-kritické pasáže jsou doplněny explanačními úseky vycházejícími z provedených případových studií zaměřených na čtyři seriálové počiny a jejich fanoušky. Tato díla byla vybrána z hlediska jejich signifikantní pozice v rámci tzv. femslash fanouškovských interpretací.

Výsledkem práce je nová teoretická typologie fanouškovských osobností z hlediska míry jejich aktivity a z hlediska jejich typických praktik. Ke klasické typologii fanouškovských aktivit Henryho Jenkinse a Janet Staiger jsem také přidala nový typ fanouškovských praktik, který se aktuálně vyskytuje velmi často. Samotná kontextualizace v rámci femslash je originální, neboť se jedná o prozatím podreprezentovanou oblast zkoumání celosvětových mediálních fanouškovských studií. Hluběji je představen rovněž specifický fanouškovský jazyk – fanspeak. Celý text je realizován s ohledem na dvě doposud příliš neslučovaná prizmata analýz recepce sdělení distribuovaných různými médii, jejichž syntéza může být podstatným výchozím bodem zkoumání současné mediální komunikace obecně.

**Klíčová slova:** fanoušek, fandom, fanouškovská studia, fanouškovská kreativita, fanouškovský aktivismus, komodifikace

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych na tomto místě poděkovala svému školiteli docentu Danielu Bínovi za cenné rady a diskuze nad textem. Zároveň bych chtěla poděkovat Evě Chlumské, Anně Bílé a Zdence Burešové za jejich čas, vhléd a pomoc. Nakonec bych ráda poděkovala své rodině, jejíž podpora je slovy nedocenitelná, a také Veronice Badinové nejen za češtinářský dril, ale za trpělivost a ojedinělou podporu, bez níž by práce nikdy nevznikla.

## OBSAH

Úvod.....	8
1. Základní pojmy.....	14
2. Kategorie publikum.....	17
2.1 Výzkumy účinků médií.....	19
Absolutní moc médií.....	20
Omezená moc médií.....	21
Opětovně mocná média.....	22
Mocná publika a mocná média.....	23
2.2 Tradice politické ekonomie.....	26
3. Fanouškovská studia a kategorie fanoušek.....	31
3.1 Fanouškovská studia: od historie po současnost.....	34
Tuzemská tradice.....	39
3.2 Typologie fanouškovských praktik.....	43
3.3 Typy fanoušků.....	50
3.4 Skupiny fanoušků – fandomy.....	53
4. Technologický kontext.....	60
4.1 Televizní médium.....	61
4.2 Aktivní publikum.....	66
4.3 Technologie v kontextu fanouškovství.....	71
5. Případové studie: femslash diskurz.....	74
5.1 Série Rizzoli & Isles.....	78
5.2 Seriál Glee.....	79
5.3 Seriál Faking it.....	79
5.4 Web seriál Carmilla.....	80
6. Exemplární fanouškovské aktivity a praktiky.....	82
6.1 Fanouškovská kreativita.....	84

Kategorizace fanouškovské kreativity .....	88
Specifika fanouškovské kreativity a její autorství.....	90
6.2 Fenomén femslash.....	94
6.3 Fanouškovský jazyk (fanspeak) .....	101
6.4 Fanouškovsko-producentská (inter)aktivita .....	107
Darová ekonomie a exploatace kulturní práce .....	108
Fanouškovský aktivismus .....	111
Pozitivní a neutrální komunikace tvůrců a fanoušků .....	117
Komodifikace fanoušků .....	122
7. Autorská typologie fanoušků.....	131
Závěr .....	138
Literatura .....	142
Citované monografie a kapitoly monografií .....	142
Citované statě a internetové odkazy.....	146
Rozvíjející monografie a kapitoly v monografiích .....	151
Rozvíjející statě a internetové odkazy.....	153
Použité zdroje.....	155
Slovník pojmů .....	158

## ÚVOD

Pohled na publikum se v historii jeho výzkumů proměňoval zejména v rovině otázek ovlivnitelnosti publik a možných účinků masmédií na ně. Prvotní teorie vnímaly recipienty<sup>1</sup> jako homogenní a silně ovlivnitelnou masu, která snadno propadne manipulaci. V dalších obdobích výzkumů publika<sup>2</sup> se vnímaná míra ovlivnitelnosti příjemců dále proměňovala. V kontrastu ke zcela původní myšlence přímé manipulovatelnosti se nachází současnější teorie o publicích, jež jsou díky technologickému vývoji a konkurenci jednotlivých mediálních korporací diferenciovanou, fragmentarizovanou a z výzkumného hlediska mnohdy nepostihnutelnou entitou. Jedním z předmětů zájmu těchto teorií a výzkumů je proto i míra aktivity publik. Mezi jedny z neaktivnějších příjemců médií distribuovaných textů<sup>3</sup> jsou v soudobých teoriích publika řazeni mediální fanoušci<sup>4</sup>. Aktivity a praktiky dříve spojované zejména s fanouškovstvím se totiž stále častěji stávají součástí běžného uživatelství médií (především v souvislosti se sociálními sítěmi), i proto jsem se rozhodla osobnostem fanoušků a ve spojitosti s nimi fanouškovským studiím (fan studies) věnovat tuto práci<sup>5</sup>.

Termín fanoušek doposud vyvolává převážně negativní konotace sportovních nadšenců (zejm. fotbalových hooligans); fanouškovství související s televizními seriály či filmy je asociačně druhotné a obdobně negativní. Jedna z nejčastějších laických představ fanoušků evokuje obraz mladistvých dívek omdlévajících na hudebních koncertech svých idolů.<sup>6</sup> Podobně stereotypní představou je obraz asociálního a neatletického jedince obsesivně a izolovaně konzumujícího nejrůznější mediální obsahy. Tyto zjednodušující představy, byť často i nadále přetrvávající, se mediální fanouškovská studia pokouší po dobu své existence relativizovat. Některé směry současných fanouškovských studií se

---

<sup>1</sup> V textu užívám pojmů recipienti a příjemci jako synonym. S ohledem na novější technologie posléze užívám také pojem uživatelé, který naznačuje možnost interakce jedinců s konkrétní technologií.

<sup>2</sup> Zjednodušeně lze identifikovat především čtyři období výzkumů publika, téma je podrobněji rozebráno v druhé kapitole.

<sup>3</sup> Text zde chápu v širokém slova smyslu, tedy cokoli, co vytváří význam praktikami označování.

<sup>4</sup> V textu užívám převážně generického maskulina fanoušek, činím tak z důvodů (v českém jazyce) expresivně zabarveného výrazu fanynka, který konotuje zejména mladistvé dívky. Termín fanoušek disponuje širším konotačním rámcem a je v kontextu této dizertační práce užíván jako genderově neutrální výraz.

<sup>5</sup> Pro popis dizertační práce a jejího obsahu užívám pojmy práce, dílo a text, které definují textuální úsek od úvodní kapitoly po kapitolu závěrečnou; dizertační práce je uzávně tvořena rovněž seznamem literatury a zdrojů a přílohami.

<sup>6</sup> Jeden ze známých příkladů expresivního emocionálního propojení s původním obsahem a jeho představiteli je tzv. Beatlesmánie (srov. Millard 2012).



sice sportovním fanouškovstvím<sup>7</sup> zabývají, v rámci dominantního proudu těchto studií zaměřeného na televizní seriály, filmy, hudební skupiny apod. bylo však toto zkoumání v minulosti spíše druhotné, neboť bylo spojováno s negativními konotacemi agrese a nacionalismu (srov. Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 4-5).<sup>8</sup> Fanouškovství je mimo zmíněné oblasti sportu a médií spojeno také s unikátními aktivitami, jako je například pletení kiltů či amatérský wrestling. Tyto specifické druhy fanouškovství zde nejsou zohledněny, neboť jsou příliš ojedinělé a v rámci kontextu této práce (zaměřené na fanouškovství spojené s televizními seriály a fenoménem femslash) nerelevantní.

Předměty výzkumného zájmu jsou v tomto textu aktivity a praktiky mediálních (zde televizních) fanoušků, které je jako fanoušky utváří jednak v pohledu akademiků a akademiček, jednak v pohledu laické veřejnosti. Hlavním cílem práce je tedy představit osobnosti fanoušků z hlediska jejich typických aktivit a praktik, které jsou pro kategorii fanoušek ustavující. Jednotlivé praktiky jsou vysvětlovány ve specifickém kontextu femslash fanouškovství, tedy subverzivního druhu fanouškovského přístupu k masmediálním sdělením a jejich následných interpretací. Specifický rámec femslash fanouškovství je konkrétně navázán na televizní seriály. Důvodem obou redukcí je jednak má dlouhodobá specializace na femslash fanouškovské interpretace v kontextu televizního média, jednak nemožnost postihnout širokou šíři původních zdrojů mediálního fanouškovství (komiksy, knihy, filmy, digitální hry aj.) v jediné práci. Vedlejším cílem práce, který je s tím hlavním neoddělitelně spjat, je kritická revize a strukturace dosavadních teoretických poznatků mediálních fanouškovských studií, především těch zaměřených na teorie o fanoušcích a pro jejich osobnosti ustavujících aktivit a praktik. Potřeba kladení důrazu na kritický přístup vyplývá z časté idealizace<sup>9</sup> fanoušků teoretiky a teoretickými fanouškovských studií. Tito mnohdy vnímají a popisují fanoušky jako obecně (vše)mocné, aktivní, aktivistické a zainteresované, což ve skutečnosti nemusí reflektovat většinovou zkušenost těchto osob, protože se jedná

---

<sup>7</sup> Práce jsou věnovány jmenovanými hooligans (Dunning 2002; Allan 1989; Frosdick – Marsch 2011; Stott – Pearson 2007) nebo např. sportovnímu fanouškovství spojenému s ženami (Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 250-260; Cunningham Osborne – Server Coombs 2016).

<sup>8</sup> Sam Ford se ovšem domnívá, že zkoumání sportovního fanouškovství by mohlo pomoci lepšímu porozumění některým fanouškovským praktikám obecně. Přisuzuje to faktu, že sportovní fanouškovství je dlouhodobě společensky přijímáno (Ford 2014: 61). Jeho hypotéza se zdá být platná, potvrzuje ji rovněž zmíněná laická představa fanoušků jako fanoušků sportovních. Přestože přetrvává spíše konotace s fanoušky fotbalu a hokeje, při svém dlouholetém působení ve fanouškovských studiích jsem se rovněž setkala s fanouškovstvím spojeným s tenisem, krasobruslením, biatlonem a jinými sporty.

<sup>9</sup> Termín idealizace či idealistický zde chápu v rovině optimistického a nekritického přístupu ke konkrétním subjektům a objektům, o nichž díky tomu vzniká „idealizovaný“, tedy nereálný a neproblematizovaný, obraz/dojem.

o poněkud paradoxní akademický konstrukt. Právě tato nekomplikovaná konstrukce osobností fanoušků je jedním z hlavních motivací pro realizaci mého textu, v němž se zejména proti představě inherentně aktivních fanoušků vymezuji.

Deskripce fanoušků z hlediska jejich aktivit a praktik spolu s kritickou revizí jsou v textu realizovány nejprve skrze kriticko-teoretické představení fanoušků, které se postupně objevovalo v pracích fanouškovsko-studijních teoretiků a teoretiček. Dále pak reflexí formování fanouškovských studií, a to prostřednictvím uvedení základních prací, jež jsou společenstvem fanouškovsko-studijních akademiků a akademiček považovány za formativní pro samotná studia. Vedle aktivit/praktik fanoušků a ustavování fanouškovských studií jsem zohlednila i technologický vývoj, s nímž fanouškovství úzce souvisí. Jak jsem již upozorňovala, z hlediska šíře a fragmentárnosti současné podoby fanouškovských studií je zaměření textu redukováno na poznatky spojené s televizním médiem. Zahrnutí širšího pole zájmu obsahujícího komiksy, hudební skupiny, literární texty aj. by nebylo ani v nemalém rozsahu této práce realizovatelné. Televizní médium je zároveň jedním z nejtransparentnějších z hlediska technologických proměn, stejně tak jako proměn jeho užívání samotnými příjemci. Teoretický základ práce doplňují poznatky ze čtyř uskutečněných případových studií zaměřených na fanouškovské interpretace femslash (Jansová 2018a, 2018b, 2018c, 2018d). Důvodem této další redukce je samotný charakter prací femslash, ty jsou subverzivní reakcí na oficiální mediální (zde televizní) produkci, a to v podobě vlastní tvorby, vyjednávání s producenty o původních významech nebo aktivistickou činností snažící se o změnu podoby reprezentace různých (zejména marginalizovaných) identit v oficiální tvorbě. Doposud je zkoumání tohoto druhu fanouškovství akademicky podreprezentováno, zaměření na tyto specifické interpretace proto pomůže k samotnému představení této aktivistické a emancipační fanouškovské činnosti manifestující se v mnoha fanouškovských praktikách a aktivitách. Poznatky z jednotlivých případových studií ovšem posloužily také při explanaci specifických fenoménů vázících se k fanouškovským aktivitám/existencím obecně. Přestože jsem výzkumný zájem zúžila na fanouškovství spjaté s TV seriály a kontextem femslash, jednotlivé objekty výzkumu byly natolik různorodé, že je nutné zřetelně je vymezit a rozlišit. V textu pracuji s objekty výzkumu, které se pohybují napříč následujícími kategoriemi:

- **televizní seriál/série/web seriál** (audiovizuální zdroj)

- **texty o fanoušcích** (odborné práce zabývající se fanoušky – články, knihy; reakce tvůrců<sup>10</sup> konkrétních seriálů – tweet či blogový/internetový příspěvek; jedná se vždy o artefakty textuální)
- **texty fanoušků** (fanouškovské fikce, fanouškovská videa, fanouškovské umění, tweety, tumblr příspěvky, fanouškovské blogy/vlogy, petice; zde se vyskytují jak textuální, tak audiovizuální artefakty)
- **texty o textech fanoušků** (odborná pojednání o fanouškovské tvorbě a přidružených fanouškovských praktikách; textuální podoba)
- **metateoretické texty o textech fanoušcích** (zejména v rámci kritického přístupu k dosavadním poznatkům fanouškovských studií – články, knihy, ale také rozhovory mezi fanouškovsko-studijními akademiky/akademičkami – např. oficiální blog Henryho Jenkinse<sup>11</sup>)

Jak je patrné, jedná se zejména o artefakty textuální, případně audiovizuální. Pro záznam a uchování jednotlivých relevantních informací docházelo při realizaci případových studií k pořizování printscreenů<sup>12</sup>, které textuální (př. tweet) i audiovizuální materiály (př. scény ze série/web/seriálu) převedly do podoby statického obrazu. V případových studiích se pak vyskytují zejména texty fanoušků a všechny sezóny a epizody zkoumaných televizních pořadů (audiovizuální objekt), na něž je fanouškovství v jednotlivých případech navázáno (podrobněji dále). Nálezy případových studií zvyšují hodnotu textu především novými fanouškovsko-studijními poznatky, mezi něž patří například definice nového typu fanouškovských praktik, stejně tak jako vydefinování zcela nové typologie fanoušků, případně také podrobné představení stále podreprezentovaného kontextu femslash fanouškovství či fanouškovského jazyka.

Celý text je formálně strukturován do sedmi kapitol. Po úvodní kapitole následuje oddíl (1) věnovaný základním teoretickým termínům, které v práci užívám. Druhá kapitola se soustředí obecně na téma publik, představení samotného pojmu publikum a jeho teoretickou definici, a to s přihlédnutím k problematičnosti užití termínu v různých přístupech. Kapitola obsahuje stručné uvedení do historie zkoumání publik a proměnu v teoretickém i metodickém přístupu k účinkům médií a roli příjemců v mediální

<sup>10</sup> Termín tvůrce/tvůrkyně se v textu vyskytuje i v synonymech producent/ka, autor/ka apod., jedná se o zastřešující pojem pro mnohdy kolektivní entitu vytvářející různé obsahy (TV seriál, film aj.).

<sup>11</sup> Jenkins, Henry. 2006. *Confession of an Aca-Fan*. <http://henryjenkins.org/>. (20. 5. 2017)

<sup>12</sup> Výraz printscreen označuje techniku získání snímku obrazovky s aktuálním obsahem (otevřená internetová stránka apod.) pomocí stisknutí stejnojmenné klávesy na počítačové klávesnici (označení PrtSc).

komunikaci. Následující kapitola (3) se věnuje předmětu zájmu práce – fanouškům a jejich praktikám a aktivitám. Uvádí základní poznatky samotných fanouškovských studií (3.1) a stručně chronologicky představuje jejich pětaticetiletou tradici. Další části rozvíjí tematiku (zejm. mediálního) fanouškovství prostřednictvím vysvětlení běžných fanouškovských praktik (3.2), zároveň se zabývá i typy fanoušků a mírou fanouškovského následování původních objektů/subjektů (3.3). V tomto oddílu je pozornost věnována také představení zájmových skupin vytvářených fanoušky, tedy tzv. fandomům (3.4).

Po vymezení specifík fanouškovských osobností následuje přehled nejpodstatnějších technologických posunů (4), jež přispěly k emancipaci televizních recipientských skupin a v důsledku umožnily vznik zájmových publik, a tedy i fanoušků. Kapitola se zaměřuje především na proměny vázané na televizní médium (4.1), jak bylo předznamenáno dříve, rozebrána je rovněž problematika aktivního publika (3.2) a představeny současné teoretické přístupy k němu. Tím se práce váže k současné digitální podobě fanouškovství (4.3). Na tyto poznatky navazuje kapitola věnovaná tematice případových studií (5), v níž přibližuji konkrétní případové studie, které jsem pro účely práce realizovala, stejně tak jako jejich metodiku a jednotlivé typy. Následující oddíl (6) se již podrobně věnuje fanouškovským aktivitám a fanouškovské kreativitě, blíže se zabývá zejména textualitou fandomů, autorstvím fanouškovské fikce (6.1), fenoménem femslash (6.2) a fanouškovským jazykem (6.3). Rozsáhlý oddíl 6.4 pojednává o dynamice vztahu mezi fanoušky a producenty, zohledňují přitom poznatky jak kulturních studií, tak politické ekonomie, jak blíže vysvětluji v druhé kapitole, abych poukázala na střetávající se agendu příjemců i producentů, jež se manifestuje jejich spoluprací, ale i komodifikací jedné ze skupin. Poslední kapitolu (7) před závěrem jsem konceptualizovala jako představení vlastní autorské typologie fanoušků, již vychází jak z revidovaných poznatků fanouškovských studií o fanoušcích, tak z vlastních případových studií. Na konec textu je zařazena také příloha v podobě slovníku fanouškovských i fanouškovsko-studijních pojmů, v němž je v jednoduchosti představena základní terminologie, která se objevuje v textu. Termíny jsou vymezeny tak, jak se v mezinárodním kontextu fanouškovských studií a fanouškovství používají. Slovník není vyčerpávající, v textu je však odkázáno na příslušná místa, kde lze specifické termíny nalézt s podrobnějším vysvětlením.

Text vypracovaný ve zde představené struktuře by měl být prvním rozsáhlejším a uceleným příspěvkem k historii a tradici mediálních fanouškovských studií a jejich

primárního zájmu – osobnosti fanouška – v českém akademickém prostředí. Přínosem práce jsou vedle toho také rekontextualizace typů fanoušků v nové typologii, objevení a popsání nového typu fanouškovské aktivity, hlubinné představení a vysvětlení doposud minimálně probádaných fenoménů femslash a queerbaitingu a v neposlední řadě poukázání na specifické komunikační tendence fanoušků patrné v užívání originálního fanouškovského jazyka. Originalitu textu spatřuji rovněž ve vymezení se k běžnému vnímání fanoušků jako automaticky aktivních a interagujících (s původním objektem/subjektem zájmu) jakožto k zjednodušenému konstruktu fanouškovsko-studijních akademiků a akademiček. Obdobně se pak stavím proti uzuálnímu spojování fanouškovství s pojmem subkultura, respektive synonymizaci označení skupin fanoušků konkrétních artefaktů (kniha, TV seriál, hudební skupina) – tzv. fandomu – se subkulturními uskupeními. Přes zmíněnou nutnost kritického přístupu k existujícím teoriím a výzkumům fanouškovských studií je dosavadní absence této odborné perspektivy na katedrách zabývajících se mediálními, televizními, filmovými i kulturními studii krátkozraká. Poznatky z fanouškovských studií mohou totiž významně pomoci ve snaze popsat a pochopit současnou mediální produkci i konsumpci, která je výjimečná svým participačním potenciálem. Reflexe fenoménu fanouškovství (i v zúženém kontextu této práce) je v současnosti ještě aktuálnější než v dobách dřívějších, druhotně odkazuje na některé současné tendence v proměňující se komunikaci mezi příjemci a tvůrci, stejně tak jako na teoretické i faktické stírání hranic mezi oběma kategoriemi. Nejenže se sami příjemci stávají producentskými osobnostmi vlastních obsahů (např. youtuberská videa, fotografie na sociálních sítích typu Facebook<sup>13</sup> či Instagram aj.), ale zároveň jsou ke své aktivitě původními producenty explicitně vyzýváni (např. na sociálních sítích). Aktivity a praktiky, jež byly v minulosti považovány za výhradně fanouškovské, se tak stávají součástí každodenní uživatelské zkušenosti nejen fanoušků, ale i dalších uživatelů a měly by být proto předmětem zájmu budoucích výzkumů (nejen publika).

---

<sup>13</sup> Všechny internetové stránky budou uváděny bez domény, pokud se vyskytne taková, u níž se nejedná o doménu com, upozorním na fakt v poznámce pod čarou nebo jinak.

## 1. ZÁKLADNÍ POJMY

V této kapitole vymezuji a definuji stěžejní pojmy, které se v práci nadále opakovaně vyskytují, aby bylo zřejmé, v jakém významu jich užívám. Jedním ze základních termínů práce je komunikace. V rámci tradice kulturních studií a v návaznosti na ně i studií fanouškovských chápu komunikaci jako tvorbu a směnu významů s důrazem na kontext jejích jednotlivých aktérů/aktérek, jenž ovlivňuje samotný vznik těchto významů. Pohled na komunikaci se v historii proměňoval, z původních lineárních modelů se stávaly modely složitější zohledňující i možnou roli aktérů (zejména příjemců) komunikace. Vývoj komunikačních modelů determinoval chronologické formování teorií publika, podrobněji se tematice v tomto kontextu věnuji v druhé kapitole. Stručně naznačenou proměnu komunikačních modelů shrnuje a kontextualizuje například Marek Lapčík (2009: 15-18). Obecně se jedná o dostatečně probádané téma (srov. DeFleur – Ball-Rokeachová 1996; Fiske 1982), pročež se mu nadále podrobně nevěnuji.

Kontext publik a komunikace návodně odkazují k potřebě definovat pojem médium. Stanislav Hubík upozorňuje, že ke spojení pojmu *médium (...) s problematikou komunikace nedošlo dříve než koncem devatenáctého století* (Hubík 2013: 10), přičemž ve 20. století se toto spojení ustálilo (ibid.). Autor také představuje dřívější výskyty pojmu a jejich významy, stejně tak jako jeho terminologické ustálení v kontextu mezilidské i strojové komunikace (ibid.: 7-12). Samotný pojem médium byl dle autora vytvořen *v teorii informace jako univerzálně použitelný ve všech oblastech sdělování, nejen v oblasti mezilidské komunikace. Označoval zprostředkující funkce mezi „účastníky“ sdělování, ať již jsou jimi neživé předměty nebo lidé.* (Hubík 2013: 12) Zjednodušeně lze tedy médium chápat jako zprostředkovatele různých druhů komunikace (mezilidské či strojové). V kontextu práce se konkrétně vztahují jak k médiím tradičním (masmédiím – především televize), tak k médiím síťovým neboli novým, které shodně zprostředkovávají jednak obsahy/sdělení faktuální (např. zpravodajství), jednak fikční (např. TV seriál). Vedle termínu médium se v textu objevuje i přívlastek mediální, a to zejména ve spojení mediální sdělení/texty/obsahy. Takové pasáže odkazují ke sdělením zprostředkovaným různými druhy médií (jak masmédií, tak nových médií); pokud je však na příslušném místě možné určit přesněji, že se jedná například o televizní obsah, je tak učiněno.

V návaznosti na vymezení pojmu médium je podstatné odlišit naznačenou tematiku starých/tradičních a nových médií. Rozdělení médií na tzv. stará a nová by bylo možné

věnovat více než samostatnou kapitolu, takto podrobný rozbor však v této práci není nutný. Zjednodušená definice se nabízí v chápání starých médií jako televize, tisku, rádia a nových jako těch spojených s internetem, digitální technologií a sociálními sítěmi. Marek Lapčík například píše, že *pojmem nová média (...) je užíván ve smyslu sociotechnických systémů vázaných na technologii sítí a představuje opozici vůči médiím tradičním* (Lapčík 2009: 12) V dizertační práci se sama zabývám zejména objekty distribuovanými médii novými, přestože výchozím objektem tří realizovaných případových studií je televizní seriál/série, jediný případ se pak týká tzv. web seriálu. Převaha „novo-mediálních“ objektů zkoumání vyplývá z čerpání poznatků ze sociálních sítí Twitter a Tumblr, internetových stránek a dalších internetových obsahů, na nichž se v současnosti vyskytují fanouškovské praktiky nejčastěji. Hlubší rozbor toho, co jsou nová média zde považuji za kontraproduktivní zejména proto, že se tématu zevrubně věnuje celá kniha Jakuba Macka *Poznámky ke studiím nových médií* (2013). Macek v knize rozebírá jak samotný pojem nová média, tak studia nových médií jako oborové metapole mediálních studií, periodizuje vývoj nových médií a na základě kritické revize dosavadních poznatků nabízí jejich třídídimenzionální model. Přestože označení nová média bývá zaměňováno také s označeními interaktivní, síťová nebo digitální média, Macek upozorňuje, že *konsenzus odborné komunity se nicméně (...) obrátil ve prospěch nová, a to rozhodně z jiných důvodů, než proto, že by tato média byla skutečně nová ve smyslu historické čerstvosti*. (Macek 2013: 19). Označení nová média v práci také zachovám a nebudu užívat jiných terminologických synonym.

Jelikož případové studie vycházely z web seriálů, TV seriálů/sérií, považuji za nutné definovat i tyto pojmy. Seriálová forma vyprávění je spjata především s televizním médiem, přestože se objevuje i u produkce knižní či filmové. V rámci televizních studií se odlišuje více seriálových forem, nicméně pro účely této práce se zaměřím pouze na představení televizních seriálů a sérií, s nimiž v textu pracuji. Televizní sérii vymezuje Angela Ndalianis (2005) v podobě několika možných narativních prototypů. Zjednodušeně se v rámci série objevují autonomní příběhové epizody, jež jsou propojeny konkrétními postavami a někdy i hlavní narativní linií trvající po dobu konkrétní sezóny, případně celého pořadu, tedy do doby jeho ukončení. Vzhledem k výběru seriálů/sérií pro případové studie (kapitola 5) přiblížím pouze pátý prototyp, tedy smíšené série a seriálu (Ndalianis 2005: 96), který je typický pro zpracovávanou sérii *Rizzoli & Isles*. Pátý prototyp série se soustředí na více hlavních hrdinů a hrdinek, jejichž individuální příběhy

jsou v rámci děje podstatné a samotné postavy se mohou vyvíjet. Prostřednictvím hrdinů/hrdinek se tedy spojuje celosezónní narativní zápletky. Jak jsem upozornila, jedná se o stručné představení, podrobně i s nákresem je tematika jednotlivých prototypů přístupná v textu Angely Ndalianis (2005). Další z analyzovaných objektů jsou již seriály (*Glee*, *Faking it*). Seriál je definován přesunem děje mezi následnými díly, jejich konce a začátky jsou provázány opakováním nejdůležitějších událostí dílů minulých. Seriál dovoluje simultánní rozvoj narativních linií, s jednou hlavní a vícero (postupně řešených a vyřešených) linií vedlejších (srov. Korda 2011: 29-36). V kontextu této práce se objevuje i tzv. web seriál, který funguje obdobně jako seriál, jeho jednotlivé díly jsou však kratší (někdy 2-5, jiné např. 15 minut) a jeho obsah je zveřejňován na internetu. Buď na platformách zdarma (př. YouTube) nebo za poplatek.

Specifické termíny vázané na užší kontext práce budou vymezeny na příslušném místě v textu. Následující kapitola se již podrobně věnuje kategorii publikum a vývoji uvažování o něm. Jedná se o nezbytnou součást kontextu fanouškovských studií, jak z kapitoly samotné vyplyne.



## 2. KATEGORIE PUBLIKUM

Existující tematizace historie mediálních publik je široká a komplexní, zaměřuje se jednak na evoluci a definici samotného pojmu publikum, jednak na vývoj technologií mediální komunikace, na účinky médií na publikum či na různé druhy publika. Společným bodem měnících se přístupů byla zejména otázka ovlivnitelnosti jedinců masmediálními obsahy. S proměnami jednotlivých střídajících se tradic se zároveň měnilo i chápání základního teoretického pojmu výzkumů příjemců – publikum. Kategorie publikum je vymežitelná vůči pojmům, jako jsou skupina, dav, veřejnost či masa. Jejich definice a komparace se primárně připisuje americkému sociologovi Herbertu Blumerovi (1939: 178-187). Obdobně jako ostatní zmíněné kategorie je i publikum typické určitým kolektivním jednáním, jeho sounáležitost s mediálním obsahem je pro něj však distinktivní. Publikum lze tedy definovat jako množinu jedinců shromážděných ve skupině příjemců konkrétního obsahu (ať už divadelního představení, předčítání knihy či televizního seriálu apod.).

Zdánlivá až instinktivní jednoduchost pojmu se však v jakémkoli odborném uchopení komplikuje, jak naznačuje již Ien Ang, když označuje současná publika za nepolapitelná (Ang 1991: 30). V první řadě nastává problém při práci s teoretickou či výzkumnou jednotkou publikum, a to jako s uchopitelnou a existující entitou. Při práci s kategorií publikum je totiž vhodnější relativistický přístup. U takového pohledu nelze opominout skutečnost, že publikum je z velké části konstruovanou kategorií teoretiků a teoretiček, kteří se jím zabývají. Jak píše například Peter Dahlgren: *publika jsou vždy alespoň částečně diskurzivním konstruktem, formovaným specifickými institucionálními potřebami a diskurzivními vlivy*. (Dahlgren 1998: 307)<sup>14</sup>. John Hartley (2004: 12) pak poukazuje na fakt, že jednotlivé výzkumy svým výběrem konkrétních publik zákonitě takové publikum alespoň z části uměle vytvářejí. Na konstruovanost kategorie upozorňuje také Schimpach: *Ideální publikum (...) je pasivní, pozorující produkty kulturního průmyslu, čekající na své sečtení, měření a intervenci*. (Schimpach 2005: 350) Z citace Schimpacha je patrné, že koncept publika je utvářen i mediálním průmyslem, pro nějž je podstatným cílem zejména ekonomických a inzertních strategií. Všechny použité citace a parafráze vhodně upozorňují na konstruktivistickou povahu kategorie publikum, tento fakt je proto vždy nutné zohledňovat při empirickém i teoretickém využití pojmu.

---

<sup>14</sup> Veškeré citace a parafráze z cizojazyčných zdrojů a literatury jsou autorským překladem.

Abstrakce pojmu publikum je určující zejména pro potřeby stanovit soubor kategorií, pomocí nichž mohou výzkumníci/e individuálně zúžit předmět svého zájmu (např. publikum definované místem, médii či pořadem apod.). Jednotlivé výzkumné strategie se pak očividně proměňují na základě konkrétních cílů výzkumů (např. vyčíslit počet diváků konkrétního obsahu, zjistit účinky sdělení nebo se zaměřit na socio-ekonomicky specifické publikum). V kontextu práce se jedná o zúžení zájmu na tzv. fanoušky lišící se jednak vzájemně mezi sebou, jednak od ostatních diváků, a to např. potenciální aktivitou či unikátními podobami příjmu televizních sdělení. Kompromisní cestou mezi oběma přístupy je pak situace, v níž se sami diváci identifikují jako členové konkrétního publika. V takovém případě je jeho existence doložena samotnými publiky. Příkladem z fanouškovských studií by byla sebeidentifikace s konkrétním fandomem (skupinou příjemců následujících konkrétní obsah, např. fanoušci knižní či filmové ságy *Harry Potter*).

V teoriích o publiku se nejčastěji vyskytuje chronologický přístup a kategorizace jednotlivých období existence publik. Přehledné rozdělení na čtyři období shrnují následující pojmy: období elitního publika, období masového publika, období specializovaného publika a období publika interaktivního. Takto zjednodušeně představené druhy publik patrně souvisí s možností interakce a specializace jednotlivých recipientských skupin. V prvním období se předpokládá existence pouze několika málo kompetentních příjemců, již mohou sdělení přijímat (např. protože umí číst). Doba masového publika je zřetelně vázána na existenci masových médií (tisk, rozhlas atd.). Specializované publikum poukazuje na zmnožení konkurence nejen jednotlivých médií, ale také konkrétních obsahů, jež se mohou například svým žánrem či tématem zaměřovat na jednotlivé skupiny diváků (např. kanál České televize Děčko cílící na dětské publikum). Pojmenování interaktivní publika reflektuje možnost recipientů reagovat na přijímaná sdělení a v některých případech je i zpětně ovlivňovat (diskuzní platformy na internetu apod.).

Podobně, avšak prostřednictvím tří kategorií, historizují vývoj mediálních publik Nicholas Abercrombie a Brian Longhurst, kteří představují kategorie: jednoduché publikum (simple audience), masové publikum (mass audience) a rozptýlené publikum (diffused audience). (Abercrombie – Longhurst 1998: 68-69) Autoři spojují první druh publika (jednoduché) s jistým ceremoniálním charakterem, diváci se nacházeli na společném místě ve shodném čase. Klasickým příkladem jednoduchého publika jsou

diváci antických divadel. Následující, masové publikum je pak nedílně spojeno s příchodem masových médií od pozdního 19. století, jako jsou noviny, rádio, filmy a televize. Pojmem rozptýlené publikum rozuměli autoři téměř permanentní propojení alespoň s jedním elektronickým médiem, a to při všech lidských aktivitách (ibid.) Tento druh publika autoři označili za současný, a to i přesto, že knihu psali na konci 90. let 20. století, kdy zatím nebyly rozšířeny takové podoby sdílení a příjmu mediálních obsahů, jaké jsou dnes. Ty umožňují existenci různých přijímacích zařízení (tablety, chytré telefony apod.) a internetu. Definici rozptýleného publika lze v současnosti považovat za stále platnou, technologie přenášející sdělení jsou snadno dostupné široké veřejnosti a vyskytují se také na veřejných místech (např. rozhlasové vysílání je možné slyšet v různých obchodech). Nejsignifikantnější je každodenní propojení s technologiemi pomocí chytrých telefonů, které umožňují jak komunikaci, tak přijímání různých obsahů (TV seriál, hra apod.), stejně tak jako pořizování těchto obsahů (natáčení, focení apod.). Podstatné je neopomenout, že tato technologická dostupnost se netýká všech, je determinována osobnostním i regionálním ekonomickým statutem. Nakonec podotýkám, že s příchodem dalšího období předchozí perioda nezaniká, v různých podobách se proto dnes setkáme se všemi třemi zmíněnými druhy publika.

Současné publikum podobně jako Abercrombie s Longhurstem vnímá také Philip Napoli, divácké skupiny jsou dle něj silně fragmentované a autonomní. Současnost Napoli staví do kontrastu k minulým obdobím, v nichž bylo hlavním cílem oficiálních producentů získat co nejvíce diváků (most eyeballs), oproti tomu se současné strategie stále častěji zaměřují na konkrétní typy publika, na něž by mohly mediální korporace cílit specifickou reklamou (Napoli 2010: 6). Napoli upozorňuje taktéž složitější následnou realizaci výzkumů publika, která je úzce spojena právě se zmiňovanou fragmentaritou publik. Výzkumy (alespoň ty snažící se o reprezentativnost) jsou nuceny vytvářet stále větší vzorky, což se odráží i ve vyšších finančních nákladech (Napoli 2010: 6-7). Tématu výzkumů publik se přehledově věnuji v následujících podkapitolách.

## **2.1 VÝZKUMY ÚČINKŮ MÉDIÍ**

V současných mediálních studiích a v návaznosti na ně i v teorii publika existuje již klasické dělení výzkumů účinku médií na čtyři po sobě následující období. Nejčastěji se užívá učebnicového příkladu Denise McQuaila, jenž jednotlivá období odděluje kritériem bez/moci publika. Čtyři klasická období jsou známa především v podobě fáze všemocných médií, fáze omezených médií, fáze znovuobjevených mocných médií a fáze

dohodnutého vlivu médií neboli mocného publika a mocných producentů (srov. McQuail 2002: 360-363; Napoli 2010: 54). Představená období jsou, jako ostatně veškerá zpětná periodizace, pouze ilustrační, nelze s definitivní platností zřetelně ohraničit dobu jejich trvání. Některé náhledy se během historie těchto výzkumů několikrát opakovaly či překrývaly, přestože jejich éra již teoreticky skončila. První tři období popisují v následujících řádcích stručně a ilustrativně, a to prostřednictvím příkladových osobností a výzkumů. Bližší pozornost věnuji především období čtvrtému, v němž je možno rozpoznat inspiraci mediálních fanouškovských studií. Na tuto podkapitolu pak navazuje představení odlišné tradice výzkumů – politické ekonomie, která se zabývá především technologicko-ekonomickým hlediskem mediální komunikace.

### *Absolutní moc médií*

Počáteční období výzkumů publika (20.-30. léta 20. století) bylo úzce spojeno s představou tzv. jednosměrného toku komunikace, determinováno bylo předzvěstí války a snahou využít masmédiá k válečné propagandě<sup>15</sup>. Mediální komunikace byla vnímána jako jednoduše plynoucí, v ideálním případě při ní nedocházelo k problémům či šumům. Publikum bylo v tomto období chápáno jako pasivní a ovlivnitelná masa. Tradičně se v tomto kontextu užívá metafor zázračné střely (magic bullet) či injekční stříkačky (hypodermic needle). Obě teorie ilustrují představu průběhu mediální komunikace, v níž producenti vyšlou („vystřelí/naočkují“) sdělení, přičemž všichni příjemci jsou jím zasaženi stejnou měrou (reagují jako jeden člověk). (Srov. Shearon 1995: 400) Emblematickou osobností tohoto období byl Harold D. Lasswell zabývající se mimo jiné právě válečnou propagandou (Lasswell 1971). Vedle válečných výzkumů byly realizovány např. i výzkumy vlivu médií na děti. Jako příklad lze uvést knihu Herberta Blumera *Movies and Conduct* z roku 1933, v níž autor zkoumal, jaký vliv (a zda vůbec nějaký) mají filmy na mladistvé publikum. Studie poskytla informace o tom, že mladistvé diváctvo přebírá různé druhy jednání a fikční postavy se pro ně stávají vzory (inspirace pro chůzi, mluvu, účes apod.). (Blumer 1970: 30-50) Blumerův výzkum nebyl ve své době přijímán pozitivně kvůli biografické metodě, již autor zvolil.

V představeném období se nepřipisovala publikům žádná moc, vnímala se jako pasivní a homogenní masa, která funguje podle diktátu vysílaných podnětů, a to bez možnosti

---

<sup>15</sup> Příkladem jsou armádní výzkumy Carla I. Hovlanda (1949) o možnosti indoktrinovat patriotické smýšlení a odhodlání pro válku.

jakkoli se takovým podnětům vzepřít. Komunikace byla přímou cestou z jednoho do druhého bodu. Pozměněný pohled poskytly až výzkumy v následujících obdobích.

### ***Omezená moc médií***

Druhá éra výzkumů dopadu masmediálních sdělení na své příjemce, nejčastěji teoreticky situována do 40.-60. let 20. století, pracuje s představou omezenosti účinků médií. Publikum není chápáno jako homogenní a snadno ovladatelná masa, ale jako rozptýlená síť individuí. Výzkumníci a výzkumnice si totiž začali uvědomovat složitost mediální komunikace, závislou i na jejích individuálních účastnících a účastnicích. Jeden z významných výzkumů publika – „*The Invasion from Mars*“<sup>16</sup> – tento posun v chápání publika demonstruje, a to i přes fakt, že je mnohdy (dez)interpretován jako důkaz všemocnosti médií. Výzkum zpracovával události následující po rozhlasovém vysílání díla *Válka světů* Orsona Wellse v roce 1938. Díky realistickému zpracování rozhlasové hry podleli někteří z posluchačů panice, a to především ze strachu ze skutečného začátku války<sup>17</sup>. Většina posluchačů (zhruba pět miliónů z šesti) však díky kritickému myšlení a racionálnímu přístupu situaci vyhodnotila správně, tedy že se jedná o rozhlasovou dramaturgii (srov. Cantril 1940: 87-109).

Druhé období výzkumů mediálních účinků je spojeno především s osobností Paula Felixe Lazarsfelda, který byl s ohledem na své působení v Princeton Office of the Radio Research Project volně zapojen i do předchozího výzkumu. Složitost mediální komunikace a nemožnost uvažování o publiku jako o průměrné a ovlivnitelné mase dokázal Lazarsfeld ve svých dvou výzkumech „*People's Choice*“ a „*Personal Influence*“. Tyto výzkumy ukazují, že nikoli média, nýbrž zejména významní druzí (přátelé, rodinní příslušníci a další osoby pro člověka důležité) mají dominantní vliv na to, jak jednotlivec vnímá masmediální sdělení. (Lazarsfeld a spol. 1940: 151, Katz – Lazarsfeld 1955: 309) Lazarsfeld zde tedy prokázal, že působení médií je nadále zprostředkováváno (zde lépe řečeno filtrováno) skrze tzv. opinion leadry neboli názorové vůdce, jejichž pozici mohou

---

<sup>16</sup> Zkrácené názvy výzkumů, literatury apod., jejichž plné znění je uvedeno v seznamu literatury, jsou označeny uvozovkami.

<sup>17</sup> Nepříliš známý je fakt, že se téměř totožná situace opakovala o jedenáct let později (1949) v Ekvádoru, kde byla dramaturgii *Války světů* kontextualizována pro region prostřednictvím imitátorů. U některých posluchačů a posluchaček opět došlo k propuknutí paniky (srov. Gosling 2009).

zastávat výše jmenovaní druzí, případně pro danou osobu významní jedinci – idoly, vzory<sup>18</sup>.

Vnímaná omezenost vlivu masmediálních sdělení byla způsobena především zjištěními, že názory jedinců jsou ovlivňovány primárně jejich významnými druhými. Proto nelze mediální komunikaci vnímat pouze jako jednosměrnou a neproblematickou, musí být totiž zohledněna také její potenciální zprostředkovanost skrze další subjekty nikoli pouze média. Podstatnou roli zastává v tomto ohledu také vzdělanost a individuální kritický přístup jedinců v publicích shromážděných.

### ***Opětovně mocná média***

Období návratu myšlenek a teorií o mocných médiích (symbolická třetí fáze) je výsledkem všeobecného rozšíření televizního média. Účinky televize se zabývali například George Gerbner, Larry Gross a Nancy Signorielli, již zdůrazňovali moc televize tkvící v možnosti ovlivňovat pohled diváků na realitu, kterou televize dle autorů nejen reflektuje, ale částečně také konstruuje. Tato myšlenka je základem tzv. kultivační teorie, jež se zabývá dlouhodobými účinky televize. Kultivace v tomto kontextu nebyla přímo spojená s výchovou a zušlechťováním ducha, nýbrž byla spíše metaforickým pojmem pro možnost a schopnost televize indoktrinovat názory, postoje či jednání příjemců. Samotná kultivační teorie byla odvozena z výzkumu *Kulturní indikátory (Cultural Indicators*, Gerbner 1973), jehož cílem bylo rozpoznat tzv. kultivační efekty televizního média na jeho diváky/divačky. Nálezy výzkumu poukazují na fakt, že pokud někteří diváci sledují TV obsahy ve velké míře (v rámci výzkumu více než 4 hodiny denně), mohou mít tendenci vnímat vysokou úroveň nebezpečí ve svém okolí (sledují-li násilné, detektivní a kriminální pořady), přestože statisticky žijí ve velice bezpečných oblastech (Gerbner a spol. 2002: 51-58). Ačkoliv teorie prokázala moc televize působící na konkrétní jedince, mnozí teoretici se k práci vyjádřili kriticky (srov. Hirsh 1980, Rubin 1988).

V tomto období se objevuje rovněž teorie spirály mlčení autorky Elisabeth Noelle-Neumann (1974). Koncept upozorňuje na fakt, že lidé vnímají ve svém okolí preferenci určitých názorů a zdráhají se těmto názorům oponovat. Přestože se zprvu mohlo jednat o statisticky menšinový názor, strach z izolace způsobil, že opozičně smýšlející nepředstavili veřejně odlišný postoj, a proto se tento názor stal většinovým. Noelle-

---

<sup>18</sup> Názorovým vůdcem může být i herečka, autorka knih apod., marketingové firmy v současnosti užívají například také vlivné osobnosti YouTube tvorby, aby propagovali konkrétní značky, produkty aj. Využívání domnělých názorových vůdců je v tomto ohledu patrné.

Neumann připisuje tendenci mlčet zásadnímu strachu z ostrakizace jedince jeho okolím. Spirála mlčení tak umožňuje prvotně nijak zásadně rozšířenému názoru stát se dominantním, a to zejména díky tomu, že nenachází vhodné argumentační oponenty (srov. McQuail 2002: 394-395).

Obě teorie, upozorňující na mocenský potenciál především televizního média, opomíjí reflektovat individuální příjmové přístupy recipientů, kteří se například v druhém případě nenechají ovlivnit ani případným strachem z izolace. V důsledku se však částečná platnost obou konceptů může projevit i v současnosti, televizi mohou nahrazovat sociální sítě<sup>19</sup>, na nichž lidé z velké části vystupují sami za sebe a nikoli anonymně, jak tomu bylo v minulosti (Macek 2015: 64). Lidé proto mohou cítit potřebu nevyjadřovat se ke zdánlivě většinovému názoru právě ze strachu ze sociální izolace. Jako jeden z nejaktuálnějších příkladů lze v České republice uvést zdánlivě převažující islamofobii, proti níž je těžké veřejně vystupovat, jak na sociálních sítích (velké množství jedinců diskutujících pod záštitou Islám v ČR nechceme a jeho dalších variacích), tak v osobních konfrontacích. Zde je opět patrné, že zpětná chronologizace neznamená, že minulé koncepty nemohou mít váhu v současných teoriích a přístupech.

### ***Mocná publika a mocná média***

Spolu s představenými teoriemi se v 70. letech 20. století objevily i výzkumy pracující s předpokladem stoupající moci a aktivity recipientských skupin. Prizma otázky, co média dělají se svými příjemci, se proto pozvolna přesouvalo k otázce, jak publika využívají média a proč. Teze, že příjemci si vybírají konkrétní obsahy pro specifické druhy uspokojení, se objevila ve výzkumu „*Užití a uspokojení*“ (*Uses and Gratification*) Elihu Katze, Michaela Gurevitche a Jaye Blumera (1973). Studie představila různé druhy uspokojení, jež média mohou poskytovat svým recipientům, přičemž zásadní byla myšlenka využití médií k individuálním potřebám jednotlivých příjemců. Výzkum poukázal na posun ve zkoumání publik i náznakem polysémické povahy znaků.

Na posunu perspektivy k uvažování o masmédiích (zejm. televizi) a publicích jako o potenciálně mocných se podílel rovněž Stuart Hall působící v britském *Centru pro současná kulturní studii*. V Centru byl Hall od jeho založení v roce 1964, o čtyři roky později (1968) se stal jeho ředitelem, čímž se původní projekt zabývající se zejména žitou

---

<sup>19</sup> Sociální síť (z anglického social network) slouží jako platforma registrovaným individuím či firmám, ve většině případů umožňuje svým členům, aby se sdružovali a sdíleli informace, fotografie apod. (Srov Kadushin 2012; Rios – Petrella 2014; Ellison 2007; Scott 2009)

kulturou dělnické třídy (pod vedením Richarda Hoggarta) rozšířil i na zájem o masová média (zejména televizi), rituály odporu, subkultury apod. (srov. Hall – Jefferson 1993; Jansová 2016b: 54-56). Hallův přístup (stejně jako celého Centra) k rozmanitým předmětům zájmu byl ze zásady antiesencialistický, což byl důsledek především mnohých inspiračních osobností jeho práce, jako byli Roland Barthes, Jacques Derrida či Michel Foucault. Z tohoto důvodu byl i jeho postoj k médiím antiesencialistický. Hall poukazoval na nemožnost chápat masmediální sdělení s předem danými významy a pozicovaným čtenářem<sup>20</sup>. V kontextu kulturních studií se tento myšlenkový přesun chápe v termínech posunu od textuální k auditoriální analýze, jež je typický prizmatickým přesunem zájmu od textu k divákům a jejich aktivitám. Rozdíl mezi přístupem *Užití a uspokojení* a přístupem Stuarta Halla zdůrazňuje například Göran Bolin, jenž připomíná, že tradice *Užití a uspokojení* byla psychologická, zatímco tradice kulturních studií sociologická. V rámci *Užití a uspokojení* se výzkumníci zaměřovali na individuální psychologické já, jež činí aktivní rozhodnutí o příjmu médií na základě osobnostních potřeb. V druhém případě pak jedince determinovala sociologicky konstruovaná identita určovaná třídou, věkem, etnicitou a genderem. (Bolin 2012: 799) Přestože Stuart Hall teoretizoval o různých možnostech chápání masmediálních sdělení ve svém díle *Encoding and Decoding* (1980), nikdy nepřipisoval publiku (ale ani textu) absolutní moc. Z tohoto důvodu kritizoval také představu nekonečné polysémie znaků. Hall ve své stati představil trojí možné čtení/dekódování textů: dominantní (preferované), dohodnuté (vyjednávané) a opoziční (Hall 1980: 134-137). Tři druhy čtení jsou indikátory stupně přijetí či odmítnutí sdělení, přičemž dominantní je přijetí úplné, přijetí dohodnuté obsah přijímá s určitými výtkami a opoziční značí celkové odmítnutí sdělení na základě nesouhlasu či nepochopení (ibid.). Stuart Hall se i přes představení tří možných způsobů, jak nakládat s texty, domníval, že nejčastější způsob, jak jedinci vnímají média, je dominantní, a to z důvodu individuální socio-kulturní zakořeněnosti, která jedince nevyhnutelně determinuje.

Navzdory faktu, že Hall nebyl zcela optimistický z hlediska vnímané moci publika, byla jeho stať inspirací pro mnoho následujících výzkumů publika, které jsou (metodologicky nevhodně) nazývány etnografické. Odklon od myšlenky mocného textu a přesunutí odborné pozornosti na aktivitu a individualitu publik je označován za „etnografický

---

<sup>20</sup> Představou čtenáře či čtenářky, kteří budou číst dané sdělení dominantně, tedy nedojde k alternativní či nechtěné interpretaci.



obrat“ ke zkoumání publika, přičemž uvádění termínu v uvozovkách je běžné a slouží k poukázání na poněkud zavádějící metodologické konotace.<sup>21</sup> *Explicitně na možnost [Hallova] trojího čtení navázal pouze David Morley v díle Nationwide (1980). Mezi další práce (...) patří Watching Dallas Ien Angové (1985). (...) Za skutečně etnografické bylo však považováno (...) The Social Uses of Television (1980) Jamese Lulla...* (Jansová 2016b: 56). *Kódování/Dekódování* inspirovalo nejen další výzkumy, ale také kritické ohledy. Pro přílišnou fluiditu a nejasnost pojmů kritizoval Stuarta Halla například McGuigan (1992: 131).

Naopak pozitivní reakcí na Hallovu teorii je koncept populární kultury Johna Fiska, jenž spolu s Hallovou prací a výzkumem ženských romancí Janice Radway, patří mezi inspirační texty mediálních fanouškovských studií. Fiske navázal na *Kódování/Dekódování* konceptem sémiotické demokracie – značně optimistickou myšlenkou o tom, že významy nejsou vepsány do sdělení a nejsou jim inherentní, ale jsou závislé na jednotlivých interpretacích svých příjemců. Text v tomto chápání získává význam až ve chvíli svého čtení/příjmu (Fiske 1992b: 32-46). Koncept sémiotické demokracie je pak transparentní ve Fiskově uchopení populární kultury.<sup>22</sup> Tu autor vnímá jako impuls přicházející od výrobců masmediálních sdělení (korporací, producentů apod.), finální podoba (populární kultura) vzniká až ve chvíli příjmu a přetvoření svými recipienty (Fiske 1992b: 24). *Transformativní charakter populární kultury je vázán na myšlenku slasti či požitku recipientů, díky čemuž získává populární kultura na dynamičnosti a zároveň poukazuje na přivlastňování produktu jeho příjemci, kterým má ona slast působit.* (Jansová 2016b: 58). Fiskova teorie populární kultury patří k neoptimističtějším definicím tohoto pojmu. Například další člen *Centra pro současná kulturní studia* – Tonny Bennett – zastával k populární kultuře značně odlišný postoj. Označoval ji za neuchopitelný a v důsledku zbytečný koncept, neboť je teoreticky nevymežitelný a špatně definovatelný (Bennett 1980: 18). K optimistické a publikům moc připisující teorii Johna Fiska se značně kriticky vyjádřili i Shaun Moores (1993) či Robert McChesney (1996).

I přes zmíněné technické a terminologické problémy se stala populární kultura v pojetí Johna Fiska jedním ze zakládajících konceptů mediálních fanouškovských studií. Představa mocného publika, které samo přetváří korporátní kulturu dle svých

---

<sup>21</sup> Srov. Alasuutari 1999; Lembo 2000, Schröder 1994; Hermes 2010.

<sup>22</sup> V původním významu lidové či mezi lidmi oblíbené (v anglickém jazyce popular).

individuálních potřeb a tužeb, jež začala být zevrubněji zkoumána zejména ve zde představeném čtvrtém období výzkumů účinků medií, je v rámci fanouškovských studií axiomatická. Z tohoto důvodu je třeba k teoriím a výzkumům Fiskovým konceptem inspirovaných přistupovat obezřetně. Odlišnou pozici zastávají například představitelé a představitelky tzv. politické ekonomie médií/kultury, jejichž představení následuje.

## 2.2 TRADICE POLITICKÉ EKONOMIE

Je zřejmé, že zmíněné Hallovy a Fiskovy texty zdůrazňují přístup k publiku jako k potenciálně aktivnímu a nikoli lehce manipulovatelnému, jak se objevilo v některých dřívějších obdobích výzkumů publika. Chris Barker ve svém výběrovém encyklopedickém shrnutí stěžejních termínů britských kulturních studií označuje představu publika jako aktivního za zcela nezpochybnitelnou součást této tradice (Barker 2006: 91). Zatímco v rámci kulturně-studijního přístupu je kladen důraz na individualitu a subjektivitu příjmu sdělení nesených různými médii, v případě politické ekonomie je poukazováno na zneužívání současných technologických podmínek tzv. participační kultury (více v kapitole 4 věnované technologii), designu internetových platforem a uživatelské práce vykonané zdarma. Jedná se tudíž o tradici zdůrazňující zejména roli technologie a ekonomické podmíněnosti mediální komunikace.

Janet Wasko jmenuje výhrady obou tradic vůči sobě navzájem, zatímco kulturní studia vnímala politickou ekonomii jako silně deterministickou a reduktivní z hlediska důrazu na ekonomickou podstatu masmediální komunikace. Politická ekonomie se naopak neztotožňovala s možností alternativních interpretací masmediálních sdělení, které by dokonce mohly vést k jisté subverzivní rezistenci (Wasko 2014: 264-265). Pomyslný střet dvou prizmat byl tedy nejprve patrný zejména v odlišném postoji k samotným příjemcům. Obě tradice jsou kritické, jejich kritičnost ovšem vychází z rozličných stanovisek. Kulturní studia zohledňují zejména ideologické a hegemonické vlivy soudobé vládnoucí vrstvy společnosti projevující se v konkrétních masmediálních obsazích; politická ekonomie poukazuje především na ekonomické a technologické determinanty mediální komunikace. Hallovo trojí čtení a zejména Fiskův koncept populární kultury (obecně teorie o subkulturním stylu a další, které se v rámci *Centra pro současná kulturní studia* objevovaly) naznačují možnost vymezení se vůči těmto dominantním vlivům jistou subverzí, to politická ekonomie zcela odmítá. Odmítnutí se projevuje právě důrazem kladeným na převažující determinaci samotnou technologií a ekonomickými vlivy, pro něž bude jakákoli subverze publik bezpředmětná. V centru teorií politické

ekonomie se proto neobjevují pojmy jako individualita, subverze, ale dohled, sledování, komodifikace a vykořisťování. Politická ekonomie se pak výrazně váže k termínu práce<sup>23</sup>. *Práce, jak byla konceptualizována uvnitř kulturních studií, teorie publika a mediální etnografie, nebyla nikdy navázána na proces zhodnocování. Bylo to užíváno metaforicky jako „interpretativní práce“ nebo spojeno s procesem utváření identity jako „práce identity“.* (Bolin 2012: 806) Na rozdíl od toho politická ekonomie podle Bolina pracovala s předpokladem aktivního publika, které však svým sledováním/čtením/poslechem vytváří identifikovatelné a měřitelné hodnoty, jež lze proměnit v zisk pro poskytovatele masmediálních sdělení. (Bolin 2012: 801)

Prozatím stručně naznačený rozpor mezi dvěma tradicemi se zprvu týkal příjmu a tvorby masmediálních sdělení, obě perspektivy pak ve svém přístupu musely reagovat na změny způsobené digitalizací a příchodem nových médií. Různé pohledy figurovaly také v samotném teoretizování o nových médiích. Jakub Macek ve své knize navazuje na autory Chandlera a Dahlberga, kteří odmítli hraniční pozice různých deterministických přístupů (Macek 2013: 72), mezi ně zde mohu zařadit také obě představené tradice (kulturní studia a politickou ekonomii). Za pomoci syntézy a revize poznatků autorů představil Macek několik deterministických přístupů, jež se v pozičních perspektivách vyskytly. Jedním z nich je **determinace technologií** přisuzující proměnu mediální krajiny a společnosti konkrétním vlastnostem média. Určitá technologie má být příčinou změny, jedná se o definiční přístup jak obhajoby médií/technologií, tak jejich obžaloby. Dochází tím k přisouzení primární moci technologiím a jejich reifikaci, jako by měly věcnou a kauzální autonomii. (Macek 2013: 74-75).

Další determinizmus se týká pohledu na uživatelství dané technologie (**determinace užitím**), takto zaměřené deterministické teorie se objevovaly zejména v kontextu britských kulturních studií, jak mohlo být patrné i v předcházejících odstavcích. Technologie je na rozdíl od prvního přístupu vnímána jako neutrální artefakt sloužící aktivnímu aktérovi. Sociální aktér je pak primárním a svobodným uživatelem technologií, které bez komplikací naplňují jeho/její potřeby (Macek 2013: 75-76). Je patrné, že jak determinace technologií, tak determinace užitím jsou značně reduktivní, první nezohledňuje podíl uživatelů a uživatelů, druhá nereflexuje účast technologie ovlivňující komunikaci obdobně jako lidský faktor. Macek (2013: 77-78) dále píše o **determinaci sociální**, v níž je důraz kladen na sociálně-kulturní kontext, ten se však

---

<sup>23</sup> Práce v pojetí Karla Marxe (Marx 1978).

v rámci přístupů kulturalních a posléze i fanouškovských studiích objevuje běžně. Základní premisou již textu Stuarta Halla (1980) byla právě determinace socio-kulturním kontextem jednotlivých příjemců, který mohl ovlivnit individuální příjem a způsobit čtení odlišného od tzv. preferovaného/dominantního.

Vrátím-li se na základě informací z předchozích odstavců k fanouškům či obecně publikům, v tradici kulturalních, avšak i fanouškovských, studií se o digitalizaci hovoří v kontextu demokratizace síťového prostoru, využívání a existence kolektivní inteligence či vzniku participační kultury apod. (podrobněji jsou termíny představeny v kapitole 4). Shodně tedy o tom, že v kontextu nových technologií získávají její uživatelé větší autonomii i moc nad jednotlivými obsahy distribuovanými médii. Představitelé a představitelky politické ekonomie naopak tematizují vykořisťování práce zdarma vykonané například aktivními fanoušky. Jedním z nejvýraznějších představitelů tohoto směru je Mark Andrejevic. Andrejevic se obecně zabývá vykořisťováním a dohledem, jež se mají skrývat za svobodným uživatelstvím nejnovějších technologií, naznačuje to například také název jeho knihy z roku 2007 *iSpy. Surveillance and Power in the Interactive Era*. Když Andrejevic hovoří o vykořisťování volné práce (free labour) podvracející jakoukoli možnost subverzivní podstaty participační kultury publik (Andrejevic 2008: 29-30), navazuje tím na Tizianu Terranovu (2000). Volná práce v pojetí Terranovy je zpodobněna prací vykonanou samotnými uživateli, za kterou kulturní průmysly neplatí, ale kterou tito uživatelé poskytují dobrovolně k (zne)užití ostatním (Terranova 2000: 36-37).

Zatímco techno-optimistické teorie vykazují tendenci oslavovat volnost internetového prostoru (podrobněji také dále), jež má poskytovat bezbřehé možnosti participace a uživatelské emancipace, politická ekonomie upozorňuje na to, že internet je také prostorem pro kontrolu, sledování a komerční zneužití volného (uživateli dobrovolně vytvořeného) obsahu. To ostatně naznačuje název zmíněné Andrejevicovy knihy, případně pojem (a název článku) loser-generated content<sup>24</sup> (Petersen 2008) nebo například článek autorek Vesnić-Alujević a Murru (2016: 426-428). V jednom přístupu je snazší dostupnost nových technologií optimisticky přijímána jako stále stoupající míra zmocňování se jednotlivých uživatelů a uživatelek, v druhém je patrná tendence vnímat veškeré nové technologie jako stále důmyslnější způsoby, jak zneužít jednotlivé nástroje

---

<sup>24</sup> Loser-generated content odkazuje na běžně užívané user-generated content (uživateli vytvořený obsah), nahrazení termínu user (uživatel) pojmem loser (ztroskotanec) je pak jednoznačně degradující.

ke kumulaci informací o uživatelích a uživatelkách a sofistikovanějšímu obohacování se vlastníků mediálních korporací.

Představené pozice (kulturálních studií a politické ekonomie) se rozcházejí v základním přístupu k technologiím i jejich uživatelům/uživatelkám, jejich propojení je však v současnosti na místě; konečný příklon pouze k jediné z perspektiv je zřetelně reduktivní, jelikož akcentace jedné či druhé jsou v mnoha ohledech až příliš jednostranné. Propojení obou naopak umožňuje uvažovat o publicích a fanoušcích jako o potenciálně mocných, a to bez opomíjení souvisejících komerčních strategií a zájmů korporací a vlastníků médií či inzerentů, stejně tak jako samotné podstaty užívaných technologií. Doposud se o propojení obou perspektiv pokusilo jen několik málo prací. Autorky Vesnić-Alujević a Murru věnovaly svou stať uvedení nejvýraznějších představitelů/představitelky obou směrů a výzvě k jejich teoretickému a analytickému sjednocení, článek tedy koncipovaly velmi podobně jako Göran Bolin (2012). Ani jeden ze shrnujících článků však neposkytuje přesvědčivé výsledky provázání obou tradic. Text Görana Bolina nepřichází s žádným teoretickým či metodologickým nástrojem usnadňujícím syntézu perspektiv. Jeho stať je výčtem zakončeným výzvou k oddělení pole produkce a pole konzumce, *díky čemuž budeme lépe vybaveni k pochopení komplexní dynamiky současných mediálních světů* (Bolin 2012: 810-811). Taková výzva se zdá být instinktivní, z jeho článku však nakonec činí pouze přehledně zpracovanou stať nejvýraznějších příspěvků k dílům obou tradic. Podobně je koncipován i o čtyři léta mladší článek, který je opakovaným pohledem na dvě perspektivy a jejich uznávané představitele/představitelky, i když s novými přehledovými autory a autorkami. Přestože ještě důrazněji vyžaduje překonání *analytické separovanosti, která pochází ze dvou perspektiv a byla doposud převládající* (Vesnić-Alujević 2016: 429), zřetelnější direktivu nepřináší. Pouze článek Janet Wasko nabízí informace o tom, že se několik pokusů o celistvý přístup podařilo (například v kombinaci feministických perspektiv mediální reprezentace spojených se zohledněním konzumentských praktik a komodifikací). (Wasko 2014: 266) Z jejího textu však vyplývá, že se i v těchto pokusech o spojení obou tradic zachovává důraz „politicko-ekonomického“ přístupu, a to v kontextu výzkumu mocenských vztahů produkce a distribuce různých sdělení. V důsledku se tedy jednoznačně úspěšný zobecňující model integrující poznatky obou tradic neobjevuje, přestože některé práce mohly u konkrétních témat východiska obou tradic využít.

Na základě myšlenky spojení poznatků představených tradic kulturních (fanouškovských) studií a politické ekonomie, jež má zabránit různým výzkumným redukcím, se v této práci jednoznačně nepřikláním ani k jedné z tradic. V textu proto fanoušky chápu jako potenciálně mocné, aniž bych opomíjela existenci mocenských zájmů producentů osobností a význam technologie, kterou ke svým praktikám užívají a která je může dále ovlivňovat. Jako příklad, v němž by bylo vhodné užít poznatků z obou tradic, mohu uvést sociální síť Facebook. Ta vzniká pomocí aktivity jednotlivců, kteří s ostatními sdílí texty (tzv. statusy) o tom, co si myslí, jaké mají názory atd., dále také sdílí fotografie, videa apod. Z tohoto pohledu je síť tvořena samotnými uživateli a umožňuje jim sdílet i přijímat jimi vybrané obsahy. Jedinec může na síti také provozovat aktivitu lajkování<sup>25</sup>, jejímž prostřednictvím však poskytuje informace o svých preferencích (sportovních, popkulturních apod.), které mohou být nadále zpracovávány k jeho/její komodifikaci<sup>26</sup>. Obdobně pak nelze ignorovat ani pozici a zájmy samotných oficiálních producentů, jež jsou spojeny s fanouškovskými praktikami. Jejich pozice je zřejmá především z hlediska autorských práv nad obsahy, které jsou předmětem přepracování, rozpracování či pouhé adorace fanoušků. Jen z těchto prozatím naznačených příkladů je patrné, že teoretický přístup integrující informace z obou představených tradic je pro minimální redukci předmětu zájmu (osobností fanoušků definovatelných prostřednictvím jejich nejčastějších aktivit a praktik) vhodný.

---

<sup>25</sup> Jedná se o počeštěné verbum liking, odkazující k aktivitě přidávání tzv. lajků (like) na sociálních sítích. Tlačítko líbí se mi (symbol zdviženého palce na ruce) jedinec užívá jako důkaz toho, že se mu/jí něco líbí (v současnosti i nelíbí, jelikož existují varianty symbolu), například komentář, fotografie apod. Nejvíce je tato činnost spojena se sociální sítí Facebook, na jiných sítích (Twitter, Tumblr aj.) se princip realizuje podobně (například pomocí symbolu srdce).

<sup>26</sup> Obecně mohou být veškeré informace na této sociální síti zveřejněné nadále využity samotnou platformou, ale i dalšími jedinci. U těch je pak přístup k individuálním účtům determinovaný tzv. politikou soukromí a osobnostním nastavením toho, co je publikováno jako veřejné či určené pouze pro okruh vybraných jedinců. Znalost vyplývá z vlastního uživatelského prostředí této sociální sítě.

### 3. FANOUŠKOVSKÁ STUDIA A KATEGORIE FANOUŠEK

Fanouškovská studia jsou interdisciplinárním výzkumným polem, jež se v současnosti dělí především na dva zřetelně identifikovatelné směry – na studium fanoušků samotných a na studium produktů vzešlých z fanouškovské kreativity, tedy jejich tvorby. V současné podobě fanouškovských studií je sice možné nalézt exponenciálně narůstající počet dalších předmětů zájmů, ty však velmi často vycházejí z tohoto základního dělení. Lucy Bennett rozpoznává současné oblasti výzkumu spojeného s fanouškovstvím především v politice, muzice, literatuře, komiksu, hrách, televizi, sportu a filmu (Bennett 2014: 7). Zde je patrné, že i sport se v současnosti stává jednou z relevantních oblastí zájmu, přestože jsem v úvodu upozorňovala na obezřetnost, se kterou k ní fanouškovsko-studijní akademici/akademičky přistupovali. Zvýšení zájmu zaznamenalo také zkoumání herního fanouškovství a herních fandumů, přičemž fanouškovská studia se v tomto interdisciplinárně prolínají se specifickou oblastí studií herních. Komiks, televize, film a hudba jsou pak shodně nejstaršími poli, ke kterým se váží fanouškovsko-studijní výzkumy a teorie.

Základním a zároveň zakládajícím termínem fanouškovských studií je pojem **fanoušek** (**fan**). Pro množné číslo se v rámci fanouškovských studií užívá pojmu **fen**, běžně je využíváno také korektního vyjádření množného čísla v anglickém jazyce za pomoci přidání souhlásky *s* na konci slova, tedy **fans**. Množina fanoušků konkrétního objektu/subjektu se označuje jako **fandom**. Etymologie termínu fanoušek (*fan*<sup>27</sup>) se váže k pojmu *fanatic* čili fanatický, jenž odkazuje k intenzivnímu náboženskému následování, excesivnímu citovému vztahu k něčemu/někomu či velmi výraznému entuziazmu. V rámci fanouškovství mediálního se předmětem nadšení/následování stávají různé entity a subjekty, jimiž mohou být tvůrčí osobnosti (herec, režisérka, producentka apod.) nebo konkrétní artefakty (TV seriál, kniha, digitální hra, film atd.). Vedle termínu fanoušek se ve fanouškovských studiích vyskytlo i několik dalších pojmenování popisujících nakládání fanoušků s původními obsahy. Zakládající a inspirační metaforou (např. pro Henryho Jenkinse<sup>28</sup>) byli pytláci (poacher) Michela de Certeau (1984), dále se vyskytly termíny jako poutník (pilgrim – Aden 1999: 10), myslivec (gamekeeper – Hills 2002: 40)

---

<sup>27</sup> První užití termínu je zaznamenáno v 19. století jako popis následovníků profesionálních sportovních týmů (Jenkins 1992a: 12).

<sup>28</sup> Henry Jenkins fanoušky jako jeden z prvních teoreticky vymezil, označuje je za zdrženlivé pytláky, kteří kradou jen to, co milují a brání obsah před zneužitím těch, jež si na něj kladou práva (tvůrců). (Jenkins 2006b: 59)

či loutkař (puppeteer – Pugh 2005: 13) a další, které původní metaforu pytláctví rozvíjely nebo nahrazovaly. Zatímco představená přirovnání odkazují k aktivním přístupům fanoušků k mainstreamové tvorbě, fanoušci byli původně (a často je tomu i dnes) vnímáni především prizmatem své údajné pasivity a manipulovatelnosti médií (Alverman – Hagood 2000: 437). Tento obraz vznikl v důsledku negativní masmediální reprezentace, která fanoušky značně patologizovala. K fanouškům se proto pojily termíny jako manipulovatelní hlupáci, dětinové, sociální vyvrženci (Jenkins 1992a: 10) nebo sociální devianti s absencí naplňujícího osobního života (Kustritz 2003: 376). Obdobné přívlastky se pojí i s údajným neatletickým a obézním vzhledem fanoušků, jenž jsem naznačovala v úvodu. Výjimečné nebylo ani ztotožňování fanoušků s fanatickými vrahy (ibid.), k čemuž opět přispěla obzvláště mainstreamová média (zde mohu vzpomenout třeba snímek *Osobní strážce*). Příkladem ze současnosti je pak ne zcela ojedinělé zesměšňování nedostatku sociálního života fanoušků, jak ukazuje například scéna ze seriálu *Super Fun Night* (S01E05<sup>29</sup>), kde se objevuje replika *Get a life!* Ta poukazuje na běžnou představu o fanoušcích, kteří kvůli obsesivnímu následování různých subjektů a entit, nejsou schopni vést plnohodnotný společenský život, jelikož v důsledku nedokážou rozeznat fikci a realitu.

Vedle negativního obrazu fanoušků jako otlých asociálních jedinců se často objevovala domněnka, že fanoušci jsou zejména bílí muži. To je ovšem z pohledu mediálních fanouškovských studií, která primárně přisuzují fanouškovství ženám (srov. Bacon-Smith 1991; Coppa 2009; LaChev 2005), paradoxní. Tímto tématem se zabývá i Mel Stanfill (2011: 2.6), která představila teorii, že mainstreamová média konstruují fanoušky jako neheteronormativní variantu bělošství. Tuto teoretizaci je nutné chápat v kontextu teorie tzv. hegemonní maskulinity<sup>30</sup> čili existence preferované podoby mužství v konkrétní geopolitické a socio-ekonomické éře. Ta má být, podobně jako mýtus krásy<sup>31</sup>, vzorem ideálního vzhledu (ale i společenského statusu) mužů (a žen). Z hlediska patriarchálního uspořádání nejen západní společnosti je i s jistými nuancemi dlouhodobě ideálním hegemonickým maskulinem bílý heterosexuální muž středostavovského a vyššího postavení. Vzhledem k faktu, že fanoušci jsou médií často desexualizováni a femininizováni<sup>32</sup>, mohou tím, jak naznačuje Stanfill, symbolicky pozbývat svých

---

<sup>29</sup> S znamená sezónu a E určitou epizodu dané sezóny.

<sup>30</sup> Podrobně Connell – Messerschmidt 2005.

<sup>31</sup> Podrobně Wolf 2000.

<sup>32</sup> Desexualizaci zde chápou ve smyslu nezobrazování sexuality a intimity člověka, a to tak, jako by jich nebyl schopen. Femininizací je míněno genderově stereotypní „zženšťování“, a tedy umenšování dané



patriarchálních privilegií. Autorkou navržené selhání bělošství mají vytvářet média reprezentací fanoušků jako neheterosexuálních. Bělošství totiž v rámci konstruktivistického a intersekcionalního<sup>33</sup> vnímání identity nelze oddělit od determinantů sexuální orientace a genderu, tudíž se tato navzájem ovlivňují. Stigmatizace se proto děje stereotypním zobrazováním fanoušků jako neheterosexuálních, nebělošských či jinak nenaplňujících hegemonní maskulinitu. Takto vyobrazená identita je však nesmyslná, a to s ohledem na celosvětové množství fanoušků, existenci nejrůznějších fandomů a zapojení různých genderů, ras apod. Jedná se proto o konstrukt konkrétního televizního seriálu, filmu či článku aj., nikoli o reprezentativní vyobrazení fanoušků.

V návaznosti na zpochybnění obrazu fanoušků jako neheterosexuálních bělochů z příkladu Stanfil je podstatné uvědomění si toho, že jakákoli tvrzení o jisté a jediné podobě fanouškovství jsou v důsledku zavádějící. Získat přesné demografické údaje o fanouškovských seskupeních je i s využitím současných technologií velmi složité. Nápomocné mohou být nástroje archivů fanouškovské tvorby, které zohledňují jednotlivé kategorie a mohou tudíž o demografickém složení fanouškovských skupin poskytnout jisté informace<sup>34</sup>. Zda fanoušci vyplňují tyto kategorie pravdivě, zůstává však otázkou. Zároveň nelze opominout, že na těchto platformách budou zaregistrováni především aktivní fanoušci, a přestože jich může být velké množství, o obdobném či větším počtu fanoušků nebudou existovat záznamy žádné, což by opět vedlo k nepřesnosti získaných dat. Různé obsahy mají navíc různě složenou kohortu příjemců, a proto budou jednotlivé fandomy závislé také na podobě původního následovaného zdroje (hudební kapela, TV seriál, film aj.). To vše znemožňuje zastat jednotné stanovisko o jednoznačně určitelné a zobecnitelné podobě fanouškovské osobnosti. Vždy existuje možnost vypovídat pouze o konkrétním fenoménu, například složení určitého fandomu či jeho části, který by byl předmětem potenciálního výzkumu.

---

osoby, opět z hlediska genderových stereotypů patriarchátu, v němž je žena vnímána jako mužům podřadná.

<sup>33</sup> Intersekcionalita jako perspektiva propojení mnoha vrstev lidské identity (věk, gender, rasa, sociální postavení atd.), jež nelze zkoumat a vnímat odděleně (srov. Crenshaw 1991; Butler 1993; Kolářová 2008).

<sup>34</sup> Příkladem je Tumblr blog *ToastyStats: Fandom statistical analyses*, který se soustředí zejména na fandom seriálu *Sherlock*, zveřejňuje však i statistiky týkající se jiných fandomů. Dalším příkladem jsou fanouškovské statistiky v internetovém archivu fanouškovské tvorby *Archive of Our Own*, jež však často čerpá informace z prvního zmíněného zdroje. Znalost vyplývá z vlastní expertízy fanouškovských studií.

### 3.1 FANOUŠKOVSKÁ STUDIA: OD HISTORIE PO SOUČASNOST

Vrátím-li se k negativním konotacím, které se k osobám fanoušků vázaly (a vážou), pak ke snahám o jejich depatologizaci docházelo především v prvotních pracích fanouškovsko-studijních teoretiků a teoretiček. Mezi tyto osobnosti patří Henry Jenkins, Francesca Coppa, Camille Bacon-Smith, Constance Penley či Roberta Pearson (Coppa 2014: 73), již shodně usilovali o očištění termínu fanoušek od negativních konotací. Henry Jenkins ve svých pozdějších pracích vysvětluje, že při psaní své knihy „*Textual Poachers*“ cítil potřebu fanoušky bránit, jelikož o nich prozatím existoval pouze špatný obraz (Jenkins 2006b: 12). Podobná motivace vedla i další rané teoretiky a teoretičky k poněkud oslavnému tónu jejich prací o fanoušcích (více dále). Toto první období bývá proto kritičtějsími osobnostmi fanouškovských studií nazýváno jako *fandom is beautiful/fandom je krásný* fáze (srov. Hills 2017: 863; Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 1).

Prvotní práce mediálních fanouškovských studií vyšly shodně v letech 1991 a 1992, byla to díla „*Textual Poachers*“ Henryho Jenkinse, „*Enterprising Women*“ Cammille Bacon-Smith, „*Brownian Motion*“ Constance Penley či antologie Lisy Lewis „*The Adoring Audience*“. Novější zkoumání ovšem odhalují i starší příspěvky charakteristické pro fanouškovství, objevují se proto i dřívější pokusy o jeho odbornou reflexi. Odborné práce z 80. let 20. století existovaly v podobě dílčích esejí, nikoli monografií. Zabývaly se specifickým žánrem fanouškovské fikce, v němž je běžné homosexuální párování dvou původních mužských postav – tzv. slash. Dvě práce (Russ 1985 a Frazer – Veith 1986) z 80. let se věnovaly právě psaní slash fikcí a důvodům, proč je takový žánr preferován u ženských heterosexuálních pisatelek. Práce obou autorek naznačily další směřování fanouškovských studií, které tvorbu slash fikce a jejich autorských osobností (převážně žen) mnohdy reflektují dodnes, přičemž slash patří k nejčastějším příkladům fanouškovské subverze vůči dominantním významům společnosti (zde z hlediska heteronormativity) opakovaně zprostředkovaným médii.

Jak bylo již řečeno, některé současné akademické práce se věnují i dřívějším fanouškovským projevům (např. v dobách života Homéra, Miguela de Cervantese y Saavedry či Williama Shakespeara), které přitom odhalují obdobné praktiky, jež jsou dnes chápány jako fanouškovské. Historické prameny dokazují, že (fanouškovská) kreativita, která se může projevat například tvorbou vlastních prací rozvíjejících konkrétní kulturní počin, existovala v návaznosti na Chaucerovy *Canterburské povídky*,

případně na *Pýchu a předsudek* Jane Austen (Herzing 2005: 2). Postupně jsou takové praktiky nacházeny ve spojitosti s dalšími autorskými osobnostmi a jejich díly.<sup>35</sup> Nancy Reagin s Anne Rubenstein (2011: 4.8) popsaly komunikaci mezi Arthurem Conanem Doylem a jeho fanoušky, respektive fanoušky postavy Sherlocka Holmese, již se vzbouřili, když se Doyle rozhodl detektiva odepsat (usmrtit) a nepokračovat v tvorbě Holmesových příběhů. Až v reakci na fanouškovské prosby Doyle Holmese znovu oživil. Reagin a Rubenstein (2011: 3.5-3.7) spojují ve své práci moderní historii fanoušků především s obecnými sociálními vlivy, jako byl nárůst literární gramotnosti, rozšíření vzdělání, urbanizace či migrace. První sítě organizovaných fanoušků se v Evropě a Spojených státech objevovaly během 20. a 30. let 20. století. Začaly vznikat korespondenční sítě, kluby s komplikovanými vstupními pravidly a detailními záznamy činnosti. Autorky zdůrazňují, že fanoušci velmi rychle zužitkovali technologické změny 20. století, jež umožnily obyčejným lidem produkovat a šířit vlastní narativy. Veškeré tyto praktiky byly charakteristické propojením jednotlivých osob, které si mezi sebou zasílali (či předávali) fanziny<sup>36</sup> či fanouškovské zpravodaje (ibid.: 4.9). Autorky Hellekson a Busse navíc zdůrazňují, že fanouškovské artefakty byly zejména hmotné, protože mohly být geografické hranice problémem v distribuci jednotlivých fanouškovských výtvorů (Busse – Hellekson 2006: 13).

Přestože se již v 80. letech objevují první teoretické texty zpracovávající téma fanouškovství, za zásadní jsou společenstvem fanouškovsko-vědních teoretiků a teoretiček považována zejména již zmíněná 90. léta, která jsou tak dobou vzniku zmiňovaných ustavujících prací fanouškovských studií. Hlavním cílem těchto prací bylo představit samotné osobnosti fanoušků a jejich jednotlivé praktiky a činnosti. Prvotní teoretizace naznačila cestu k akademickému zkoumání fanouškovství provázaného zejména s prvotními pokusy o depatologizaci fanouškovství, jež bylo do té doby negativně stereotypizováno zejména jednorozměrnou reprezentací masmédií. Postupně se také začaly vydělovat jednotlivé druhy fanouškovství, jako je fanouškovství sportovní, mediální, hudební apod. Celkově se fanouškovská studia počala pozvolna dělit na

---

<sup>35</sup> Hluboké emocionální pouto k Jeanu Jacquesu Rousseauovi a snahu začlenit aspekty jeho textů do svých každodenních životů představuje Robert Darnton (2009), jenž je připodobňuje k projevům současných fanouškovských kultur.

<sup>36</sup> Fanzin je kombinací slov fan a magazin. Jednalo se a jedná o magazíny vydávané fanoušky. Pojem je užíván i ve spojitosti s alternativními kulturami a subkulturami a jejich periodiky (např. punk). Fanouškovský magazin byl vydáván původně zejména sci-fi seskupeními a šířený mezi nimi (srov. Evans 2006; LaChev 2005).

několik, mnohdy velmi specifikovaných, předmětů zájmu. Po roce 2000 se mnoho textů i nadále zabývalo tvorbou fanouškovské fikce a rozvíjením myšlenek teoretiků a teoretiček z 90. let 20. století. Akademická pozornost se týkala zejména konkrétních televizních a filmových (a jiných) děl, jako byly *Xena*, *Buffy, přemožitelka upírů*, *Star Trek*, *Akta X*, *Hvězdné války*, *Pán prstenů* apod. (srov. Kaveney 2001; Busse – Hellekson 2006 aj.). Z příkladových obsahů může být patrné, že převažoval především zájem o žánry sci-fi a fantasy. Pokračovalo další zkoumání tematiky fanouškovské fikce navázané na populární neheterosexuální obsahy nebo queer interpretace původně „heterosexuálních sdělení“ (např. ve zpodobnění postav). Jednotlivé práce se začaly také zabývat sblížováním recipientů a producentů mediálních sdělení, a to např. Nicholas Abercrombie a Brian Longhurst v roce 1998 nebo později Henry Jenkins (2006a) konceptem kultury konvergence a s ní související participativní kultury.

Jak naznačuji v předchozích odstavcích, doposud již proběhlo několik symbolických období zkoumání fanoušků. Někteří teoretici a teoretičky vývoj zpětně chronologizují do několika generací nebo vln, jednotlivá pojetí se však liší. Teoretici Gray, Sandvoss a Harrington hovoří v roce 2007 o třech proběhnuvších stádiích fanouškovských studií (Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 8). První období charakterizují zájmem o odpověď či reakci komunit vůči oblíbeným obsahům. Tímto označením naznačují akademický zájem o reakce fanoušků na konkrétní obsahy, ať už v podobě fanouškovské tvorby či diskuzí o interpretaci apod. Právě tuto fázi autoři označují jako *fandom je krásný*, tedy období, v němž se autorky a autoři snažili depatologizovat existující negativní obraz fanoušků, čímž se mnohdy uchýlili k nekritické oslavě fanouškovských praktik a osobností. V roce 2014 na označení *fandom je krásný* reaguje jedna z autorek tohoto prvního období, Francesca Coppa. *Je pro mě těžké neslyšet jistou blahosklonnost nebo snad skepticismus při označování té první vlny. Ale jako fanynka a zároveň akademička odpovídám ‚Sakra jo, fandom je krásný!‘* (Coppa 2014: 74) Dále pokračuje: *Nemylte se: Nesnažím se argumentovat tak, že fandom je něco jako utopie. (...) Ale fandom je tvořen lidmi se všemi jejich chybami stejně jako jejich silnými stránkami. (...) A fanouškovská studia, která se zabývají (...) fanoušky participujícími na nějaké fanouškovské kultuře (...) jsou fanouškovská studia zaměřená na rapidně narůstající síť, která může mít a má, obrovský dopad na skutečný svět.* (Coppa 2014: 77). Z uvedených citací je zřejmý

přetrvávající optimismus provázející některé práce fanouškovských studií<sup>37</sup>, jež velmi často nereflektují problematiku technologické závislosti praktik fanouškovství, komerčních strategií oficiálních tvůrců či inzerentů, stejně tak jako komodifikující snahy uvnitř samotných fandomů. Proto je třeba při práci s takovými zdroji uplatnit kritickou revizi.

Vrátím-li se ke zpětné periodizaci fanouškovských studií, druhé období Gray, Sandvoss a Harrington (2007: 9) charakterizují stíráním hranic mezi osobnostmi producentů a konzumentů a fanouškovským osvojením si praktik určité kulturní produkce, v textu bude tematizována například ve spojitosti s pojmy prozumenství a produčivatelství. Třetí stádium autoři slučují se zájmem o pronikání identity fanouška do každodenních životů jedinců. Tedy možnost průniku původně fanouškovských praktik do mediální gramotnosti a aktivit současných recipientů. Téma je úzce provázáno s technickou dostupností současnosti. Katherine Morrissey (2013: 2.4) na autory navazuje otázkou, zda není čas na stádium čtvrté, v němž se fanouškovští akademici zaměří na prožívání fanoušků a (kulturní) distribuci na rovině jednotlivců i společností. Taková výzva však není zcela opodstatněná, neboť cirkulace a distribuce kulturních statků, která se v rámci fandomů odehrává, je zkoumána jednak již v pracích zakládajících (např. textuální pytláctví a nomádství), jednak v pracích novějších (srov. Hills 2002; Jenkins – Ford – Green 2013).

Odlíšnou chronologizaci nabídl Henry Jenkins (2014b, online), který zařadil jednotlivé fáze odlišně. Za první generaci (vlnu) fanouškovských studií považuje práce Johna Fiska, Sarah Thorton a Janice Radway, jež jsem v textu představila jako předchůdce fanouškovských studií. Sebe a další autorské osobnosti z 90. let potom chápe jako generaci druhou. Zlomové jsou pro Jenkinse roky 2006 a 2007, v nichž vyšly antologie Karen Hellekson a Kristiny Busse *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*, stejně tak jako *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* Cornela Sandvosse, Johnatana Graye a C. Lee Harringtona (ibid.). Jenkins sice tuto generaci nepojmenovává explicitně, hovoří pouze o vlně nové, lze však vyvodit, že ji zamýšlí jako generaci třetí. Roky 2006 a 2007 na rozdíl od těch předchozích, jež

---

<sup>37</sup> Jedním z výrazných důvodů tohoto postoje některých teoretiků a teoretiček je stále trávající potřeba obhajovat zkoumání v rámci fanouškovských studií a zájem o ně. Skutečnost je patrná zejména v diskuzích jednotlivých akademiků a akademiček fanouškovských studií, kteří se často setkávají s nepochopením či ostrakizací ostatních kolegů a kolegyní z jiných oblastí zkoumání (literární věda, sociologie, ale i mediální studia apod.). I přes tento fakt by však k redukčním vyplývajícím z tohoto postoje nemělo docházet. Znalost vyplývá z mé několikaleté specializace na tato studia.

opakovaly nálezy a teorie zakládajících textů, přinesly nové poznatky i paradigmaty (ibid.).<sup>38</sup> Na rozdíl od fází Graye, Sandvosse a Harringtona dělení Henryho Jenkinse původní periodizaci o jedno období posouvá, první vlna zaměřená na depatologizaci fanouškovství se stává druhou fází a třetí generaci pak tvoří autorky a autoři, jejichž antologie vyšly v letech 2006 a 2007. Jako platnější vnímám dělení původní, neboť se předcházející autoři a autorky (Fiske, Radway apod.) ve svých dílech nezabývali osobnostmi fanoušků, ale všímali si jednotlivých praktik a aktivit, jež mohou recipientské skupiny využívat k nalézání individuálního uspokojení či naplnění dalších potřeb (např. subverze vůči mainstreamu), což předcházelo možnému teoretickému uchopení fanouškovských praktik a posléze pozvolného etablování fanouškovských studií. Lépe je proto o nich i nadále uvažovat jako o předchůdcích mediálních fanouškovských studií, nikoli jako samostatné vlně těchto studií. Minimálně tři proběhnuvší vlny zkoumání fanouškovství se od sebe nakonec lišily zejména změnami v přístupu k fanouškům i postupnou proměnou studovaných předmětů zájmu.

V současnosti vycházejí fanouškovská studia jednak z výsledků dřívějších prací, jednak z nových poznatků vycházejících ze současné mezinárodní tradice a bezprecedence možností komunikace mezi jednotlivými regionálními tradicemi, a to zejména díky (komunikačním) nástrojům nacházejícím se na internetu.<sup>39</sup> Současná podoba fanouškovských studií je v důsledku objevujících se regionálních tradic i nových fanouškovských zájmů a praktik značně fragmentarizovaná. Z původně především angloamerického teoretického prostředí se zkoumání fanouškovských praktik šíří do konkrétních regionů, díky internetovým platformám jsou poznatky z různých fandomů (TV, knihy, komiksy apod.) a lokalit (např. japonských, španělských apod.) dostupné mezinárodní akademické obci. Fanouškovská studia samotná jsou pak interdisciplinárním zkoumáním, které kombinuje přístupy kulturních, televizních a mediálních studií, ale také sociologie, literární vědy, historie, filosofie a dalších oborů. Prozatím neexistuje (mezinárodně) možnost studovat na katedře fanouškovských studií, toto zkoumání se

---

<sup>38</sup> Kristina Busse ve svém interview s Jenkinsem zdůrazňuje podstatu své (a Hellekson) knihy, která měla být odlišná od předchozích let především proto, že se všichni autoři a autorky otevřeně (sebe)identifikovali jako fanoušci. Tím Busse vysvětluje fakt, že byly i tyto práce velmi optimistické (Jenkins 2014a, online). Jak jsem ovšem naznačovala již dříve, tato optimističnost nebyla ve fanouškovsko-studijních textech výjimečná. Za fanouška se navíc otevřeně označil již Jenkins ve své první fanouškovsko-studijní knize *Textual Poachers*.

<sup>39</sup> Tyto (a jim následující) informace byly získány dlouhodobým studiem fanouškovských studií a slouží pouze jako elementární přehledové informace o současných fanouškovských studiích.

objevuje zejména druhotně na katedrách literatury, mediálních a kulturních studií apod.<sup>40</sup>

Současní akademici a akademičky zabývající se fanouškovskými studii tvoří mezinárodní společenství sdílející znalosti, literaturu, konferenční výzvy apod. K tomuto účelu aktuálně slouží několik platform. Jednou z největších z nich je *Fan Studies Network* (FSN) založená v roce 2012, jejím hlavním cílem je poskytnout celosvětově přístupný prostor pro komunikaci a spolupráci fanouškovských akademiků a akademiček<sup>41</sup>. Od roku 2013 je každoročně pořádána mezinárodní putovní konference *FSN Conference*. Ze spojeného úsilí fanouškovských teoretiků a teoretiček byl vytvořen recenzovaný online časopis *Transformative Works and Cultures* (TWC). Společně s tímto časopisem patří mezi základní odborné platformy současných fanouškovských studií také recenzovaný online časopis pro rozvoj fanouškovských studií a teorie publika *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. Obě tato periodika jsou ve společenství fanouškovsko-studijních akademiků a akademiček považována za stěžejní zdroj aktuálních poznatků z individuálních výzkumů fanouškovských studií, o čemž svědčí častý výskyt citací z nich v nových článcích a monografiích.<sup>42</sup> Zdrojem fanouškovsko-studijních textů jsou výjimečně také osobní internetové stránky jednotlivých akademiků a akademiček. Nejstarší z nich je blog Henryho Jenkinse *Confession of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*. Na blogu Jenkins zveřejňuje své úvahy či odborné články na téma fanouškovských studií (jejich aktuální stav, rozhovory s ostatními fanouškovskými akademiky a akademičkami), ale také obecně mediální teorie (např. teorie o šířitelnosti médií apod.).

### ***Tuzemská tradice***

Jak už jsem naznačila, fanouškovská studia se stále častěji objevují i v regionálních variacích. Například v českém akademickém prostředí (ale nejen v něm) je však i nadále

---

<sup>40</sup> Všechny údaje platné k dubnu roku 2018.

<sup>41</sup> Skupina vlastní rovněž uzavřenou platformu na sociální síti Facebook, která je určena akademikům a akademičkám z různých regionů, a to nejen z oblasti fanouškovských studií, ale i studií blízkých (kulturních, televizních apod.) Jednotlivci zveřejňují konferenční výzvy, nové publikace jsou zdarma sdíleny, hledá-li někdo veřejně nedostupné zdroje, jsou mu většinou zdarma poskytnuty.

<sup>42</sup> Mezi další relevantní časopisecké zdroje patří *Intensities: The Journal of Cult Media* nebo *Antenna: Responses to Media and Culture*, všechny tyto mají tzv. open access, jsou tudíž veřejně přístupné. Dostupné až na základě předplatného a registrace je pak *Journal of Fandom Studies* nebo časopisy, v nichž lze fanouškovsko-studijní statě nalézt spíše příležitostně, jedná se o *International Journal of Cultural Studies*, *European Journal of Cultural Studies* či např. *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*.

třeba v nových odborných pojednáních fanouškovská studia představovat<sup>43</sup> (př. Jansová 2014, 2016a, 2016c, 2017a) a obhajovat tak platnost probírané tematiky. Tím se zmenšuje prostor pro specifičtější fenomény, o nichž by pojednání mělo ve skutečnosti být (např. konkrétní fandom či fanouškovský fenomén). Nutnost opakovaného představování a zároveň ospravedlnování samotného přínosu zkoumání v rámci fanouškovských studií by měl předkládaný text v kontextu československého akademického prostředí eliminovat.

Zaměřím-li pozornost na tuzemský kontext, je třeba si nejprve klást otázku, zda je možné hovořit o českých či slovenských fanouškovských studiích? Odpovědí bude srovnání situace s celosvětovým měřítkem. Patrně nelze obecně uvažovat o existenci institucionalizovaného zkoumání fanouškovských studií, prozatím se jak v tuzemském, tak v celosvětovém kontextu jedná o přidružené a aplikované poznatky v rámci oborů kulturních, televizních či mediálních studií. Akademici a akademičky se tématu věnují z hlediska jeho stoupajícího významu v rámci dalších témat, patrný je vzestup reflexe různých témat fanouškovských studií v nově vznikajících bakalářských a magisterských absolventských pracích na různých univerzitách České republiky<sup>44</sup>. Fanouškovská studia jsou reflektována především v souvislosti s proměnou současných publik, v jejichž jednání lze nacházet podobnosti s tím fanouškovským. V současnosti existuje v československém prostředí jediný univerzitní kurz tématu se věnující, a to kurs *Studia fanouškovství: fan studies* na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci<sup>45</sup>. Téma fanouškovských studií se v akademických pracích objevuje ve spojení se zkoumáním specifických žánrů sci-fi a fantasy (srov. Macek 2006) nebo v souvislosti s herními studii (srov. Švelch – Kotrbová 2016). Pozornost je věnována také tématu fanzinů, jemuž bylo například poskytnuto specifické číslo kulturního čtrnáctideníku *Advojka*. Ústav českých dějin Filozofické fakulty Univerzity Karlovy (2017-2019) disponuje grantovou podporou pro řešení tématu české a slovenské kultury fanzinů. *Projekt (...) si klade za cíl interpretovat fenomén fanzinů novým způsobem, v konceptuálně a empiricky ukotvené perspektivě, jako sociální, kulturní fenomén a materiální artefakt.* (FFUK 2014) V rámci tohoto projektu se však jedná zejména o subkulturní magazíny a subkultury kolem nich shromážděné, fanouškovství navázané

---

<sup>43</sup> Podobný problém v začátcích svého fanouškovsko-studijního teoretizování naznačují dnes již „veteránky“ fanouškovských studií Karen Hellekson a Kristina Busse v rozhovoru s Henry Jenkinsem (2014a, online).

<sup>44</sup> Zde vycházím z vlastních zkušeností jakožto vedoucí, oponentky či konzultantky tohoto druhu prací.

<sup>45</sup> Údaj k akademickému roku 2017/2018.



například na TV seriály či filmy není primárním tématem tohoto zkoumání. Na podzim roku 2017 byla pak vydána kniha o československých hudebních fanzinech *Křičím: „To jsem já“* (Hroch 2017). Dále se ve spojitosti s odborným zkoumáním fanouškovských studií v tuzemském kontextu vyskytují témata japonského komiksu (Křivánková a spol. 2017) či specifických fanouškovských interpretací v podobě slash a femslash (Chlumská – Jansová – Jedličková 2015; Jansová 2014, 2016c, 2017a).

V roce 2017 se fanouškovství ve spojitosti s intertextualitou a populární kulturou věnovala také kapitola v knize *Česká populární kultura: Transfery, transponování a další tranzitní procesy* (Kolář 2017). Kapitulu zde z důvodů její problematičnosti podrobněji rozebírám. Na rozdíl od dalších výše stručně vyjmenovaných prací, které většinou vychází ze současnějších nebo specifických zdrojů, se Jan Kolář vrací k zakládající literatuře fanouškovských studií – knize „*Textual Poachers*“ Henryho Jenkinse. Činí tak ovšem velmi problematickým způsobem, neboť nereflektuje dosavadní posun fanouškovských studií, v nichž byly prvotní Jenkinsovy hypotézy opakovaně rekontextualizovány či reformulovány, a to i samotným Jenkinsem. V autorově kapitole se objevuje mnoho nepodložených a generalizujících prohlášení, jež vychází primárně z knihy napsané před 25 lety. Fanouškovská kreativita je v autorově pohledu zcela dominantně konformní a téměř nikdy nemůže mít subverzivní charakter, tento charakter však autor paradoxně spatřuje u slash prací. Takový myšlenkový a argumentační konflikt ovšem nijak dále nerozvíjí ani nevysvětluje. Tento druh reflexe mediálního fanouškovství není neobvyklý, autoři a autorky (např. Schäfer 2011: 44) se zkratkovitě uchylují k citacím Henryho Jenkinse jakožto výrazné osobnosti fanouškovských studií a užívají jeho příklad potenciálně podvrtných snah v podobě homosexuálních interpretací vztahů (slash) původních postav, aniž by zohlednili širší kontext a práce, které se tematikou zabývaly podrobně.

Pohled Jana Koláře na fanouškovskou produkci je značně hodnotící (negativně), přestože se v závěru hodnotící pozice zříká. *Při bližším pohledu to totiž vypadá, že fanouškovské psaní – zdánlivě věčně uvízlé v mantinelech vymezených popkulturními předlohami a vyživujících se jako pijavice na jejich žánru, struktuře fikčního světa či souboru postav – místo prostoru tvůrčí svobody nabízí jen příležitost k mechanické manipulaci s již hotovými stavebními kostkami, které lze v rámci jakési parodie na skutečnou kreativitu pouze převracet a přesouvat z místa na místo.* (Kolář 2017: 351) Podobný přístup je redukcující, účelově vybírá pouze části poznatků fanouškovských studií a opomíjí mnohé

nálezy, které jsou k tvrzení autora kontradikční. Největším problémem je rezignace na široký (a samozřejmě v jedné kapitole velmi těžce obsažitelný) kontext teoretických i empirických poznatků mediálních fanouškovských studií, jež dekonstruuji značnou část autorových tvrzení. Pouze myšlenku fanouškovské pasivity a konformity, jež absentuje aktivistickým a aktivním rázem, lze snadno vyvrátit poukázáním na analytické práce samotných fanoušků, které vedou např. k pravidelnému sdílení statistických údajů o různých fandomech, aktivistické snahy zaměřené na záchranu oblíbeného artefaktu (např. TV seriálu) nebo využití internacionální pozice fandomů k charitativní činnosti. Jak jsem již upozornila, nelze vytvořit jednoduchou rovnici mezi osobnostmi fanoušků jako zcela aktivistických a mocí obdařených příjemců, protože není možné vytvořit obdobnou rovnici s „opačným značením“, tedy generalizovat identitu fanoušků jako výlučně pasivní, konformní a manipulovatelnou.

Mimo akademický diskurz fanouškovských studií je patrná dlouhodobá existence fanouškovství mezi samotnými fanoušky. Oblast fanouškovství zaměřeného na TV seriály, hry, komiksy, filmy apod., které se v českém kontextu vyskytuje nelze z pozice jediné výzkumnice obsáhnout. Jen ve stručnosti zde proto zmíním obecně a veřejně dostupné informace o tom, že i v českém kontextu existují setkání fanoušků zaměřená na různá témata (např. Whocon zaměřený na TV seriál *Doctor Who* nebo Akcion pořádaný *Sdružením přátel japonské kultury SPJK*) lišící se individuálním zájmem jednotlivých fanoušků. Někteří z nich si pro přehlednost setkání a dalšího programu vytvořili kalendář fanouškovsky relevantních událostí.<sup>46</sup> Fanoušci pro své fanouškovství rovněž využívají nástrojů sociálních sítí a vytváří např. skupiny na stránce Facebook, kde lze společný zájem rozebírat s ostatními. Profilují se také zájmové weby, které působí jako filtrovací a informační nástroje (nejen) pro fanoušky hledající informace o svých oblíbených pořadech, jsou jimi např. Edna či Serialzone (obě s doménou cz). Tyto zájmové weby mohou být pak zaměřeny i na konkrétní filmy, seriály apod. Výrazné fanouškovské základny se formují zejména v okruhu populárních českých kapel a zpěváků a zpěvaček. Fanouškovské základny se začaly utvářet také okolo tzv. YouTube osobností a jejich vlogů. Zájem o vlogerství je patrný i z akce zvané *Utubering*, která byla poprvé pořádána v roce 2015 a v roce 2017 tak proběhl její třetí ročník. Jedná se o jistou variantu fanouškovských setkání, na níž se mají fanoušci konkrétních YouTube celebrit možnost setkat se svými idoly. S těmi jsou pak pořádány diskuse a rozhovory. V roce 2017

---

<sup>46</sup> Dostupné z *Fantazeen*. 2011. <http://www.fantazeen.bluefile.cz/kalendar-conu/> (20. 5. 2017)

Utubering proběhl v Praze i v Brně, byl primárně rozdělen do čtyřech sekcí (gaming, fashion, entertainment a music), které mohou poukazovat na žádané oblasti československé YouTube konzumace, tedy hry, módu, zábavu a hudbu.

Hlavním cílem těchto stručných odstavců bylo poukázat na prokazatelnou existenci jednak pozvolného formování akademické roviny fanouškovských studií, jednak na pozici fanouškovských studií v konkrétním geografickém prostředí. Jednotlivé současné směry fanouškovských studií tedy nabízejí širokou škálu konkrétních zájmů a nových poznatků, svým tematickým eklecticismem se však značně rozměňují a mnohdy poněkud populisticky zahrnují až příliš specifická témata. Mohlo by se zdát, že se z mé strany jedná o elitářské pojetí, není tomu tak. Výzva k větší kritičnosti mediálních fanouškovských studií odpovídá mé snaze o vícedimenzionální propojení jejich poznatků s dalšími teoriemi (zde například v podobě politické ekonomie) a jejich syntézu v teoreticky i výzkumně stabilnější přístup k těmto velice specifickým příjemcům, jimiž fanoušci jsou. Ti samozřejmě nemohou být zkoumáni mimo kontext, v němž se jejich aktivity odehrávají, protože je například absence reflexe technologické podstaty participačního charakteru fanouškovských aktivit příliš zjednodušující. Pozice současných (nejen) fanouškovských akademiků a akademiček je z hlediska rychlého technologického pokroku a také značného štěpení samotných fanouškovských studií ztížena. Fanouškovské projevy mohou ovšem být zásadním indikátorem současné podoby mediální komunikace a specifických modů užívání médií současnosti. Vedle konkrétních fanouškovských zájmů a specializovaných skupin je pak například konzumace a tvorba na platformě YouTube zcela unikátním fenoménem, kterému by měla být věnována pozornost současných výzkumů médií a publika, neboť je nevyvratitelné, že již v současné době představuje symbol probíhající změny pozice tvůrců a příjemců, jež v tomto případě ztrácí na ostrosti svých akademických ideálních kategorií/typů. Právě ke studiu této platformy mohou být poznatky a výsledky mezinárodních a interdisciplinárních fanouškovských studií klíčové. Obecně proto přinášejí jak dřívější, tak současné nálezy fanouškovských studií podstatný materiál ke studiu soudobých publik, protože praktiky, které byly dříve přisuzovány zejména zájmovému publiku a fanouškům, se stále častěji stávají běžným jednáním současných uživatelských skupin.

### **3.2 TYPOLOGIE FANOUŠKOVSKÝCH PRAKTIK**

V následujících odstavcích se nachází představení jednotlivých aktivit a praktik, které byly fanouškovskými akademiky a akademičkami označeny jako typicky fanouškovské,

a tedy definiční pro osoby fanoušků. Dříve uvedený negativní obraz fanoušků se od 80.-90. let 20. století především v akademické sféře postupně proměňuje. Elizabeth Bird (2011: 503) píše, že v současnosti se dříve zavržovaní fanoušci stali spolu s tématem digitální interaktivity jedním z významných témat studií publika. Takové tvrzení je částečně pravdivé, jak svědčí i zaměření této práce, nelze jej však generalizovat. Studium fanoušků je determinováno mnoha atributy, například dostupností technologie či rozdílností regionálních tradic, které se v aktuálních předmětech výzkumů mohou lišit (př. tematizovaná absence zpracování tématu v českém kontextu), proto se jednotlivé tradice studií publika tímto tématem mohou a nemusí zabývat.

Jeden z dodnes nejuznávanějších teoretiků fanouškovských studií, Henry Jenkins, se v 90. letech vůči tehdy vnímané pasivitě a manipulovatelnosti fanoušků vymezil vlastní definicí fanouška. Pro Jenkinse je fanouškem takový jedinec, jenž na rozdíl od běžných konzumentů<sup>47</sup> přetváří svůj příjem konkrétního obsahu (TV seriál, film aj.) v kulturní aktivitu (Jenkins 1992b: 210). To činí zejména prostřednictvím své emocionální investice věnované přijímanému obsahu a sdílením této emocionality s dalšími jedinci (především fanoušky). Fanouškovská recepce obsahuje dle Jenkinse jistou reciproční bázi, nejedná se tudíž o pouhé dekódování producentského kódu, ale další práci s ním, která může u některých fanoušků vést až k originální fanouškovské kreativní tvorbě. Je patrné, že v pojetí Henryho Jenkinse je fanoušek automaticky vnímán jako aktivní. Myšlenku inherentní aktivity fanouškovství zastává také John Storey (1996: 127-128), jenž odmítá představu fanouškovství založeného na pouhém konzumenství, podstatnou součástí fanouškovské recepce je dle něj i produkce textů (v širokém slova smyslu – beletrie, poezie, videa, kresby, písně apod.) vytvořená jako reakce na profesionální texty (TV seriály, filmy, knihy aj.). Reciproční podstata fanouškovského příjmu je patrná i ze Storeyho pojetí fanouškovského „znovučtení“ (rereading), fanoušci dle něj původní text mediálních producentů pouze nečtou, ale kontinuálně znovučtou (ibid.)<sup>48</sup>, v této opakující se práci s textem má být aktivita fanoušků zřejmá.

Storeyho a Jenkinsovo vnímání fanoušků jako inherentně aktivních se ovšem střetává s realitou existence fanoušků, kteří se sice za fanoušky považují, ale do fanouškovských praktik se nezapojují, čímž se pro fanouškovské akademiky a akademičky stávají

---

<sup>47</sup> Je zřejmé, že nic takového jako běžný/obyčejný divák/divačka neexistuje, jedná se pouze o konstrukt teoretiků a teoretiček publika.

<sup>48</sup> Lze si vybavit možnosti (např. díky DVD mechanice) nahrávání pořadů či filmů a jejich opětovné sledování, i takto je možné koncept znovučtení chápat.

v zásadě neviditelnými.<sup>49</sup> Nelze však opomenout, že prvotní práce o fanoušcích z 90. let 20. století vycházely zejména z etnografických výzkumů, které zkoumaly konkrétní fandomy a jejich praktiky, a to například na setkání takových fanoušků, kde lze předpokládat výskyt aktivních jedinců. V té době také neexistovaly (nebo pouze v omezené míře) současné možnosti zprostředkované existencí fandomů na internetu, jež umožňují konzumentství bez dalšího zapojení. I z těchto důvodů je tehdejší vnímání fanoušků jako většinově aktivních pochopitelné, avšak do současnosti nepřevaditelné. Fanouškovské praktiky mohou obecně reflektovat jak kritický přístup fanoušků k původnímu obsahu, tak nekritické adorování předlohy, jež v sobě částečně obsahuje substantivum fanatik, z něž je termín fanoušek odvozen. Takové praktiky jsou velice podobné nekritickému a pasivnímu přijímání obsahů představeném v prvním období zkoumání publik (kapitola 2), v němž byli příjemci vnímáni jako průměrné masy. Naopak praktiky spojené s vyjednávajícím a odmítavým postojem vůči původním obsahům odrážející snahu vzdorovat dominantní kultuře zpodobněnou například podrýváním patriarchy a dalších společenských normativů jsou emblematicky aktivní. Přestože je existence aktivního fanouškovství nepopiratelná, Storeym kritizovaný pohled na fanoušky jako na pasivně konzumující jedince v důsledku nemusí být zcela chybný. Různé zdroje dokazují (srov. Napoli 2010, Bird 2011), že značná část fanoušků praktikuje právě zejména konzumentské aktivity, a to více než praktiky producentské (původní tvorba atd.), jejich konzumentství se pak týká jednak produktů vytvořených mediálním průmyslem, jednak těch vytvořených tvůrčími fanoušky. Na tomto místě je proto zřejmá potřeba obezřetnosti v přístupu k fanouškům a jejich obrazu jako automaticky aktivních. Výsadní postavení z hlediska definice (aktivních) fanoušků a jejich typických praktik zastává ve fanouškovských studiích již zmiňovaný Henry Jenkins, téma aktivních fanoušků se v jeho pracích objevuje v ucelené kategorizaci nejčastějších fanouškovských praktik a aktivit. První z těchto aktivit je **osobitá recepce** (Jenkins 1992b: 209), jež se má lišit od konzumpce „obyčejných“ diváctev, a to především již zmiňovaným emocionálním vztahem ke konkrétnímu textu a loajalitou k němu, které patrně odkazují k vědomé pozornosti věnované těmto obsahům. Nejedná se tudíž například o náhodné přepínání TV kanálů, nýbrž o předem promyšlené sledování určitého pořadu nebo čekání a plánovaná koupě lístků na premiéru filmu. Fanoušci dle Jenkinse zakládají také

---

<sup>49</sup> Jedná se o vlastní zkušenost z provádění případových studií, k tématu se vrátím ještě v dalších částech práce.

**interpretační komunity**<sup>50</sup> (ibid.: 210), ty si lze představit jako komunikační síť konkrétních fandomů, skrze níž se sdílí společné interpretace a názory na dění ve společně následovaných obsazích. Existence interpretačních komunit je však vcelku běžná, týká se jak televizního diváctví, tak filmové tvorby, knižní tvorby, hudby a mnoha dalších oblastí. Není tak výlučně spojena pouze s televizními seriály, ale s širokou škálou zájmových obsahů. Fanoušci dle Jenkinse dále ustavují **základny pro konzumentskou aktivitu**, opět se jedná o komunikační síť a provázané komunikační uzly, kde fanoušci mohou jednak vyjednávat o významech mezi sebou, jednak s původními tvůrci. Jenkins uvádí, že jde o prostor imaginárního hovoru mezi příjemci a producenty. Aktuálně se již díky nástrojům sociálních sítí nejedná pouze o komunikaci imaginární.

Jednou z nejpodstatnějších a pro laiky rovněž nejviditelnějších fanouškovských praktik je **konstituce uměleckého světa** (ibid.: 211), která zahrnuje autorskou originalitu fanoušků čerpající z obsahů oficiální mediálně-kulturní produkce. Navazující fanouškovské práce mají podobu tzv. fanouškovského umění (fan art), jež slouží jako obecné označení pro textové, obrazové, audiovizuální a jiné obsahy a zároveň je, v užším slova smyslu, označením pouze pro obrazové fanouškovské práce. Jinou podobou fanouškovského umění jsou fanouškovská videa (fan vid), fanouškovská textová fikce (fan fiction), kostýmování (cosplay), hraní rolí (role play) či deskové hry aj. Další Jenkinsem zmíněná praktika je existence **alternativní sociální komunity** (Jenkins 1992b: 213), tedy založení světa sama pro sebe, který se vymezuje vůči oficiální kultuře a hegemonii dané společnosti. Tyto sociální komunity se mají odlišovat od běžného uspořádání společnosti, protože jsou často prostředím, v němž nezáleží na rase, věku, sexualitě, genderu, hendikepu a dalších kategoriích, které mohou být v běžném životě pro jedince determinující, případně diskriminující. Tuto myšlenku však nelze chápat jako tvrzení, že fanouškovství je činnost charakteristická výhradně pro minority.

Jenkinsův soubor typických fanouškovských aktivit rozšířila v roce 2005 Janet Staiger o **průnik fanouškovství do každodenního života**, který se manifestuje například pojmenováním potomků po oblíbených postavách, sběratelskou činností apod. (Staiger 2005: 105-107). Zejména sběratelská činnost navázaná na merchandising konkrétních děl je pak jedním z kontradikčních příkladů fanouškovské aktivity, jelikož je zároveň

---

<sup>50</sup> Takovou interpretační komunitou je však i soubor teoretiků a teoretiček fanouškovských studií, kteří sdílí určité výklady inspiračních teorií pro fanouškovská studia. Příkladem je axiomatická interpretace Fiskovy populární kultury (Fiske 1992b) jako konceptu poukazujícího na typickou fanouškovskou aktivitu, již má být přetváření původních obsahů dle individuálních preferencí, tedy různá fanouškovská tvorba.

důkazem poměrně snadné komodifikovatelnosti, při níž jsou fanoušci primárním cílem marketingových strategií. Přestože Staiger doplnila Jenkinsovu typologii o třináct let později, v současnosti se s ní v rámci článků a knih nakládá jako s kompletní a celistvou typologií, přičemž přínos Staiger bývá někdy (ať už vědomě či nevědomě) upozadován a citován je zejména Henry Jenkins. Obecně je tato typologie natolik široká a obecná, že ponechává prostor i novějším fanouškovským projevům, které lze do jednotlivých typů jednoduše přiřadit. Typy se zároveň prolínají. Přestože někteří fanoušci mohou naplňovat pouze některé z nich, jiní naplňují všechny. Jak terminologická, tak obsahová šíře jsou důvodem, proč je s typologií v rámci fanouškovsko-studijních děl i nadále nakládáno jako s aktuální. Tuto skutečnost mohou názorně prokázat zohledněním nových fanouškovských možností (tvorby, sdílení, komunikace aj.) a jejich případné ne/náležitosti k existujícím typům.<sup>51</sup>

První typ fanouškovských praktik, **osobitá recepce**, je významově transparentní. Aby byl někdo označen za fanouška, musí se nutně odlišovat od tzv. „běžných příjemců“, základním rozdílem je právě citová investice a osobitost recepce projevující se jak loajalitou, tak například sdílením s ostatními fanoušky. Týká-li se osobitá recepce masmediálních obsahů nebo obsahů distribuovaných novými médii, respektive jejich propojením, však není podstatné, proto je typ aktuální tak, jak byl Jenkinsem představen. Změnu může přinést například sdílení fanouškovské recepce s ostatními, jež komunikace např. přes internet či mobilní telefony značně usnadňuje.

U následujících dvou typů (**založení interpretační komunity** a **základny pro konzumentskou aktivitu**), společně s typem **zakládání alternativních sociálních skupin**, se změna projevuje v usnadnění těchto praktik. Fanouškovská uskupení díky svému působení a (mnohonásobně snazší) komunikaci přes internet mohou mít člen(k)y z různých částí světa, nejsou tedy geograficky omezena, jak tomu bylo v dřívějších dobách (srov. Busse – Hellekson 2006: 13). Zároveň se původní imaginární hovory fanoušků a tvůrců oficiální kulturně-mediální tvorby staly reálnými. Fanoušci mohou v současnosti užívat nástrojů sociálních sítí ke komunikaci s tvůrci, herci, herečkami apod. Taková komunikace je umožňována veřejnými profily konkrétních osobností, ale také speciálními akcemi typu live tweeting (tweetování v aktuálním čase), v nichž jsou

---

<sup>51</sup> Znalost jednotlivých aktivit vychází jednak z mého dlouholetého působení v oblasti fanouškovských studií, jednak z informací získaných v rámci případových studií. Jednotlivé praktiky a aktivity jsou podrobně představeny v šesté kapitole, a to ve specifickém kontextu femslash interpretací. Zde se jedná pouze o stručný přehled dokazující stále trvající aktuálnost, respektive významovou šíři, představených typů fanouškovských praktik.

příjemci oficiálními producenty vyzýváni k tomu, aby těmto osobnostem kladli otázky a otevřeně (v reálný čas) s nimi komunikovali o konkrétních obsazích (knihy, TV seriály, filmy, komiksy apod.). Přestože nástroje internetu komunikaci fanoušků značně usnadnily, již před jeho existencí fanoušci nacházeli prostředky, jak oslovit oficiální tvůrce (dopisy, telefonáty aj.). V důsledku byla tedy Jenkinsem vnímaná imaginárnost odvislá od míry fanouškovství, nikoli nemožnosti tvůrce oslovovat.

Čtvrtý typ – **konstituce uměleckého světa** – příchodem nových médií také neztratil na platnosti, rozšířily se pouze způsoby a prostředky fanouškovské tvorby. Fanouškovské malby tak mohou být nově tvořeny digitálně, vytváření a sdílení fanouškovských videí nevyžaduje nákladnou techniku (jako například v minulosti stříhání obsahů na VHS a jejich zasílání poštou), jejich zveřejňování je zároveň velmi snadné (např. na stránce YouTube, Vimeo apod.) a není podmíněno složitým a finančně náročným doručováním. Patrná změna například nastala ve fanouškovské praxi cosplay (tvorby a převlékání se do kostýmů), která byla v minulosti zejména společenskou záležitostí hromadných setkání fanoušků. V současnosti však může fanoušek sám ztvárnit i několik postav a pomocí videa, stříhání, vytváření titulků apod. vytvořit plnohodnotné příběhové video s vícero postavami nebo například příběhový Tumblr příspěvek založený na po sobě následujících pohyblivých obrázcích (gifech), které jsou doplněny titulky a společně tvoří dialog či konkrétní scénu. Zároveň zde musím upozornit na to, že i přes nové možnosti fanouškovských praktik, které jsou primárně online, nezanikají ty provozované offline, tedy mimo internet. Fanouškovská setkání (cony – z anglického substantiva convention) jsou dodnes častou a běžně provozovanou aktivitou, s níž je např. praktika cosplay nejčastěji spjata.

Typ Janet Stagier z roku 2005 – **průnik fanouškovství do každodennosti** – je existencí nových médií opět usnadněn, fanoušci mohou snadněji získávat oficiální merchandisingu, ale také fanouškovské artefakty, jež vytváří tvůrčí fanoušci. Stále trvající platnost typologie fanouškovských praktik by měla být z předcházejících stručných příkladů patrná. Na základě dlouhodobého působení ve fanouškovských studiích i nálezů z případových studií ovšem nakonec doplňují jeden ze současně aktuálních typů fanouškovských praktik. Jedná se o typ, který by bylo možné zahrnout do **založení základny pro konzumentskou aktivitu**, avšak je natolik specifický, že považuji za patřičnější chápat jej jako typ samostatný. Tuto fanouškovskou aktivitu jsem označila jako **pořadatelství (organizing)**. Pořadatelství se vyskytuje jednak od počátku



samotných (doložených) fanouškovských projevů, jednak od začátku akademické teoretizace o nich. Již v prvotních fandomech bylo běžné pořádat setkání fanoušků (cony) konkrétních kulturních artefaktů či jejich druhů (např. žánrové kritérium aj.). Pořadatelský typ fanouškovských praktik se projevuje také v rámci tzv. fanouškovského aktivismu, tedy lidskoprávního a jiného aktivismu, jenž je propojen, respektive distribuován a propagován, skrze síť fanoušků konkrétního fandomu nebo jeho části a v současnosti je tolik častý právě díky usnadnění celosvětové komunikace přes nástroje internetu. K praktice pořadatelství se podrobně vrátím v podkapitole 6.4. Popis a zavedení pořadatelské aktivity je jedním z podstatných přínosů této práce, neboť rozšiřuje uznávanou typologii běžných fanouškovských praktik, jenž se ve fanouškovských studiích užívá již od 90. let 20. století.

Všechny doposud vyjmenované aktivity vyžadují značné časové investice konkrétních jednotlivců. Jak jsem naznačila, někteří jedinci provozují všechny aktivity, jiní pouze některé. Prozatím neexistují reprezentativní výzkumy, které by vyčíslovaly přesná procenta aktivních a pasivních fanoušků. Některé práce však relativizují „fanouškovsko-studijní optimismus“<sup>52</sup> a procento produktivních a aktivních fanoušků odhadují na deset maximálně dvacet procent, čímž myšlenku obecné aktivity, participace a demokratizace negují (srov. Horan 2013; Bird 2011). „Aktivní pojetí“ fanoušků lze proto obezřetněji vnímat jako konstrukt teoretiků a teoretiček fanouškovských studií. Kategorie „aktivní fanoušek“ je zároveň konstruktem marketingových a inzerentských strategií, avšak také konstrukcí různých masmediálních obsahů snažících se fanoušky zpodobnit. Získat přesná data vypovídající o obecných praktikách a míře aktivity fanoušků, je vzhledem k rozsáhlosti fanouškovské tvorby a počtu zpracovaných děl oficiální kultury (nejen západního světa) v současnosti velmi obtížné, až nemožné. Vypovídat lze vždy jen o menších celcích, jež mohou posloužit pouze jako individuální příklady obecnějších fenoménů, podobně jako případové studie tohoto textu. Budu-li zcela přesná, jakákoli identifikace určité osoby jako fanouška je a vždy bude konstrukcí konkrétní/ho teoretika/teoretičky případně společenstva teoretiků a teoretiček v interpretační komunitě

---

<sup>52</sup> Patrný obecně zejména v pracích Henryho Jenkinse, jednoho z dodnes nejcitovanějších autorů ostatními akademiky a akademičkami fanouškovských studií. Nelze však tvrdit, že by byl Henry Jenkins zcela nekritický. Například ve stati napsané s Nico Carpentierem (Jenkins – Carpentier 2013: 265) doznává, že optimistická představa všeobecné možnosti participace a aktivity uživatelů (nejen fanoušků) je částečně utopií, neboť nelze opomenout restriktce korporátních médií, které určují možnou míru participace ze strany uživatelů.

zvané například fanouškovští akademici. Z mé vlastní teoretické a praktické práce vychází podstatný prvek definice fanouška, který je závislý na osobní sebeidentifikaci konkrétního člověka s tímto termínem. Sebeidentifikaci by měl jedinec navíc učinit, má-li být předmětem výzkumu, za předpokladu, že je obeznámen s tím, jak význam chápe realizovatel/ka daného výzkumu. Až tato „sebeidentifikace pod dohledem“ nabízí v akademických pracích možnost hovořit o někom jako o fanouškovi konkrétních objektů/subjektů.

### 3.3 TYPY FANOUSHKŮ

Nejen výčet praktik může napomoci k identifikaci a taxonomizaci osobnosti fanoušků. Jak bylo poznamenáno, jen někteří fanoušci budou aktivní ve všech představených praktikách, vhodněji se proto jeví hovořit o různé míře fanouškovství, která se bude lišit nejen v řádu fandomů, ale i jedinců v nich. V 90. letech rozpracoval Henry Jenkins ve spolupráci s Johnem Tullochem dvě kategorie fanoušků lišící se mírou jejich zaujetí (a tím vyvolaných aktivit) původním obsahem. Představují skupinu **následovatelů (followers)** a **fanoušků (fans)**, přičemž následovatelé sice pravidelně věnují pozornost například oblíbenému pořadu, ale nevnímají tuto aktivitu jako nedílnou součást své identity. Fanoušci na druhou stranu pocítují s obsahem ztotožnění a často o něm diskutují s ostatními fanoušky. (Jenkins – Tulloch 1995: 23) Autoři tedy představují skupinu fanoušků a nefanoušků, toto jednoduché dělení však nepostihuje zásadní odlišnost v rámci kategorie fanoušek, jíž je naznačená individuální míra fanouškovství konkrétních jedinců.

Vícečetnou typologii tuto skutečnost reflektující vytvořili Nicholas Abercrombie a Brian Longhurst. Ti charakterizují tři druhy fanoušků (fan, cultist, enthusiast) a dva další typy, jež jako fanoušky nedefinují (consumers, petty producers). První míru příjmu mají představovat tzv. **klasičtí fanoušci** (v originále **fan**). Ti jsou dle autorů obyčejní až pasivní konzumenti, jacíkoliv pravidelní diváci určitého pořadu, kteří jsou typičtí silným vztahem k určité osobnosti (např. herečce) či obsahu (Abercrombie, Longhurst 1998: 141). Zde je patrná nepřesnost, v okamžiku, kdy divák sleduje určitý pořad pravidelně a jeho sledování je intencí, podřizuje se tedy např. časovému programu TV vysílání, je označení pasivní konzumace, ve smyslu nezaujaté a mnohdy nekoncentrované pozornosti, zavádějící. Dalším stupněm fanouškovství jsou dle autorů tzv. **uctívači kultu**

v originále **cultists**<sup>53</sup>, ti se od klasických fanoušků (dle autorů) vyznačují jistou specializací a vyhraněností na určitá témata. Mezi členy vládou přátelské a neformální vztahy, ale zároveň se nejedná o komplexní organizace.

Posledním stupněm jsou pak **enthusiasts**, termín lze v češtině přeložit jako **naděnec** nebo **zapálenec**, obecně člověk, který se o něco zajímá a je schopen tomuto zájmu věnovat mnoho času. Abych zachovala logiku nejvyššího stupně fanouškovství, budu užívat překladu zapálenec. Zapálenci mají být charakterističtí promyšlenou a výkonnou organizací, pořádáním setkání (conů) a zejména fanouškovskou tvorbou (ibid.). **Konzumenti (consumers)** jsou pak dle autorů pouzí diváci určitých obsahů, již jsou neorganizovaní a na obsah nejsou nijak zvlášť navázaní (Abercrombie, Longhurst 1998: 149). Poslední kategorie, **malí producenti (petty producers)**, synonymizuje zvěcnění fanouškovského zájmu ve snaze prodávat fanouškům díla s tematikou tohoto zájmu, podstatná je tedy komercializace fanouškovství (Abercrombie, Longhurst 1998: 140). Autoři se domnívají, že malí producenti byli původně sami v určité míře fanoušky, ale potom se rozhodli svou znalost konkrétních fandomů komerčně využít.

Obě tyto typologie byly formovány v druhé polovině 90. let 20. století, novější pojetí či reformulace se prozatím v rámci fanouškovsko-studijních prací ani mimo ně neobjevily. První dva představené typy (followers a fan), zpracované Jenkinsem a Tullochem, vymezují dvě rozdílné pozice příjemců, nicméně následující typologie naznačuje, že pouhé dva typy nejsou dostačující. Typologie Abercrombieho s Longhurstem, byť vhodně nastavená jako škálování intenzity fanouškovského zájmu, je ovšem terminologicky nevhodná. Označení fanoušek pro téměř nejnížší formu a podobu fanouškovství, u níž lze navíc pochybovat, zda se o fanouškovství jedná, je v rámci tradice fanouškovských studií (explicitně podle fanoušků nazvané) zavádějící. Zároveň pak označení kultisté asociuje hluboké emocionální až obsesivní napojení na konkrétní obsah či osobu, autoři však termín užívají jako druhý stupeň fanouškovství. Největší míru fanouškovství mají pak vykazovat zapálenci, to už v pouhém porovnání s předchozím pojmem vyvolává otázky po vhodnosti či použitelnosti takto termínované typologie. Jak

---

<sup>53</sup> Ve fanouškovských studiích má termín kult/ovní speciální pozici, váže se na tzv. kultovní obsahy, zejména televizní seriály a filmy (například. *Star Wars*, *Star Trek* či *Twin Peaks*). Zjednodušeně se jedná o texty, na něž se snadno navazují fanouškovské základny, a přestože mohli mít pouze krátké trvání (př. jedna sezóna TV seriálu), staly natolik oblíbenými, že patří mezi fanoušky oblíbené a oceňované (mnohdy i odborníky). Zároveň jsou to texty vyvolávající soubor mnoha fanouškovských praktik (vytváření fanzinů apod.). Podrobně problematiku rozebírají například Matt Hills (2002: 101) nebo Sharon Ross (2008: 12-15; 49-50).

jsem naznačila, Abercrombie s Longhurstem přichází s důležitou myšlenkou škálování různých stupňů fanouškovství, které je v jednotlivých fandomech nadále patrné (př. tvořící fanoušci versus fanoušci pouze čtoucí/sledující), volí k tomu však nepřesná označení. Z tohoto důvodu jsou závěrečné části práce (kapitola 7) věnovány nové typologii fanoušků reformulované na základě zde představené teorie a současně poznatků z případových studií zaměřených na konkrétní fanouškovské praktiky. Až syntéza teoretických a praktických informací poskytuje možnost novou typologii vytvořit.

Ještě jiný a prozatím nezohledněný typ fanouška<sup>54</sup>, jenž je v současnosti velmi běžný, blíže rozebral a v důsledku popularizoval Matt Hills ve své knize *Fan Cultures* (Hills 2002: 51-52), jedná se o tzv. **aca-fana**, tedy **akademického fanouška**. Aca-fan je akademik, který je zároveň fanouškem, bývá součástí konkrétních fandomů, zná jejich jazyk a je schopen niterné a chápající výpovědi o procesech, jež se v centru konkrétního fandomu odehrávají. Například Henry Jenkins sám sebe za aca-fana považuje, a to už v roce 1992, přestože k tomu tento konkrétní termín neuzivá: *Piši jednak jako akademik (s přístupem kurčtým teoriím populární kultury, určité kritické a etnografické literatuře), jednak jako fanoušek (s přístupem ke konkrétní znalosti a tradicím této komunity)*. (Jenkins 1992a: 5-6) Matthew Hills sice uznává aca-fanouškovství jako vhodnou pozici pro získávání ojedinělých poznatků, vyzývá však k přísné sebereflexi a sebekritice, které by měly být instrumentem pro alespoň částečnou objektivitu (Hills 2002: 51-52). Sřet aca-fanoušků s ostatními akademiky se ve fanouškovských studiích objevuje opakovaně. Například Richard Burt kritizuje Constance Penley za to, že byla svým vlastním objektem studia (Jenkins 2006b: 13). Otevřenou pozici aca-fana zastávala již před Jenkinsem také například Joanna Russ, ke svému aca-fanouškovství se později přihlásily i Kristina Busse a Karen Hellekson (Jenkins 2014b, online), jež tak označily i všechny přispěvatele a přispěvatelky antologie *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays* z roku 2006.

Kritika možného zachování objektivity při zkoumání fanouškovských skupin, jichž je teoretik/teoreticka součástí, je samozřejmě dodnes platná. Proč tomu tak je, naznačuje již několikrát zmiňovaný optimismus určitých prací fanouškovských studií projevující se v nekritickém pojetí fanoušků jako obecně aktivních. Přesto je však nutné brát v potaz,

---

<sup>54</sup> Zcela specifickým druhem fanoušků jsou tzv. **antifanoušci (antifans)**, jež projevují uvědomělou nelásku (a někdy i nenávisť) k určitému textu. Tyto negativní emoce jsou vyvolány textem samotným, případně paratextem obsah doprovázejícím, a to i včetně fanouškovských (libých) reakcí. Antifanouškovství se věnuje již několik textů (Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 344-356, 285-300), jedná se však o pro tuto práci nerelevantní oblast fanouškovských studií, a proto tématu nebude nadále věnován prostor.

že fanoušci tvoří specifická uskupení (fandomy), v nichž dochází k unikátní komunikaci apod., které lze jen s obtížemi porozumět jako vně stojící/mu výzkumníkovi/výzkumnici, ačkoli je to v současnosti značně usnadněno existencí fanouškovských artefaktů a projevů na internetu, kde může výzkumník/výzkumnice většinou zdarma, a především bez vědomí konkrétních fanoušků, data získávat a dále analyzovat. Z vlastní výzkumné zkušenosti vím, že o konkrétním fandomu či subfandomu (dílním uskupení většího fandomu) lze informovaně vypovídat pouze v případě obeznámenosti s úzky daného společenství, stejně tak s objekty jejich zájmu, jejichž poznání může trvat i několik let, jak tomu bylo i u případových studií, z nichž čerpám informace v této práci. Zároveň, i díky zkušenosti z komunikace s ostatními akademiky a akademičkami fanouškovských studií, zdůrazňuji potřebu obezřetnosti před situací, kdy se z výzkumného zájmu stává předmět nekritické adorace dané osobnosti a zkresluje veškeré jeho/její vypovídání. Jeden ze způsobů, jak lze takovým postupům předcházet, jsem našla v aplikaci vícedimenzionálních teoretických východisek integrujících poznatky kulturních a fanouškovských studií s těmi pocházejícími z tradice politické ekonomie, které jsem v práci již představila.

### 3.4 SKUPINY FANOUŠKŮ – FANDOMY

Jednotliví fanoušci se obvykle sdružují okolo konkrétního obsahu či jeho části, taková množina jedinců se nazývá **fandom**. Fandomy se běžně formují také okolo konkrétních postav či jejich protagonistů/protagonistek (herců/hereček), případně tvůrčích osobností (autoři, režisérky apod.). Sociodemografické determinanty jako rasa, náboženství, věk, gender, politická příslušnost nebo profese nejsou pro náležitost k fandomu relevantní. Spojujícím elementem je sdílené (např. citové) pouto s konkrétním obsahem, jakési kolektivní nadšení pro autorskou osobnost, žánr, TV seriál apod. (Jenkins 1992b: 2013; Hills 2002: 10). Konkrétně Tulloch s Jenkinsem definují fandom jako *společný způsob recepce, společný soubor kritických kategorií a praktik, tradice estetické produkce, soubor sociálních norem a očekávání* (Jenkins – Tulloch 1995: 144). Matt Hills se pak domnívá, že fandom není jednoduše ledajaká analyticky zkoumatelná entita, ale (ne)proklamovaná identita performující kulturní práci (Hills 2002: 10). Hills tak poukazuje na fluiditu a flexibilitu jednotlivých fanouškovských uskupení a fanouškovskou kreativitu vycházející z jejich vlastní umělecko-kritické tvorby, jež jsou pro fanoušky i fandomy ustavující. Mellisa Herzing dále upozorňuje, že jedinec se nestává součástí fandomu jakýmsi oficiálním vstupem, patřičnost k fandomu spočívá

v individuálním zapojení fanoušků, a to v míře, jaké on/a sám/sama preferuje (čtení fanouškovské fikce, případně její psaní atd.). Autorka rovněž zdůrazňuje podstatný prvek náležitosti k fandomu, kterým je jeho intertextualita. Fanoušci určitého filmu či seriálu nebývají fanoušky pouze tohoto daného obsahu, ale i dalších obsahů, jež mohou určitým způsobem souviset (Herzing 2005: 5). Totožnou tematikou se zabývá také koncept textuálního nomádství Michela de Certeaua (1984). Jednotlivá propojení lze nacházet v hereckých osobnostech (např. sledování všeho, v čem daná osobnost vystupovala), případně v žánrovém hledisku (zájem o sci-fi, fantasy apod.) nebo například v druhu média (komiks, TV seriál atd.).

Musím zde také připomenout, že nekritický optimismus se v historii fanouškovských studií netýkal pouze samotných fanoušků, ale i fandomů, jak také naznačuje název první fáze zkoumání fanoušků *fandom je krásný*. Francesca Coppa však zdůrazňuje, že toto vnímání je potřebné, neboť *v současnosti více než kdy předtím, je potřeba si pamatovat, že fandom je tvořen lidmi a že fandom je krásný, protože fandom je v nebezpečí zhodnocení a zvěčnění: naše práce, naše komunikace, vztahy mezi námi. (...) Pokud všechny fandomy začnou vypadat jako (...) průmyslová setkání vydávající se za fanouškovská setkání, jsme v nebezpečí redukce všech fanoušků na pouhé následovatele*<sup>55</sup>. (Coppa 2014: 79). Komodifikace fanouškovství je jedním z podstatných témat nejen současných fanouškovských studií, ale i této práce, přesto je autorčina výzva poněkud zjednodušující. Fanoušci jsou sice v současnosti (více než v minulosti) cílem komerčních strategií, k tomu ale sami přispívají tím, že svůj zájem veřejně proklamují (zejména na internetu) a svým působením na různých platformách (stránka TV seriálu, fanouškovské archívy, sociální sítě apod.) své preference sdělují a zanechávají tak o nich dostupné záznamy, jež mohou být následně využity k jejich další komodifikaci. Zároveň se i uvnitř samotných fandomů nacházejí fanoušci, kteří se nejen navzájem střetávají v intencích odlišných interpretací apod. (patrně již ze vzniku subfandomů), ale také se mohou vzájemně exploatovat (příklad tvůrčích fanoušků prodávajících svou tvorbu ostatním fanouškům). Pojetí fandomů jako ohroženého harmonického místa je proto exponované, a to i přes fakt, že některé sub/fandomy skutečně mohou být specifickým místem inkluze a komunitnosti<sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> Zde autorka užívá rozdělení fanoušků a následovatelů od Jenkinse a Tullocha (1995: 23).

<sup>56</sup> Takto se o fandomu následujícím mnou zkoumaný web seriál *Carmilla* vyjadřovali jeho fanoušci (Jansová 2018d).

Shrnu-li předchozí odstavce, fandom je společenství jedinců, jejichž vzájemné vztahy jsou určeny společným zájmem, kterým může být masmediální text (př. TV seriál), konkrétní osoba (herečka, režisér, členové hudební kapely aj.) nebo určitý žánr, zároveň ale například i platforma fanouškovské tvorby (Tumblr aj.). Podstatnou informací je to, že členství ve fandomu se řídí právě tímto společným zájmem a nikoli sociálními determinanty jako jsou rasa, třída, gender nebo sexualita. Proto je fandom často skutečně místem, kde jsou komunikována témata sociální diskriminace a kde může docházet k aktivismu zaměřenému proti této diskriminaci, ať už běžné sociální (př. podpora všeobecné gramotnosti dětí) či té zobrazované v médiích (př. stereotypní reprezentace minorit). Fandomy mohou tedy být této tematice často otevřeny, v konkrétních fandomech i mezi různými fandomy však dochází také k nepopiratelné hierarchizaci (např. prostřednictvím subfandomů). Příkladem je globálně rozšířený fandom seriálu *Glee* (fanoušci jsou označováni jako Gleeks), jenž se postupně rozdělil na mnoho subfandomů, v nichž se objevovaly zejména lesbické a gay interpretace vztahů původních postav seriálu. Vůči nim se fanoušci ztotožňující se s originálním obsahem značně vymezovali (Jansová 2018b: 7). Tyto poznatky poukazují na to, že jednotlivé fandomy jsou hierarchizované na preferované a méně preferované interpretace původního textu. V tomto kontextu mohu citovat Victorii Gonzales, která upozorňuje na to, že fandomy obsahují privilegované fanoušky – fan seniors nebo executive fans, již se nachází v rolích názorových vůdců a určují, jaké interpretace jsou přípustné a jakým způsobem lze o určitých věcech diskutovat. (Gonzales 2016: 2.3). Také z tohoto důvodu vznikají subfandomy, v nichž se objevují odlišné interpretace (často právě marginalizované). Upozorňuji zde proto znovu na skutečnost, že často zdůrazňované rovnostářské a vřelé prostředí (internetových) fandomů, které se objevilo například u Coppy, neodpovídá realitě, i tento prostor může být totiž ovládán a hierarchizován soudobými dominantními světonázory.

S tendencí fanoušků sdružovat se do fandomů konkrétních subjektů či objektů, stejně tak jako patrnou hierarchizací a dělením jednotlivých fandomů souvisí jejich rozdělování podle určitých kritérií. Od 90. let 20. století bylo již několik druhů fandomů konceptualizováno. Henry Jenkins (1992a: 280) započal tuto teoretizaci konceptem **víkendového fandomu** (weekend-only fandom). V rámci mediálních fanouškovských studií je uzuálně vnímán jako ten, co definoval fandom, jak sám přiznává (Jenkins 2006b). Označení charakterizovalo skupiny fanoušků, kteří pořádají zejména víkendové

konvence (cony), na nichž se schází; pro jejich komunikaci je především zejména tiskový/papírový projev. O deset let později navazuje na tento koncept Matt Hills (2002: 178) s **aktuálním fandomem** (just-in-time fandom), ten terminologicky reflektuje zrychlující se komunikaci prostřednictvím internetu, jejíž míra byla v předcházejících letech nepředstavitelná. Tato komunikace a technologická dostupnost dovoluje věnovat se fanouškovství i v pracovním týdnu a umožňuje pronikat do každodennosti jedinců. Janet Staiger proto o tři roky později definuje aktivitu průnik fanouškovství do každodennosti (Staiger 2005: 105-107). V roce 2013 Jenkins, Ford a Green (2013: 150-151) hovoří o obecnějších kategoriích **transformativního** (transformational) a **afirmativního** (affirmational) **fandomu** lišících se tím, zda je obsah přijímán ve své původní podobě (afirmativní) nebo je přetvářen fanoušky dle osobnostních preferencí (transformativní). V případě afirmativních fandomů je pak patrná souvislost s teoriemi publika přisuzujícími dominantní moc médiím (první a třetí období, kapitola 2), i zde se totiž často vyskytují jedinci, kteří nekriticky přijímají významy nastolované médii. Nejreprezentativnějším příkladem afirmativních fanouškovských praktik je kostýmování (cosplay), fanoušek přesně napodobuje atributy (oblečení, úprava účesu apod.) známé z originálu, aby byl pro ostatní fanoušky zřetelně rozpoznatelný. Příkladem transformativního přístupu je pak obecně femslash a slash tvorba.

Jason Mittel (2013, online) ve spojitosti s termínem komplexní (TV) narativ uvažuje o dalším druhu fandomu – fandomu **forezním**. Forezní fandom je dle něj skupinou velice aktivních diváků, kteří jsou navázáni na komplexní narativy (např. seriál *Ztraceni*), jež je k takovému zapojení vyzývají různými hádankami v původním textu. Jako podobný příklad mohu uvést seriál *Fringe*, ten dokonce disponoval vlastní abecedou znaků, které promítal během jednotlivých epizod a z nichž mohli diváci skládat různá sdělení. Seriál navíc pro abecedu i řešení hádanek vytvořil vlastní encyklopedickou stránku *Fringepedia*. Vedle těchto obecnějších kategorií, signalizujících časovou investici jedinců či přístup k původnímu textu, mohu na základě dílčích atributů dělit fandomy následujícím způsobem: **fandom žánrový** (fantasy, sci-fi, rock apod.), **fandom zdrojového materiálu** (TV seriály, filmy, knihy, video hry apod.), **fandom tvůrce/umělce** (*Lady Gaga*, *Benedict Cumberbatch* apod.) nebo **fandom platformy** (Tumblr, Fanfiction, Archiveofourown<sup>57</sup> aj.). Jedná se o vlastní dělení, které má sloužit k snadnější tematizaci problematiky.

---

<sup>57</sup> Fanfiction má doménu net, Archiveofourown doménu org.



Prvotní texty fanouškovských studií ještě takto četné dělení fandomů nereflektovaly, obecně je z představené stratifikace v současnosti platná zejména dichotomie afirmativních a transformativních fandomů, stejně tak jako zaměření fandomů dle konkrétních žánrů, umělců či zdrojového materiálu. Aktualita fandomu reflektovaná Hillsem je v současnosti podpořena také existencí mnoha nových platforem, jako je například Tumblr, jedna z nejužívanějších sociálních sítí pro fanouškovskou aktivitu, na níž lze provozovat celou škálu fanouškovských praktik (fanouškovská textová, obrazová, audiovizuální tvorba; diskuse; hlasování apod.). Ani Jenkinsův víkendový fandom však v současnosti nezaniká, objevuje se na setkáních fanoušků, která se sice vyskytují s větší frekvencí a ve větší míře (spojeno i s rozšířením jednotlivých zájmů), nikoli pouze o víkendu, to ovšem Jenkinsovu definici nijak nepopírá.

Na tomto místě považuji za podstatné adresovat ještě otázku provázanosti fandomů s žánry sci-fi a fantasy, které patřily a patří k jednomu z nejkoumanějších žánrů v kontextu fanouškovských studií (př. Jenkins 1992a; Jenkins - Tulloch 1995; Bacon-Smith 2000). Z tohoto důvodu dodnes mnohdy přetrvává představa fanouškovství jako aktivity primárně navázané na tyto obsahy (vedle ještě typičtější konotace fanouškovství sportovního a hudebního). Zmíněné propojení fanouškovství s těmito specifickými žánry (sci-fi a fantasy) a zejména pak fanouškovství navázané na hudební průmysl vedlo k objevujícímu se připodobňování konceptu fandomu k subkulturám. O tom svědčí i jmenovaný typ fanouškovské praxe Henryho Jenkinse (1992b) – **vznik alternativního světa**, který takové připodobňování asociuje. Přestože fandomy a subkultury vykazují jisté společné znaky, může být sjednocování či záměna obou v určitých kontextech zjednodušující. Subkultury jsou ve své klasické definici skupiny jedinců se specifickými kulturními znaky odlišujícími je od kultury dominantní. Za tyto specifické znaky lze považovat životní styl, jednání, hodnoty, normy apod. Podstatným atributem subkultur<sup>58</sup> je jejich existence v rámci dominantní kultury, tedy jako její součásti. Tyto znaky mohou částečně odpovídat definici některých fandomů, především již zmíněných hudebních nebo sportovních, přesto se například specifické normy, hodnoty či životní styl nemusí u mnoha fandomů vůbec projevovat (zejména u televizních či filmových<sup>59</sup>). Určitou podobnost lze spatřovat i v konceptu subkulturní brikoláže, tedy

---

<sup>58</sup> Tematika subkultur je již mnohokrát rozebrána, srov. Hebdige 2012; Gelder, 2007; Smolík 2010; Berzano – Genova 2015.

<sup>59</sup> Pozoruhodnou výjimku tvoří někteří následovníci a následovnice snímků *Star Wars*, v kontextu rytířů Jedi se totiž začaly celosvětově objevovat skupiny náboženského rázu vyznávající tzv. jediismus. Obdobně

rekontextualizace původních kulturních objektů, v nichž dochází k přeskupení a vzniku nového významového kódu. Společný je rovněž problém autenticity, reprezentace jednotlivých subkultur i fandomů skrze média může nastolovat existenciální pochybnosti o původnosti obou. Nelze v důsledku hovořit o větší stálosti ani fandomů ani subkultur, jelikož každý fandom a každá subkultura jsou jiné, a tudíž mají i jiný životní cyklus. Některé mohou trvat od mládí celý život, jiné mohou být pouze generační záležitosti. V případě subverze vůči dominantní kultuře, kterou zdánlivě oba koncepty shodně vykazují, by však rezistentní snahy mediálních fandomů (nejčastěji zaměřené proti heteronormativitě, patriarchátu, bělošskému kolonialismu apod.) odpovídaly spíše konceptu kontrakultur, tedy odporu a aktivnímu boji proti mainstreamovým hodnotám, přesvědčením a postojům. *Kontrakultura (...) je hnutí, které stojí v opozici konvenčním ,produktům lidské práce a myšlení.‘ Je to kultura sama o sobě, jejíž základní hodnoty a způsoby života stojí vně mainstreamu a která aktivně či implicitně touží změnit status quo.* (Misiroglu 1993: 17) Subkultury i kontrakultury ke své existenci potřebují dominantní kulturu, k níž by se v různé míře vymezily, stejně tak fandomy nutně potřebují kánon (původní text), k němuž se mohou vyjadřovat a který mohou rozvíjet, alternovat, přepracovávat apod. Je patrné, že se jedná o příklad platný zejména pro transformativní fandomy, afirmativní fandomy subverzivní praktiky provozovat nebudou.

Po dlouhodobé a poněkud běžné synonymizaci fandomu a subkultur v rámci fanouškovských studií se k tomuto zjednodušujícímu spojování v současnosti vyjádřil i Matt Hills, který argumentuje podobně jako já výše. Myšlenka subkulturního fandomu se dle něj v době webu 2.0<sup>60</sup> a sociálních médií stala problematická. *Možná potřebujeme chápat současný fandom ne jako jednotnou či koherentní ,kulturu‘ (jestli jsme někdy skutečně mohli), ale jako síť sítí (...) všichni se specializují v různých druzích*

---

společenství existuje i v České republice, zde jsou k nahlédnutí jejich webové stránky: *Jediismus*. 2008. <http://jediismus.cz/index.html> (29. 5. 2017).

<sup>60</sup> Termín odkazuje k platformám založených na spoluutváření jejich obsahu tvůrci i příjemci, přičemž hranice mezi oběma se stírá. Jsou to tedy např. sociální sítě nebo hromadně vytvářené projekty typu Wikipedia, YouTube, Facebook apod. Interakce neprobíhá pouze mezi příjemci a tvůrci, ale i mezi příjemci navzájem, web 2.0 podporuje kolaboraci, sdílení znalostí a informací apod. (O'Reilly 2005, online) Na rozdíl od webu 2.0 je jeho předchůdce – web 1.0 - limitován možnostmi interakce, jedná se zejména o jednostranné získávání poznatků (čtením) uživateli bez možnosti zanechávání komentářů a zpětné vazby. Hovoří se již o dalších fázích, následuje web 3.0, v němž mají interagovat samotné stroje mezi sebou navzájem, zároveň dokáží interpretovat informace podobně jako lidé. Příkladem je digitální video nahrávač, který je schopen vyhledávat na internetu a doporučovat uživateli/uživatelce, co sledovat, na základě jeho preferencí. (Armitage 2010, online) V současnosti se dále hovoří o webu 4.0 a 5.0 (srov. Benito-Osorio a spol. 2013)

*fanouškovské activity*. (Hills 2017: 860) Přestože tedy mohou být patrné obdobné znaky a možné prolínání jednotlivých konceptů, totožnost probíraných pojmů z nich nevyplývá. Pokud by někdo chtěl podobnou synonymizaci využít, bylo by nutné přesně specifikovat a definovat, proč by právě určitý fandom mohl být termínem subkultura označen. Například v kontextu hudebních fanoušků může být tato synonymizace skutečně na místě (př. punk, rock apod.). Jen výběrové televizní a filmové fandomy však budou natolik kohezí, aby vykazovaly hodnotovou a např. politicky motivovanou soudržnost či jednotnou subverzi vůči kánonu/dominantní kultuře (př. již zmíněná četnost odlišných interpretací fandomu seriálu *Glee*).

#### 4. TECHNOLOGICKÝ KONTEXT

Emancipace publik zkoumaná ve čtvrtém období výzkumů publika, která předznamenala možnost formace fanouškovských studií, byla závislá na technologickém vývoji. V této kapitole se proto stručně<sup>61</sup> věnuji některým emancipačním atributům, jež v současnosti umožňují „fanouškovský příjem“ nejen fanouškům. Změna výzkumného prizmatu a nový teoretický důraz na aktivitu publika, stejně jako podrobnější zkoumání specifických skupin publika, reagují na patrné proměny v příjmu různými médii přenášených sdělení. Myšlenku závislosti zvyšování aktivit publika na vývoji technologie zastává například Phillip Napoli, který tuto evoluci spatřuje zejména ve svobodném rozhodnutí (a možnosti) publik, jak, kdy a kde přijímají „svá média“. (Napoli 2010: 4-5) Možnost volby, jak, kdy a kde k příjmu dochází, je v současnosti zřejmá v každodenním životě, v němž člověk potkává jedince například ve veřejné dopravě sledující televizní seriály či hrající hry na chytrých telefonech, případně tabletech nebo noteboocích.

Následující podkapitoly již reflektují konkrétní technologický vývoj (a na něj navázanou emancipaci publik) zejména televizního média, k němuž je práce vázána skrze případové studie. Zaměření na televizní fikční obsahy vyplývá jednak ze souvislosti s mediálním fanouškovstvím, jednak z jejich potenciální moci ovlivňovat lidskou každodennost, jak ostatně naznačují i teorie mediální konstrukce reality.<sup>62</sup> V prostém výkladu mediálního konstruktivismu jsou média prostředek, který má moc spoluutvářet či reprodukovat lidskou realitu, a to nejen ve faktuálních, ale i fikčních žánrech. Jak píše například John Fiske: *Televizi tedy můžeme zvat esenciálně realistickým médiem díky její schopnosti přenášet sociálně přesvědčivý smysl skutečného. Realismus není záležitostí žádné věrnosti empirické reality, ale diskurzivních konvencí, kterými a pro které je smysl skutečného konstruován.* (Fiske 2003: 21) Jak vidno, realizmus nespočívá v zobrazování přesných kopií skutečnosti, nýbrž v reiteraci ustálených způsobů rozumění konkrétním záležitostem, například funkci konkrétních sociálních rolí typu matka a dcera. Především díky opakování diváctvem rozpoznatelných typů (ale i stereotypů) a charakterizací konkrétních fenoménů – např. vyobrazení „typických vlastností“ určitého etnika nebo

---

<sup>61</sup> Zevrubnější rozebrání tematiky není v kontextu práce relevantní a není ani možné z hlediska prostorových důvodů.

<sup>62</sup> Teorie souvisí s konceptem sociální konstrukce reality Petera Bergera a Thomase Luckmanna (1999). Rozdíl mezi sociální a mediální konstrukcí reality naznačuje například Renáta Sedláková (2008), která jej vidí v míře možnosti spolupráce příjemců mediálních obsahů. Na rozdíl od sociální konstrukce reality, neposkytuje ale dle autorky mediální konstrukce reality automatický přístup ke své (spolu)tvorbě. Toto tvrzení bude v současnosti čelit zpochybnění z hlediska teorií participační kultury a potenciální moci příjemců podílet se na tvorbě různých mediálních obsahů (zejména na internetu).

genderu – mohou obsahy působit realisticky. Konkrétně reprezentace minoritních skupin jsou častými předměty fanouškovských reakcí, jak v podobě komentářů, tak individuálních prací, v nichž mohou fanoušci upozorňovat na nevyvážené zobrazování jednotlivých identit či na patologizující vzorce jejich zobrazování (př. častá smrt lesbických postav v TV seriálech, srov. Jansová 2017b, online).

#### 4.1 TELEVIZNÍ MÉDIUM

Televize je médium, které prošlo během své existence jedním z nejrychlejších technologických vývojů. I přes konkurenci internetu patří dodnes k nejužívanějším médiím (srov. Macek 2015: 11; Spiegel 2004: 1). Vyvíjející se technologie televizního příjmu a zmnožení konkurence mezi jednotlivými poskytovateli televizních obsahů ovlivnili aktivitu a moc publik, jež dnes nadále prohlubuje existence internetu. Technologický a průmyslový posun teoretizuje například John Ellis, rozdělující historii televizního vysílání na tři éry. V první řadě tzv. éru nedostatku (era of scarcity), v níž diváctvo vybírá mezi maximálně dvěma až třemi kanály (70./80. léta 20. století). Následuje éra dostupnosti (era of availability), v níž narůstají možnosti volby mezi kanály zejména díky příchodu kabelových a satelitních televizí, stejně tak jako možnosti pořízení záznamu (např. VHS či DVD rekordéry). Poslední je éra mnohosti (era of plenty) typická existencí digitálních platform (od 90. let 20. století) a přesunu televizních obsahů na další přijímače mimo televizní obrazovku (Ellis 2000: 39).<sup>63</sup> Jak je vidět, jednotlivé teoretické éry se lišily mírou konkurence a možností pro distribuci obsahů, jejich příjem i diváckou interakci s nimi. Zásadní proměna přichází patrně v 70. a 80. letech s kabelovými a satelitními televizemi a nahrávacími zařízeními, díky nimž získává publikum částečnou nezávislost na čase vysílání. Televizní obrazovka jako taková nezmizela v žádné ze zmíněných ér, změnilo se případně pouze to, co je jako televizní obrazovka vnímáno a zejména to, co znamená sledování televize.

Jeremy Butler v tomto kontextu představuje dva hlavní body divácké emancipace – interaktivitu a producentský potenciál publik. Díky interaktivitě získalo diváctvo kontrolu nad tím, kdy a co bude sledovat. Interaktivita je ovšem dle autora podstatná i pro posun pozice členů/členek publika z pouhých konzumentů na potenciální spoluautory/ky či

---

<sup>63</sup> Například Jeremy Butler odlišuje pouze dvě období tzv. network (network-era television) a post-network. Dělení je velice podobné tomu již představenému, post-network éra opět začíná s příchodem kabelových a satelitních televizí, a tedy spolu se zmnožením možnosti distribuce i příjmu televizních obsahů, podobně jako zvýšení konkurence mezi jednotlivými poskytovateli TV obsahů (Butler 2007: 4-17).

samotné producenty/ky přijímaných obsahů (Butler 2007: 14). Interaktivitu<sup>64</sup> umožnila v první řadě existence dálkového ovládání, její zvýšení pak zejména vynález nahrávacích zařízení, jako jsou videorekordéry (VCR), DVD rekordéry (DVR), digitální záznamová zařízení typu TiVo apod. V současnosti poskytují bezprecedentní míru divácké kontroly především obsahy na vyžádání, tzv. VoD (video on demand), které fungují na bázi digitálních archivů nebo tzv. internetových televizí, z nichž si zákazník/zákaznice vybírá konkrétní obsahy na základě osobních preferencí (Butler 2007: 15). Jako příklady služby on demand mohu uvést stanice Netflix<sup>65</sup>, Hulu, Amazon Prime Video, HBO GO nebo internetové archivy televizí jako iVysilani.cz České televize apod. Specifické jsou pak služby YouTube<sup>66</sup>, Dailymotion a Vimeo, jež jsou nejen platformou pro oficiální tvorbu (např. hudební videa zpěváků a zpěvaček), ale zároveň je značná míra jejich obsahů tvořena samotnými uživateli/uživatelkami, jak rozebírám dále. Nakonec je tedy divácká emancipace zřetelně podmíněna vývojem samotné technologie a jejích různých nástrojů. Nelze proto opomenout, že interaktivita je reciproční proces vyžadující aktivitu na obou stranách. Například platformy VoD zaznamenávají údaje o zhlédnutém obsahu a dle něj selektují další nabídku (předplacených) obsahů pro své uživatele a uživatelky. Emancipace diváckých skupin spojená s existencí mechanik umožňujících nahrávání konkrétních obsahů a jejich sledování v publikem určeném čase umožňuje zároveň potenciálně měnit samotný způsob přijímání obsahů. Publikum získalo možnost vyhybat se nepreferovaným pasážím, jako jsou reklamy nebo scény s neoblíbenými postavami. Zároveň jim byla poskytnuta možnost obsah přijímat několikrát, tedy „znovusledovat“<sup>67</sup>, případně pořad zastavit, odejít od obrazovky a po návratu ve sledování pokračovat. Příkladem technologií, jež jednak zmnožují druhy příjmu, jednak proměňují samotnou podobu televizního vysílání, jsou již rozebírané VoD platformy. Ty zpočátku sloužily zejména jako digitální archivy velkého počtu jak seriálových, tak filmových počinů. V současnosti však produkují vlastní seriálovou tvorbu. Specifika jejich tvorby tkví v absenci potřeby řídit se pravidly celoplošných televizí<sup>68</sup> a v možnosti zaměřovat se na

---

<sup>64</sup> Forma vyžadované interaktivity je v České republice známá z přímého zapojení publika, které je typické pro pořady typu *Česko hledá Superstar* nebo pořad *Hyde Park*, v nichž diváctvo pomocí textových zpráv či jiných prostředků určuje vítěze nebo klade otázky.

<sup>65</sup> Netflix je od ledna 2016 přístupný i v České a Slovenské republice.

<sup>66</sup> Více o službách YouTube jakožto specifické platformě Snickers – Vonderou 2009 nebo Burgess – Green 2013.

<sup>67</sup> Zde lze připomenout Storeyho koncept znovučtení (Storey 1996: 127-128).

<sup>68</sup> Televize byla od svých počátků v 50. letech 20. století médiem rodinným, což se projevuje v reflexi společenských norem, mezi něž patřila (a nadále patří) například heterosexuality apod. (Davis – Needham 2009: 144–158).

konkrétní divácké skupiny.<sup>69</sup> Společnost Netflix tak například vytvořila seriál *Orange is the New Black* pojednávající o rasově, genderově, sexuálně a věkově rozmanitých kriminálnicích ve výkonu trestu. Podobně pak u společnosti Amazon Prime Video vznikl seriál *Transparent* zaměřující se na transgender a transsexuální tematiku.<sup>70</sup> Vedle takto specifikovaných obsahů zmíněné služby umožňují originální způsoby příjmu seriálových forem, neřídí se pravidly týdenního, případně denního vysílání, ale zpřístupňují obsahy najednou. To znamená, že epizody nové sezóny původních seriálů (ale i archiv starších obsahů) jsou zveřejněny všechny v jediný den. Záleží pak na publiku, jak bude daný obsah přijímat, zda postupně (např. v týdenním intervalu) nebo najednou. Díky možnosti sledovat celý seriál naráz, začali teoretici a teoretičky užívat pojem binge-watching<sup>71</sup>, který má tuto praktiku „maratonového“ příjmu TV obsahů popsat (srov. Jenner 2015: 2). Zde lze poznamenat, že takovou možnost poskytovaly již DVD disky s celými sezónami seriálů, přestože se pojem více popularizoval až v souvislosti s VoD platformami. Zároveň je možné si povšimnout, že pojem binge-watching je užíván stejným způsobem jako některé formy psychických závislostí spočívajících v přemíře konzumace např. pití (binge-drinking) či jídla (binge-eating). (Srov. Jenner 2015: 3) Tato skutečnost poukazuje na přetrvávající vnímání příjmu televizních obsahů (zejména ve větší míře) jako něčeho nehodnotného či patologického. Dostupnost seriálového celku dále proměňuje i narativní podobu seriálového formátu. Již není třeba na konec každého dílu vkládat tzv. cliffhanger<sup>72</sup> a na začátek dalšího opakování dílů předchozích, tvůrci kalkulují s příjmem celého bloku najednou.<sup>73</sup>

V České republice prozatím služby on demand fungují v mnohem menší míře, než je tomu v zahraničí. Navíc i v zahraničí (např. USA) se ani přes širokou rozšířenost a užití služby Netflix neruší klasické televizní stanice a běžná seriálová produkce je, zdá se, stále aktivnější (to je patrné z počtu nově představovaných seriálů několikrát do roka). Za alternativní lze, vedle již jmenovaných, považovat také tzv. pirátské získávání filmových,

---

<sup>69</sup> Tuto možnost však poskytovaly již kabelové televize, příkladem je Showtime, která v roce 2004 uvedla seriál *Láska je láska*. První seriál zaměřený výhradně na osudy neheterosexuálních žen.

<sup>70</sup> Znalost vyplývá z mé další profilace zaměřené na zkoumání zobrazování žen a LGBTQ+ identit v televizním médiu.

<sup>71</sup> Pojem a fenomén nebyly doposud širěji akademicky zpracovány. Jedná se o způsob maratonového (několikahodinového) příjmu velkých úseků televizních obsahů (např. celé sezóny nebo vícero sezón určitého seriálu).

<sup>72</sup> Z anglického „visící na útesu“, pojem relevantní jak pro literaturu, drama, film, ale zejména seriál. Jedná se o způsob vyprávění odkazující na další pokračování. Dramatický konec, při němž není vyprávěný příběh dokončen a rozřešení nabídne až pokračování. (Srov. Allrath – Gymnich 2005: 10-13)

<sup>73</sup> Podrobnosti formátové proměny seriálové tvorby jako takové nejsou pro tuto práci podstatné, jsou dostupné v relevantní literatuře (srov. Allrath – Gymnich 2005; Korda 2011).

seriálových či knižních počinů. Různé internetové portály (např. ulozto.cz), ať už legální či nelegální, nabízí velké množství těchto obsahů a rozšiřují tak výběr pro divácké skupiny. Alternativní způsoby sledování jsou však i přes veškeré představené možnosti v kontextu České republiky nadále minimální (srov. Macek 2015: 16). Probíraná alternativa je determinovaná také individuální aktivitou člověka a možností přijímat vybrané obsahy na jiných místech, než je obývací pokoj (obecně pokoj s TV), tedy například na tabletu či telefonu při jízdě veřejnou dopravou, jak už jsem zmiňovala dříve. Zde je nutné upozornit, že sice v důsledku dochází k individualizaci příjmu (např. každý na vlastním zařízení), nadále k němu však dochází. Tento způsob přesto kontruje původní představě sledování televize jako komplexní aktivity spojené s mnoha dalšími domácími praktikami, jak jí chápal například David Morley (Morley 1992: 173). Původní rodinný model sledování televize narušuje také přítomnost dalších obrazovek (second screens), jak upozorňuje Sherryl Wilson (2016: 175). Simultánně se však objevuje jiný druh sociální roviny, a to spojování diváctev pomocí sociálních sítí (ibid.). Diváci tedy mohou sledovat televizi a přitom komunikovat (pomocí sociálních sítí či různých komunikačních aplikací typu WhatsApp, Viber apod.) o sledování s dalšími jedinci, kteří nejsou přítomni v místnosti, ale mohou se nacházet na jiném kontinentu. *Technologie přetvářejí „tradiční obývací pokoje“ do digitálně-mediálního uzlu, v němž se rodiny nadále shromažďují před televizními obrazovkami. Ovšem (...) chytré telefony a tablety „tvorí národ mediálních multitáskérů“ rozměňují pozornost napříč vícero obrazovek.* (Wilson 2016: 175) Autorka Sherryl Wilson vhodně upozorňuje na existenci dalších obrazovek spolu s obrazovkou televizní, tato situace se v současnosti může skutečně často vyskytovat a vést k rozptylování pozornosti původně věnované pouze jedinému obsahu. Otázkou však zůstává, kolik rodin (a v důsledku jedinců) obdobným způsobem sledování televize provozuje. Lze skutečně hovořit o obecném přetváření obývacích pokojů do pomyslného digitálně-mediálního uzlu? Taková generalizace samozřejmě možná nebude. Opět zde totiž není zohledněna individuální situace jedinců, z nichž někteří nemusí dosahovat ekonomické zaopatřenosti umožňující jim pořízení jedné obrazovky, natož vícero. Zároveň bude sledování totožného obsahu a komunikace o něm v různých zemích platné pouze na některých místech planety, kde dané živé vysílání probíhá ve stejný čas. Jedině tak může příjem probíhat simultánně na různých místech, v jiném případě se už musí jednat o domluvu konkrétních jedinců na společném (v totožném čase) sledování.



Výskyt simultánního užívání vícero obrazovek bude tedy prozatím zejména individuální, nikoli obecně platnou realitou. Domněnku, že sledování televize je v současnosti nebývale roztěkaná a výzkumně neuchopitelná činnost, čemuž by měla přítomnost dalších obrazovek přispívat, zcela nepotvrzují ani nedávné zahraniční výzkumy (Technologia 2014, online). Obdobné jsou také výsledky Jakuba Macka a jeho týmu (Macek 2015), kteří se návyky českého diváctva kontinuálně zabývají již řadu let. Diváků, již volí alternativní možnosti sledování televizních obsahů, případně i jejich získávání, je v České republice stále (zhruba čtyřprocentní) menšina (Macek 2015: 16). Přestože je technologický i recipientský posun velmi rychlý, nelze předpokládat, že by data z roku 2015 nekorespondovala s aktuální situací (v roce 2018), jejich potenciální odlišnost bude minimální. Situace TV v zahraničí může být částečně odlišná kvůli existenci předplacených kabelových televizí a služeb, jako jsou Hulu, Amazon Prime Video apod., stejně tak jako kvůli odlišným strategiím získávání publik. Probíraná tematika druhých obrazovek totiž souvisí i s tím, že jednotlivé společnosti vyvíjí aplikace pro chytré telefony a tablety, na nichž si lidé mohou v aktuální čas vysílání např. televizního seriálu ověřovat informace, komentovat děj apod., takové strategie mají vést k většímu provázání diváctev s daným obsahem. Ovšem ani tam není možné hovořit o úplném opouštění televizních obsahů jako takových, a to i přes patrné (a naznačené) formátové změny. Předpovídaný zánik televize prozatím neproběhl<sup>74</sup> ani s příchodem a rozšířením internetu, ani dalších televizních extenzí. S tím rovněž souvisí i nemožnost hovořit o většinově emancipovaných skupinách diváků. Spolu s novými technologiemi, jež umožňují, mění a ulehčují příjem (zde) televizních obsahů, se v samotných technologiích nachází nástroje pro větší kontrolu, sledování a zpracovávání dat získatelných například z preferencí jedinců. Služba Netflix monitoruje zhlédnuté obsahy a jednotlivcům posléze nabízí podobné obsahy (např. podle žánrového kritéria), zároveň zmiňovaná praktika binge-watchingu je platformou podporována, neboť následující díl konkrétního pořadu začíná již několik vteřin před koncem dílu předchozího, publikum je tak vyzýváno k pokračování ve sledování. Obdobně funguje výběr videí na platformě YouTube, kde se po zhlédnutí videa automaticky filtrují podobná videa (dle žánru, osobnosti apod.) a zároveň se automaticky začínají přehrávat, pokud si jedinec tuto funkci aktivně nevypne. Obecně však prozatím v ČR (a v důsledku ani ve světě) nebyly provedeny větší

---

<sup>74</sup> Budoucností televizního média a jeho možného zániku se zabývalo například speciální číslo *Media and Communication* s názvem *(Not Yet) the End of Television* (Buonanno 2016).

výzkumy platformy YouTube, která je specifická a která patří v současnosti mezi značně oblíbené v různých kohortách populace, přičemž svou podstatou patrně proměňuje dosavadní podobu jednak samotných obsahů<sup>75</sup>, jednak jejich přijímání. Předchozí odstavce a jejich obsah nakonec zřetelně naznačují, že o emancipaci publik je přes veškerou aktuální uživatelskou potencialitu nutné hovořit obezřetně a vždy v kontextu toho, co emancipující technologie mohou zároveň (např. v rámci snazší ovladatelnosti) získávat, tematiku ostatně ještě podrobněji rozebírám v další podkapitole.

#### 4.2 AKTIVNÍ PUBLIKUM

S vývojem technologie úzce souvisí i vývoj uživatelské gramotnosti, proto se v této podkapitole zabývám teoriemi publik a obecně uživatelů nových i starých médií, které zpracovávají jejich vývoj v závislosti na vývoji technologickém, a tedy objevujících se nových možnostech a podobách uživatelství. Již zmiňovaný příjem sdělení na platformách, jako jsou chytré telefony a tablety, je umožněn propojením vícero technologií, většinou staršího a novějšího média (např. hraní her na TV, fotografování telefonem aj.). Takové propojení je označováno pojmem konvergence. Termín rozpracovává Henry Jenkins ve své teorii kultury konvergence (convergence culture) ve své stejnojmenné knize. Jeho kniha se zjednodušeně soustředí na koncepty mediální konvergence (media convergence), participační kultury (participatory culture) a kolektivní inteligence<sup>76</sup> (collective intelligence), a to s důrazem na vztahy mezi nimi (Jenkins 2006c, online). Mediální konvergenci chápe Jenkins jako kombinaci starých a nových médií (např. natáčení videa telefonem). Participační kultura je dle něj aktivním protějškem k původní představě pasivního příjmu (Jenkins 2006a: 3), příjemci jsou v ní intenzivně propojeni s přijímanými obsahy a zároveň se na jejich produkci mnohdy i podílí. Poslední pojem – kolektivní inteligence – přebírá Jenkins od Pierra Lévyho (1997) a chápe jej jako kombinovanou expertízu členů virtuálních komunit (Jenkins 2006a: 27), jež se podílí na vytváření komplexního sdíleného penza informací (např. uchovávání a mapování spleťtých narativních vývoju TV seriálů). Henry Jenkins se ohrazuje vůči tomu, aby byla *konvergence chápána pouze jako technologický proces slučující dohromady několik mediálních funkcí v jednom zařízení. (...) Konvergence*

---

<sup>75</sup> Například vlogerská videa jsou narativně značně dynamická. Jsou velice často tvořena početnými prostřihy, které urychlují celkové vyprávění daného obsahu, linearita sice bývá zachována, ale příběh je zřetelně rychlejší než např. epizoda TV seriálu nebo dokonce web seriálu.

<sup>76</sup> Zde lze pozorovat paralelu s „*Reading the Romance*“ Janice Radway (1991: 7), kde autorka popisuje kolektivní fantazii, tedy společné interpretace čtenářek a pisatelek románů, které mezi nimi kolují a stávají se prostřednictvím společných diskuzí součástí nově vznikajících děl.

*reprezentuje kulturní posun, v němž jsou konzumenti vyzýváni k hledání nových informací a spojování rozptýleného mediálního obsahu.* (Jenkins 2006a: 3) Autor dále vysvětluje, že konvergence je paradigmatickým posunem od obsahů konkrétních médií k obsahům, které se pohybují napříč několika druhy médií, k různým komunikačním systémům a k několika způsobům příjmu, především však k nebývale komplexnímu vztahu mezi mediálními korporacemi a participační kulturou (Jenkins 2006a: 243).

Za prototyp participační kultury je v současnosti označováno YouTube, na této platformě se setkávají velcí mediální producenti, vlastníci práv, kulturní instituce, avšak také umělci, aktivisté, fanoušci, různí amatérští producenti apod. YouTube je několika účelným nástrojem – sociální sítí, na rozdíl od sítí typu Facebook není její podstatou síťování přátelských vazeb a následování přátel, ale jsou to samotné obsahy, které jsou prostředkem a účelem socializace a komunikace (Burgess – Green 2013: 58). Podle výzkumů z roku 2016 bylo na YouTube každou minutu zveřejněno tři sta hodin audiovizuálních obsahů, denně stránku navštívilo přes miliardu návštěvníků, již za dvacet čtyři hodin zkonsumovali více než pět miliard videí (Statistics 2016, online; Statisticbrain 2016, online). Joshua Green a Jean Burgess se domnívají, že YouTube rozbíjí doposud existující modely mediálního průmyslu tím, že jednak zastává pozici produktu amatérů a konzumentů, jednak je součástí mainstreamové mediální krajiny (Burgess – Green 2013: 15).

Navrátím-li se znovu k pojmu kultura konvergence, je zřejmé, že je v pojetí Jenkinse teorií zabývající se vzájemným ovlivňováním nových technologií s jejich příjemci. Příjemci/uživatelé jsou z hlediska tzv. participační kultury problematičtěji vnímáni jako aktivně se podílející na společně tvořeném obsahu (z hlediska kolektivní inteligence si lze primárně představit hromadně tvořenou encyklopedii Wikipedia). Problematicnost tkví zejména v absenci zohlednění individuálního geografického kontextu jedinců, odlišné mediální a digitální gramotnosti, a především samotné podstaty technologie, kterou nelze reduktivně vnímat pouze jako neutrální nástroj. Jedná se rovněž o prostředek kontroly a vlivu mediálního průmyslu. Patrná je problematičnost nezohlednění těchto faktorů i na příkladovém emblému participační kultury – platformě YouTube. Uváděla jsem již, že platforma zaznamenává preference svých uživatelů a dle toho selektuje další zobrazovaný obsah. YouTube je bezpochyby unikátní platforma, protože umožňuje i amatérským autorským osobnostem tvořit a zveřejňovat vlastní obsahy (např. nahrávat hudební videa apod.). Tvůrčí osobnosti z řad amatérů vystupující pod označením

youtubeři mohou dokonce získávat obdobnou slávu, která byla dříve určena výhradně filmovým a hudebním „hvězdám“. I přes všechn emancipační potenciál, je však nutné se ve spojitosti s platformou ptát na otázky: Jak funguje selekce obsahů? Které obsahy pro konkrétní jedince zůstávají skryty a proč? Proč se některé obsahy objevují častěji než jiné? Přestože je tedy YouTube bezprecedentním emancipačním místem, nelze jej vnímat mimo sociální, kulturní a politické determinanty daných regionů, v nichž platforma užívána, ani mimo individuální kontextech jejích uživatelů/uživatelek.

Na tematiku kultury konvergence a participační kultury znovu navazuje Henry Jenkins spolu se Samem Fordem a Joshuou Greenem v knize „Spreadable Media“. V ní se zaměřují na hybridní model cirkulace různých obsahů a sblížování silných (mediální průmysl) a slabých (příjemci) aktérů mediální komunikace (Jenkins – Ford – Green 2013: 1). Současně dle autorů dochází k posunu od distribuce signálů k jejich cirkulaci, přičemž zásadní postavení má v tomto ohledu veřejnost. Konzumenství prefabrikovaných kódů má být upozaděno aktivním přístupem příjemců podílejících se na sdílení, utváření a spojování obsahů (ibid.: 2). Samotný koncept spreadability neboli roz/šířitelnosti se týká technických, ekonomických a dalších atributů umožňujících cirkulaci obsahů. (Ibid.: 4) Autoři upozorňují, že první, kdo praktik a možností šířitelnosti využili byli fanoušci (ibid.: 9). Koncept šířitelnosti<sup>77</sup> se váže k myšlence zvýšeného dopadu sdělení pomocí šíření i mezi příjemci navzájem (ibid.: 21). Šířitelný bude dle autorů takový obsah, který je citovatelný (quoutable) a uchopitelný (grabbable). Bude se jednat o obsahy, jež lze rozebírat a sdílet jejich vybrané části s jinými uživateli, a stejně tak o ty, jež jsou technologicky konceptualizovány tak, aby bylo možno je jednoduše přenášet a sdílet (ibid.: 188). Příkladem takových obsahů jsou zábavná videa na YouTube, ale také tzv. memy, zde ve významu kulturního artefaktu (video, obrázek, fráze apod.), jež je opakován a replikován v pozměněné a humorné podobě. Takové obsahy lze snadno sdílet přes různé platformy typu Twitter, Facebook, Instagram apod. Jak citování autoři nakonec shrnují, současní uživatelé médií transformují materiál skrze kritiku existující tvorby či

---

<sup>77</sup> Ke konceptu šířitelnosti lze vztáhnout také teorii virality, tou se zabývá kniha Malcolma Gladwella, v níž autor zkoumá šíření a produkci sdělení. *Nápady a produkty a sdělení a chování se šíří jako viry* (Gladwell 2000: 7). Koncept virality je pak rozpracován v teorii virálních médií (viral media), jež se opět snaží metaforicky popsat způsob, jakým se internetové mediální obsahy šíří. Virality má poukazovat na pandemický charakter určitých mediálních sdělení, které se šíří jako virus. Tato metafora je ovšem problematičtější, a to zejména z hlediska připsání dominantní roli médiím, kterým se příjemci v důsledku nemohou ubránit (stejně jako organickému viru). Zde si lze znovu vybavit metafory zázračné střely a injekční stříkačky z prvního období výzkumů účinků médií na jejich publika.

vlastní produkční procesy, obsahy proto nezůstávají v původní podobě a šíří se do různých směrů.

Přestože jisté sociální a kulturní proměny lze v současnosti skutečně zaznamenat<sup>78</sup>, opět je třeba upozornit na krajně deterministické pojetí současné pozice uživatelů médií, které bez zohlednění rozdílných možností různých individuí hovoří o obecně aktivních uživateli. Totožná problematika je patrná v teoretizacích o prostupování osobností tvůrců a příjemců. Propojení příjemců s přijímanými obsahy a určitý podíl na této produkci naznačuje již v roce 1980 Alvin Toffler (1980: 265) svým pojmem prozument (prosumer, jedná se o spojení slov producent a konzument, tedy producer a consumer). Termín ilustruje optiku vnímající mocná publika, která se stávají součástí produkce obsahů, jež přijímají. Obdobný termín nabízí o dvacet šest let později Axel Bruns (2006: 2), když představuje pojem produživatel (produser), jenž je spojením slov autor (producer) a uživatel (user). Autor termínem naznačuje změny v cirkulaci médií, při nichž se rozměňují hranice mezi producenty a uživateli, kteří mohou být zároveň recipienty i autory informací a nositeli znalostí. Tito produživatelé jsou zahrnuti v procesu tzv. produživatelství (produsage), tedy kolektivním tvoření a šíření existujících obsahů, jejichž hlavním cílem je zlepšení/obohacení konkrétního obsahu. (Bruns 2006: 2) Příkladem takových kolektivních produkcí je obsah již zmíněné internetové encyklopedie Wikipedia. Mezi různé druhy přispění ke kolektivnímu dílu patří propojování, sdílení, komentování či doporučování daného obsahu.

U představených zpracování konceptů prozumentství a produživatelství opět není patrná širší kontextualizace a problematizace tohoto v zásadě techno-optimistického přístupu. Elizabeth Bird v tomto kontextu reagovala na pojmy produživatelé a produživatelství kritikou, produživatelství se totiž dle autorky týká pouze jednoho ze sta uživatelů (Bird 2011: 504), podobné údaje uvádí například i Napoli (2010: 118).<sup>79</sup> Dalším aspektem, jenž zřetelně vyzývá ke kritickému přístupu, je vyobrazení webu 2.0 jako emblému

---

<sup>78</sup> V současnosti se objevují nové uživatelské praktiky a s nimi i nové termíny pro jejich popis. Jsou to např. **foodstyling** (lidé si ve stravovacích zařízeních fotografují objednaný pokrm, většinou pro jeho „sdílení hodnou“ estetickou kvalitou), **selfie culture** (focení sama sebe, k němuž postupně vzniká řada nástrojů, jako např. teleskopická „selfie tyč“) nebo **vlogování** (video blogování, např. tutoriály o líčení na YouTube), s nímž souvisí tzv. **bedroom culture**. Velká část amatérských videí je natáčena web kamerou, nejčastěji v osobních prostorách aktéra/aktérky, pročez se užívá související pojem **bedroom culture**. Souvisejícím pojmem je rovněž **webcam culture**, který se stal inspirací např. web seriálu *The Lizzie Bennet Diaries*. Jedná se o adaptaci knihy *Pýcha a předsudek* Jane Austen, web seriál je koncipován jako série vlogových vstupů, dohledat lze na stránce YouTube po zadání názvu do hlavního vyhledávače. Znalosti vyplývají z vlastních zkušeností se sociálními sítěmi a jejich běžné existence v každodenním životě mého okolí.

<sup>79</sup> Obdobné reakce a statistiky se objevily také u dalších autorů (srov. Bergström 2008; Horan 2013).

demokratické participace, a to s důrazem na inherentní aktivitu uživatelských osobností. Tento přístup reduktivně nereflektuje účast strojů a softwarů na této participaci. Na upozaděovanou roli technologie upozorňuje například Mirko Schäfer, který optimistické teorie participace a webu 2.0 připisuje snaze propagovat technologický vývoj zdůrazňováním role samotných uživatelů v něm (Schäfer 2011: 42). Zde se patrně opakuje kritika uživatelského determinizmu. Vedle Jenkinsem představené participace, již Schäfer označuje jako explicitní, pak sám představuje participaci implicitní. Explicitní participace vyžaduje očividné aktivity, jako je produkce mediálních textů, implicitní participace se skrývá za participací explicitní a existuje mnohdy bez vědomí těch, co participují (ibid.: 44). Implicitní participace vzniká druhotně a je posilována snahou o softwarovou jednoduchost a co největší uživatelskou přístupnost a ovladatelnost. Schäfer ji popisuje jako designové řešení, které čerpá informace ze zvyků uživatelů (ibid.: 51). Informace o preferencích jednotlivců jsou pak nadále zpracovávány „stroji“ a užívány ke zmíněnému zjednodušení uživatelské participace (ibid.: 52). Na základě těchto poznatků je dle Schäfera korektnější přistupovat k participaci jako k *hybridní konstelaci informační technologie a velkého počtu uživatelů interagujících v socio-technickém ekosystému*. (Schäfer 2011: 77)

Označení produžitelství, kultura konvergence, participační kultura či širitelná média shodně odkazují na teoretickou optiku připisující uživatelům médií značnou moc. Obecně předpokládají aktivní přístup uživatelů k přijímaným obsahům a ve většině případů také k jejich aktivnímu zapojení do tvorby těchto obsahů. Problematizován však není skutečný počet takto aktivních uživatelů, který nemusí dosahovat ani třetiny v rámci všech existujících uživatelů. Například uživatelé platformy YouTube budou častěji konzumenty již hotových a dostupných obsahů než jejich tvůrci. Problematická je v těchto teoriích také absence technologického hlediska, a to v podobě zapojení technologie, která nejenže poskytuje možnosti šíření, cirkulace, sdílení, tvorby obsahů, ale zároveň získává o uživatelích data využitelná např. k jejich komodifikaci. Z hlediska osobností fanoušků je v tomto ohledu exemplární fanouškovská tvorba. Zůstanu-li u příkladové platformy YouTube, příběhová a hudební videa různých objektů fanouškovství vytvořená fanoušky jsou zároveň propagací daného obsahu (př. TV seriálu), a to zdarma a bez práce pro oficiální tvůrčí tým. Znovu se zde tedy objevuje tematika participace, Schäferem vhodně rozdělená do implicitní a explicitní roviny. Zatímco explicitní participací by byla například fanouškovská tvorba či vytváření obsahu Wikipedie, implicitní participací jsou

získávány informace o uživateli, a to opět z jejich činnosti, jako je sdílení, lajkování, přidávání štítků (tagů), které jsou v rámci fanouškovských aktivit činnostmi každodenními.

Opakovaně je zřejmé, že ani jeden z deterministických přístupů (techno-deterministický ani uživatelsko-deterministický) nelze aplikovat bez zohlednění poznatků toho druhého, neboť dochází k redukčním ovlivňujícím výpovědní hodnotu teorií a konceptů. Nakonec jsou ovšem technologický vývoj a technologická disponibilita klíčovými aspekty posílení potenciální vyjednávací pozice příjemců. Existující aktivní příjem a tvůrčí praktiky ve vztahu k přijímaným sdělením, jež byly v minulosti připisovány zejména fanouškovským skupinám, které také tyto změny viditelně a ve velké míře využily, se zjevně stávají běžnými i pro další skupiny jedinců a vybízejí tak k vytváření nových akademických konceptů a přístupů, jež nové zvyky a aktivity zachycují, byť s poněkud nevyhnutelným zpožděním.

#### 4.3 TECHNOLOGIE V KONTEXTU FANOUŠKOVSTVÍ

Jednotlivé technologické proměny v kontextu televizního média, stejně tak jako tematika sociálních sítí a současného uživatelského prostředí souvisí s tématem vytváření zájmových skupin a v důsledku i fanoušků. Ve stávající kapitole naznačuji souvislost technologického vývoje s formováním fanouškovských skupin a zejména fanouškovských praktik.

Již jsem uvedla, že interaktivní potenciál internetu a zrychlení fanouškovské komunikace označil Mathew Hills jako „just-in-time-fandom“/“právě-ten-fandom“ již v roce 2002. Sharon Ross vnímá rozšíření internetu jako určitou extenzi televizního média a jeho možného dosahu i schopnosti interakce se svými diváctvy. Internet označuje za místo tzv. tele-participace (tele-participation), která umožňuje diváctvu a autorským osobnostem nacházet společné cesty prožívání a vytváření televize (Ross 2008: 4). Autorka se domnívá, že to byly především televizní seriály *Xena*, „*Buffy*“ a *Akta-X*, jež byly nedílnou součástí posunu od vnímání internetu jako místa pro malá kultovní publika specifických pořadů, k chápání internetu jako klíčové součásti toho, co zveme televizí (Ross 2008: 35) Propojením internetového a televizního obsahu (např. internetové stránky konkrétního TV seriálu) bylo prvním krokem ke sblížení autorských a diváckých osobností, přičemž tvůrci sami vyzývali recipienty/ky, aby se podělili o své názory na dané pořady. Tímto zřejmým a intencionálním sblížením, které lze výrazněji sledovat od 80. let 20. století, dochází k přesunu od celoplošného vysílání k vytváření obsahů zaměřených na konkrétní a specializovaná (tzv. niche) publika (Johnson 2007: 4-5). Mezi

tato specializovaná publika vždy patřili také fanoušci, kteří se okolo těchto obsahů sdružovali a kteří využívali možností technologie mezi prvními.

Internetové prostředí proměnilo způsob distribuce samotných fanouškovských obsahů, stejně tak jako možnosti zapojení se či nezapojení se do procesu tvorby a šíření těchto obsahů. Přestože dodnes existují tištěné (resp. fyzické) fanziny, velká část fanouškovských projevů se odehrává a je zpřístupněna na internetu. Jejich dostupnost odkudkoli na světě zásadně změnila dřívější geografická či finanční omezení, což je patrné jak na exponenciálním nárůstu fanouškovských prací, tak na jisté devalvaci samotného fanouškovství (či osoby fanouška), která dnes (podobně jako subkultura) může sloužit spíše jako „catch-all“ fráze označující jakýkoli zájem o kulturně-mediální artefakt. Karen Hellekson a Kristina Busse upozorňují také na fakt, že se proměnily demografické charakteristiky fandomů, do nichž dnes náleží i mladiství fanoušci, jež by v dřívějších dobách do fanouškovských kultur přístup (vyjma skrze jejich rodiče) neměli (Busse – Hellekson 2006: 13). Autorky popisují postupnou adaptaci fanoušků na novější technologie, které zpočátku umožňovaly zejména korespondenci (Usenet či e-mail) či tvorbu diskuzních fór např. o konkrétních televizních pořadech (ibid.). Na počátku nového milénia si někteří fanoušci začali zakládat blogy, v nichž se mísil klasický deníkový a zážitkový charakter s příspěvky o předmětu zájmu určitého fandomu, fanouškovskými fikcemi apod. Nové prostředí internetu nejen zvýšilo potenciál expanze fanoušků, ale zároveň přineslo neotřelou možnost anonymizace vlastní osobnosti, která v dobách před internetem nebyla pro fanoušky typická (Busse – Hellekson 2006: 14)

Se zjevnou rychlostí se do centra pozornosti fanoušků dostaly platformy typu LiveJournal či Blog(.cz), jež poskytují prostor pro tvorbu i konzumaci (psané) fanouškovské fikce a slouží coby archivy těchto prací. V současnosti nabývají fanouškovské platformy různých podob, přičemž poskytují poměrně širokou volnost v produkovaném obsahu (text, video, malba apod.). Přesto nelze tvrdit, že by novým vývojem starší artefakty zanikaly, spíše existují simultánně a novodobé internetové fanouškovské archivy dovolují jejich produkci i konzumaci ve velkém množství a různorodé podobě. Zcela nové možnosti pak nyní poskytují zejména sociální sítě, jež umožňují jednoduchou sebeidentifikaci s konkrétním fandomem (např. tvorbou speciální skupiny fanoušků určitého seriálu), sdílení názorů, artefaktů apod. Katherine Morissey upozorňuje na skutečnost, že sama sociální média začala využívat fanouškovské terminologie a vyzývá své uživatele k tomu, aby se jako fanoušci identifikovali, a to prostřednictvím tlačítka „like“ (líbí se mi), jehož



užití má indikovat náležitost k určitému obsahu či myšlenkovému směřování, skupině, značce apod. (Morissey 2013: 3.3) Sociální sítě umožňují snadnou fanouškovskou sebeidentifikaci, čímž usnadňují také spojování podobně zaujatých jedinců. Záhloví sociálních sítí Tumblr, Instagram či Twitter je vyplněno osobním popisem člověka, který může obsahovat i fanouškovskou identitu, a to pomocí užití klíčového slova (např. název fandomu či následované osobnosti/interpretace apod.). Myšlenky participační kultury a další digitálně-optimistické teorie pohlížející na web 2.0 jako demokratický a volný prostor, poskytující neomezené možnosti (nejen) fanouškovské produkci, se však střetávají nejen s protichůdnými názory a teoriemi, ale také s hierarchizací v samotných fandomech, které například nedovolují tvořit všem členům a členkám fandomu (existují estetické a další standardy). Emancipační proces s sebou tak přináší i zcela odlišný, komercializační efekt. Nikoli jen skrze nástroje umožňující explicitní vyjádření náklonnosti k určité entitě získávají mediální (ale i jiné) společnosti data o tom, kolik lidí preferuje jaké subjekty, značky, entity atd., což mohou dále využívat například k reklamním účelům, jež budou velmi specifické a také sofistikovanější ve svém cílení na konkrétní skupiny uživatel. Tématu se budu dále věnovat u jednotlivých fanouškovských praktik, které figurovaly v kontextu provedených případových studií, jejich představení je věnována následující kapitola.

## 5. PŘÍPADOVÉ STUDIE: FEMSLASH DISKURZ

Předměty odborného zájmu byly v kontextu této práce naznačeny již v úvodu, jedná se o fanouškovské aktivity, praktiky a projevy, které jsou ustavující pro osobnosti fanoušků z pohledu laické i odborné veřejnosti a které se vyskytují v různých podobách (př. artefakty fanouškovské kreativity, komunikace s producenty apod.). Prvotní teoretické představení osobností fanoušků tak, jak jsou vymezováni ve fanouškovsko-studijním diskurzu, proběhlo již v kapitolách předešlých. Z předcházejícího textu rovněž vyplývá, že fanouškovské následování a fanouškovská aktivita se mohou vázat k velkému množství mediálně-kulturních produktů či subjektů (hudební skupiny, TV seriály, filmy, komiksy, zájem o různé žánry či autorské osobnosti atd.), v centru tohoto textu je však udržován kontext fanouškovských aktivit spojených s televizní produkcí. To jednak z důvodů prostorové a časové omezenosti, jež nedovoluje postihnout všechny existující podoby mediálního fanouškovství determinovaného jednotlivými objekty/subjekty zájmu fanoušků, jednak z hlediska mé profilace na daný kontext. Další tematické zúžení se váže k druhu fanouškovských interpretací, z nichž jsou čerpány primární příklady, jedná se o fenomén femslash, na nějž se rovněž dlouhodobě specializují. Toto zúžení souvisí také s charakterem samotné femslash (více dále), typické pro transformativní sub/fandomy. Televizní a femslash specifikace tvořily kontext, v němž byly provedeny čtyři případové studie (Jansová 2018a, 2018b, 2018c, 2018d), které jsou v celkové podobě (spolu s analyzovanými objekty výzkumu) dostupné v osobním archivu autorky<sup>80</sup>. Obecně je cílem realizace případové studie (case study) hloubkové porozumění konkrétnímu subjektu, tedy případu/fenoménu (zde TV seriálu/sérii a fanouškovským aktivitám na ně navázaným). Vzhledem k rozmanitosti fanouškovství a jeho výstupů jsou doplňující případové studie vhodným prostředkem pro vysvětlení konkrétních témat, jelikož se věnují ojedinelému objektu či výskytu jevu (konkrétnímu médiu, skupině osob či události). Také zde reflektované případové studie slouží jako opora podrobné explanace specifických fanouškovských fenoménů, konkrétně fanouškovských aktivit a praktik. Případové studie nejsou dále v textu uvedeny v samostatných kapitolách, ale jednotlivé poznatky z nich jsou zařazovány u konkrétních fenoménů/praktik tak, jak jsou postupně představovány a přibližovány. Fanouškovství je zde totiž vysvětlováno v tematických

---

<sup>80</sup> Na vyžádání na adrese [iveta.jansova@upmedia.cz](mailto:iveta.jansova@upmedia.cz).

blocích vážících se ke konkrétním typům aktivit a praktik fanoušků, přičemž se u některé aktivity objevují poznatky ze všech čtyř studií, u jiné například pouze z jediné.

Z hlediska typu případových studií klasifikovaných početním kritériem se jedná o zmnožené případové studie (multiple case studies) kombinující (z pohledu časové kategorizace) vnořený (nested) a paralelní (parallel) přístup. O vnořený typ se jedná z hlediska komparace jednotlivých případových studií v rámci jediného kontextu, tedy femslash; paralelní z důvodů simultaneity jednotlivého sběru dat a konkrétních analýz (Thomas 2011: 517). Z pohledu formování teorie se opět nejedná o jednoznačně identifikovatelné typy, jelikož jsou případové studie v této práci spíše kombinací tzv. konfigurativně-idiografického (configurative idiographic) a heuristického typu (heuristic). Jsou proto jednak ilustrativní a nemusí přímo vést k vytvoření nové teorie (konfigurativně-idiografický typ), jednak mohou odhalovat nové poznatky (heuristický typ, zde např. celý femslash kontext, nový typ fanouškovských praktik aj.). (Srov. George – Bennet 2005: 75-76) Vzhledem k rozmanitosti objektů výzkumu rozlišených v úvodu práce, bylo příliš omezující zvolit jedinou techniku, proto jsem pro jednotlivé případové studie zvolila techniku induktivní analýzy dat (Hendl 2005: 52). Induktivní analýza a neustálá re/interpretace dat vhodně posloužily k deskripci a explanaci toho, jaké různorodé aktivity provázejí femslash (ze své podstaty tedy subverzivní) interpretace. Z analýzy rovněž vyplývá, jaké praktiky a aktivity se váží k televiznímu fanouškovství obecně. Výběr jednotlivých objektů výzkumu byl vždy determinován prvotní volbou web/seriálu/série, jehož obsah byl následně podroben analýze, stejně tak jako fanouškovské reakce na něj vázané. U jednotlivých seriálů jsem často dlouhodobě (v řádu let) pronikala do konkrétních fandomů, což mi umožnilo činit informovaná rozhodnutí o tom, co je a není nosným objektem reflektujícím relevantní fanouškovské projevy (praktiky a aktivity).

Společným prvkem všech čtyř studií je, jak bylo již naznačeno, jejich náležitost k většímu případovému celku – femslash – neboli lesbickým interpretacím původních masmediálních sdělení (zde seriálů/sérií). Zastřešující téma (femslash) dílčích případových studií reflektuje specifické fanouškovské skupiny se společným zájmem v lesbických interpretacích původních televizních obsahů, resp. vztahů některých postav v nich. Femslash fanouškovské interpretační komunity, stejně tak jako samotný žánr, jsou prozatím akademicky minimálně probádány, a to v celosvětovém měřítku. Případové zaměření na femslash je proto jednak prostředkem originálního vysvětlení širších

fanouškovských fenoménů, jednak představením samotné tematiky. Orientace na lesbické interpretace vychází ovšem zejména z vlastní charakteristiky femslash fandomů. Ty na rozdíl od jiných (zejm. heterosexuálních) fandomů vykazují ojedinělou provázanost jednotlivého následování (což je však i z demografického hlediska a většinové heterosexuality společnosti pochopitelné). Pokud je jedinec členem/členkou konkrétního femslash fandomu, je nevyhnutelně konfrontován/a<sup>81</sup> také s jinými femslash obsahy a získává tak povědomí o dalších fandomech a subfandomech. Nejedná se však pouze o fanonické interpretace, do znalosti femslash fandomů patří i oficiální produkce, která neheterosexuální postavy zobrazuje již v kánonu. Obě skutečnosti lze mimo jiné vysvětlit nadále trvající podreprerentací lesbických příběhů v dominantní kultuře, a to i přes fakt, že v letech 2015 a 2016 byl zaznamenán největší počet neheterosexuálních postav v historii televizního vysílání (Glaad 2015, 2016; online)<sup>82</sup> a že vzniklo několik mainstreamových snímků s lesbickou/bisexuální tematikou (např. *Carol*, *Freeheld* apod.). Vysvětlení této souvislosti spočívá ve skutečnosti, že jednotlivé lesbické (sub)fandomy (obecně o lesbickou a bisexuální tematiku se zajímající osoby) sdílí totožnou nebo obdobnou znalost filmových, knižních i televizních počinů, které lesbickou tematiku zpracovávají. Konkrétní interpretace v provedení fanoušků pak vycházejí nejen ze samotných TV seriálů, ale také ze znalosti těchto tak říkajíc základových textů, mezi něž patří například filmy *Bound*, *Desert Heart* nebo *But I'm a Cheerleader*, stejně tak jako seriály *Xena*, „*Buffy*“, *Láska je láska* či knihy autorky Sarah Waters. Nejen postavy a příběhy obsahů zpracovávajících neheterosexuální tematiku, ale také nové femslash interpretace původních narativů (v současnosti nejen) masmediální produkce jsou v rámci lesbických (sub)fandomů sdíleny a patří tak k všeobecné znalosti členů/členek konkrétních (sub)fandomů, přestože se hloubka této znalosti může mezi jednotlivci lišit. Femslash lze tedy v důsledku chápat jako zastřešující diskurz, v jehož rámci existují fanouškovské fikční i kriticko-akademické práce, jejichž pojičkem je právě lesbický charakter postav/y či lesbická rekontextualizace původně takto nerealizovaného vztahu

---

<sup>81</sup> Ať už v samotné fanouškovské tvorbě nebo na jejích platformách, které jsou představeny dále v textu.

<sup>82</sup> Je nutné upozornit, že organizace GLAAD zohledňuje pouze angloamerický kontext, celosvětový počet zobrazovaných LGBTQ+ postav bude vyšší. Neexistují statistiky, které by tato data zaznamenávaly, přesné hodnoty nejsou proto dostupné. Zároveň se však nelze domnívat, že by bylo výsledné procentuální zastoupení všech zobrazovaných neheterosexuálních identit výrazně odlišné (vzhledem k hegemonii heteronormativity) od statistik GLAAD, neboť toto procentuální zastoupení v jednotlivých regionech obecně v dlouhodobém měřítku příliš nestoupá.

(většinou) dvou postav.<sup>83</sup> Proto lze v důsledku hovořit nejen o femslash, ale obecně o lesbických fandomech, jak jsem učinila výše, sestávajících z jedinců zajímajících se jak o fanouškovské alternace původní tvorby, která neheterosexuální příběhy nenabízí, tak existující oficiální produkci příběhy a tematiku zpracovávajících.

Přestože je v textu pracováno s širokým femslash kontextem, z důvodu jeho možné proměnlivosti závislé na aktuálně se objevujících obsazích (a tedy nových párování a interpretacích), byly provedeny čtyři případové studie (Jansová 2018a, 2018b, 2018c, 2018d) seriálů/sérií. Na vybrané pořady byly femslash interpretace výrazně navázány a mezi ostatními fandomy zastávaly výsadní postavení, ať už dlouhodobým následováním fanoušků, podstatou samotného původního obsahu, signifikantním způsobem komunikace mezi tvůrci a fanoušky nebo jiným. Možnost učinit tento nereprezentativní záměrný výběr je opodstatněn mou expertízou ve femslash kontextu. Jednotlivé případové studie byly realizovány postupně, počátek práce na první z nich započal v roce 2013, podrobné osnovy práce a další detaily realizace jsou uvedeny v samotných studiích (ibid.). U všech čtyř studií probíhalo nejprve dlouhodobé seznamování se se samotnými sub/fandomy a jejich fungováním, všechny nakonec vyžadovaly několikaleté monitorování, aby bylo možné proniknout do samotných sub/fandomů a pozorovat systém jejich fungování a manifestaci konkrétních aktivit a praktik. Jednotlivé aktivity a praktiky byly pak zaznamenávány pomocí ručně psaných poznámek, na internetu volně dostupné texty byly ukládány v osobním počítačovém úložišti, případně z nich byly kopírovány relevantní části. Další uchovávání dat jsem uskutečňovala pomocí printscreenů (možné např. u twitterových příspěvků, ale také u původního pořadu i příběhových videích). Relevantní videa byla také získávána pomocí nástrojů umožňujících tzv. stažení na vlastní zařízení (zde notebook).

Vybranými seriálovými objekty pro provedení případových studií byly nakonec televizní série *Rizzoli & Isles* (Jansová 2018a), seriály *Glee* (Jansová 2018b), *Faking it* (Jansová 2018c) a web seriál *Carmilla* (Jansová 2018d). Vysílání zmíněných produkcí je v současnosti ve všech případech ukončeno, nakládáno bylo s těmito seriály v jejich celistvosti, byly tedy zohledněny všechny jejich řady a epizody. Musím na tomto místě znovu upozornit, že v dalším textu se nevyskytují specializované kapitoly seriálům se věnující, nýbrž jsou postupně uváděny příklady vycházející z nálezů případových studií

---

<sup>83</sup> Veškeré tyto znalosti vyplývají z mé několikaleté specializace na tento fenomén, jak už bylo opakovaně upozorněno.

jakožto exempláře konkrétních fanouškovských aktivit a praktik. U jedné praktiky se tak mohou vyskytnout příklady ze všech pořadů, u jiné například jen z jednoho apod., na konkrétní případové studie je na příslušném místě vždy odkázáno. V následujících pododdílech jsou jednotlivé počiny stručně představeny, a to i s odůvodněním jejich výběru.

### 5.1 SÉRIE RIZZOLI & ISLES

Série *Rizzoli & Isles* byla vysílána v letech 2010–2016 (7 sezón) kabelovou stanicí TNT. Mnou zkoumána byla série od roku 2013. Jedná se o sérii, která unikátně představila dvě hlavní hrdinky v kriminálním žánru, a to detektivku Jane Rizzoli a soudní lékařku Mauru Isles. Významná je taková produkce zejména proto, že poslední úspěšný pokus tohoto druhu (založit kriminální narativ na dvou ženských postavách) pochází z 80. let 20. století a byl jím seriál *Cagney & Lacey* (Jansová 2014). Důvodem výběru série pro provedení případové studie byla jeho okamžitá obliba v rámci lesbických fandomů a simultánně se objevující femslash interpretace, jež se k hlavním dvěma postavám vázaly a jež se z počátku nacházely zejména na sociální síti Twitter. Série byla po celou dobu svého vysílání rekapitulována z hlediska tzv. lesbického podtextu (domnělá/vnímaná atraktivita mezi původními postavami určitého seriálu) na populárně kulturní stránce Afterellen věnující se neheterosexuálním ženám v popkulturně-mediálním prostoru. Na základě těchto rekapitulací vzniklo velké množství fanouškovských prací (textových, audiovizuálních apod.). Podstatným důvodem zahrnutí série byla rovněž významná role komunikace tvůrců seriálu s jeho fanoušky, komunikace směřující od tvůrců seriálu byla totiž jednoznačným exemplářem tzv. queerbaitingu. Queerbaiting je klamavá strategie oficiálních autorských osobností naznačující homoerotické vztahy v původním pořadu, které nikdy nejsou realizovány. Důvodem je zachování co nejširší divácké základny (podrobněji dále).

Vedle samotné série a jejího děje se jako podstatné zdroje pro případovou studii ukázaly být zmiňované rekapitulace na stránce Afterellen, příběhy umístěné ve fanouškovském archivu Fanfiction a reakce na sociální síti Twitter. Výzkumně nosná byla rovněž propagace samotného seriálu, a to konkrétně promotérská videa a prezence dvou tvůrkyň a režiserek (Janet Tamaro a posléze Jan Nash) na sociálních sítích. Jako vedlejší zdroje sloužily pak stránky YouTube a v pozdějších letech Tumblr, kde se dodnes může objevovat (v současnosti spíše vzpomínkový) obsah na tento seriál.

## 5.2 SERIÁL GLEE

Seriálové dílo *Glee* bylo vysíláno od roku 2009 do roku 2015 (6 sezón) televizní stanicí FOX. Seriál jsem začala analyzovat v roce 2013. Jednalo se o muzikálově-komediální pořad, který pojednával o skupině středoškolských studentů a studentek a jejich pěvecké skupině. *Glee* patřilo mezi nejoblíbenější seriály obecně (velké fanouškovské následování v podobě fanoušků zvaných Gleeks), zároveň se k němu vázalo značné množství neheterosexuálních fanouškovských skupin. Tato skutečnost vycházela z podstaty seriálu, jenž usiloval o to být progresivní stran zobrazování LGBTQ+ identit. V rámci seriálového fandomu se vyskytovalo mnoho subfandomů a tyto mezi sebou navzájem soupeřily o platnost svých interpretací. Fanouškovský femslash zájem nepatřil pouze otevřeně neheterosexuálním postavám, ale týkal se i dalších postav, které byly v originálu charakterizovány jako heterosexuální. Unikátem lesbických fanouškovských interpretací seriálu se stal fakt, že v konečném důsledku byly fanoušky spárovány všechny dívky v seriálu se vyskytující (hlavní a vedlejší postavy, nikoli epizodní) navzájem a vzniklo velké množství jednotlivých dvojic, avšak i polyamorních vztahů. Přestože se seriál prezentoval jako velmi progresivní, co se týče neheterosexuální tematiky, obsahoval mnohé stereotypizace (Chlumská – Jansová – Jedličková 2015: 51-64). Seriál byl zohledněn také z důvodu specifického způsobu komunikace autorů seriálu a jeho fanoušků, a to zejména z hlediska odlišného přístupu k fanouškům afirmativním a transformativním.

Spolu s audiovizuálním objektem samotného seriálu byly jako relevantní zdroje pro analýzu vyhodnoceny sebezprezentace tvůrčích a hereckých osobností na sociálních sítích, skupiny na sociální síti Facebook, příběhová a hudební fanouškovská videa na stránce YouTube, reakce na seriál na stránce Afterellen, především pak fanouškovské psané fikce na stránce Fanfiction a v pozdějších letech i reflexe seriálu na sociální síti Tumblr.

## 5.3 SERIÁL FAKING IT

Seriál *Faking it* byl vysílán v letech 2014–2016 (3 sezóny) a na rozdíl od předcházejícího seriálu zpracovával příběhy neheterosexuálních a jinak nenormativních postav bez patrnějších stereotypizací. Seriál jsem sama výzkumně zohledňovala již od roku 2014. Byl obdobně jako *Glee* komediálním seriálem ze středoškolského prostředí. Stěžejním důvodem výběru seriálu jako objektu pro případovou studii bylo opětovně značné femslash následování, stejně jako komunikace fanoušků a producentů pořadu. V tomto

případě vycházely primární komunikační impulsy zejména od samotných tvůrců, protože jsem seriál vyhodnotila jako relevantní.

Mimo děj seriálu jsem brala v potaz rovněž prezentaci hereček na sociální síti Twitter a příběhová videa na stránce YouTube. Vzhledem k době vzniku seriálu byla jedním ze zásadních zdrojů poznatků sociální síť Tumblr, která již figurovala v roli jedné z nejpodstatnějších fanouškovských platform současnosti. Spíše vedlejší informace poskytovala stránka Afterellen.

#### 5.4 WEB SERIÁL CARMILLA

Zcela odlišnou pozici než předchozí seriály a série, zastával web seriál *Carmilla*, a to především z toho důvodu, že vznikal pro internetové vysílání, byl zveřejňovaný a zdarma dostupný na platformě YouTube. Web seriál byl vysílán v letech 2014–2016, měl tři sezóny, inspiroval se gotickou novelou, z níž zachovává hlavní hrdinku Carmillu. Osobně jsem pořad zkoumala od roku 2015. Ve web seriálu je stejně jako v původní novele *Carmilla* lesbická upírka, která se zamiluje do smrtelnice Laury a společně s dalšími přáteli bojují proti mýtickým a nadpřirozeným zlům. Specifikem tohoto díla je skutečnost, že se obě hlavní protagonistky otevřeně hlásí ke queer identitě a komunikují témata web seriálu (např. lesbický vztah) i z osobních pozic, přičemž k tomu využívají právě prostoru YouTube videí a dalších sociálních sítí. *Carmilla* proto představuje unikátní výzkumný materiál nejen z hlediska komunikace s fanoušky, avšak i z hlediska konstrukce obsahu s patrnou cílovou skupinou neheterosexuálních žen. Na rozdíl od předchozích počinů byl tedy seriál primárně zaměřen na fanouškovské skupiny, a to skupiny vyhledávající lesbické narativy.

Na rozdíl od předchozích případových studií byly vedle samotného web seriálu nejpodstatnějšími zdroji účast hereček na comic conech, podílení se na rozhovorech na dalších kanálech YouTube, sociální síť Twitter (jak z pozice fanoušků, tak hereček) a stejně jako u předchozího seriálu i sociální síť Tumblr.

Mimo vybrané a zde představené pořady budou zmiňovány i další seriálové produkce, na něž sice nebyly provedeny konkrétní případové studie, objevily se však v širokém intertextuálním femslash kontextu a jsou z nich užity pouze drobné a výběrové příklady; ty uvádím spíše formou odkazů na další relevantní informace. Zde opět upozorňuji na bezprecedentní provázanost femslash diskurzu, která poskytuje bohatý zdroj vzájemně propojených materiálů a možnost všeobecné orientace v široké síti jednotlivých



oficiálních obsahů a na ně reagujících paratextů. Protože se mohou specifické fanouškovské aktivity vázat na různá média a různé výstupy, zásadním determinanem zohlednění rozličných artefaktů byla jejich pozice ve femslash kontextu a spojení s TV médiem, a to zejména v závislosti na zde představené pořady. V rámci explanační roviny práce se proto objevují příklady ze samotných seriálů, ale i příspěvky ze sociálních sítí (např. Facebook či Twitter), audiovizuálních reakcí na konkrétní sdělení (např. YouTube apod.) nebo písemné alternace původního textu (např. Archiveofourown, Fanfiction apod.). Nezvykle rozmanitý soubor výzkumných jednotek (TV seriál, twitterový příspěvek apod.) byl zohledněn ve vztahu k náležitosti k femslash diskurzu, zároveň však i z hlediska explicitní manifestace specifických fanouškovských praktik, případně producentských praktik vztahujících se k fanouškům a jejich aktivitám.

Následující oddíly se již podrobně věnují konkrétním aktivitám fanoušků nalezeným v rámci případových studií, značný prostor je poskytnut fanouškovské tvorbě, fanouškovskému aktivismu a komunikaci fanoušků s původními tvůrci jednotlivých obsahů. Další praktiky a aktivity jsou na tyto úzce navázány, některé jsou dokonce všem dalším inherentní, jako například osobitá (tedy fanouškovská) recepce.

## 6. EXEMPLÁRNÍ FANOUŠKOVSKÉ AKTIVITY A PRAKTIKY<sup>84</sup>

Internetové prostředí v současnosti nabízí rozličné nástroje pro fanouškovské aktivity, jejich sdílení i příjem. Vedle archivů fanouškovských originálních prací typu Deviantart, Fanfiction, Dailymotion apod., lze na internetu nalézt instrukce k tvorbě a stříhání videí, programy na vytváření titulků, her a dalších počinů. Nejenže tedy internet poskytuje platformy pro fanouškovskou aktivitu, ale také edukační zázemí pro to, aby se jedinec fanouškem stal (zde vzpomenu tlačítko like na sociální síti Facebook), a to i s návody, jak se jím stát. Příkladem je stránka Afterellen, jež učí své uživatele/uživatelky psát femslash fanouškovské fikce, poskytuje instrukce, jak rozpoznat lesbický podtext, jímž se má fikce inspirovat a radí, jak správně danou fanouškovskou fikci vytvořit (Jansová 2018a: 6). Fanouškovství může být podsouváno také implicitně, například vkládáním hashtagů s konkrétním návodným sdělením na obrazovku během vysílání konkrétní epizody TV seriálu<sup>85</sup>. Obdobně fungují i odkazy pro následování daného pořadu na jeho oficiálních internetových stránkách. Všechny tyto snahy o propojení jednotlivých obsahů a jejich příjemců jsou komerčními strategiemi do jisté míry parazitujícími na fanouškovském propojení a následování určitých obsahů. Navíc poukazují na fakt, že zatímco fanoušci disponují aktivním a aktivistickým potenciálem, mohou být zároveň jedním z poměrně snadných cílů inzerentských a producentůvých strategií, a to zejména ti fanoušci, kteří veřejně proklamují (čímž zanechávají na internetu analyzovatelná data) své fanouškovství a příslušnost ke konkrétním obsahům/osobnostem/artefaktům.

Stávající kapitola je věnována různým aktivitám a praktikám fanoušků, které je jako fanoušky ustavují v pohledu akademiků i laiků. Navazují zde na poznatky z třetí kapitoly pojednávající o typologii fanouškovských praktik (3.2) i samotných typů fanoušků (3.3). V první ze zmíněných podkapitol byla představena fanouškovská praktika **osobité recepce**, jež je premisou celé této části textu. Hovořím-li o fanouškovských praktikách a aktivitách, předpokládám práci s osobnostmi fanoušků, kteří jsou od jiných konzumentů distinktivní právě svým specifickým příjmem. Aktivity **zakládání interpretačních a konzumentůvých komunit** jsou zde reprezentovány jednotlivými fandomy

---

<sup>84</sup> Na rozdíl od předchozích kapitol (zejména 1-4) vychází ta stávající především z nálezů z případových studií a z mého dlouhodobého zkoumání femslash. Citace další relevantní literatury se tu proto vyskytuje v nižší frekvenci než ve zmíněných kapitolách.

<sup>85</sup> Vkládání hashtagů do obrazovky je primární výzvou k většímu propojení diváků s daným obsahem, vyzývá ke komentování na sociální síti Twitter, a to pod společným hashtagem, který je v rohu obrazovky nabídnut. Jednotlivá klíčová slova se mohou týkat obecně vývoje seriálu (např. #kdojevrah) nebo konkrétních událostí v něm, například formování nového páru. Znalost souvisí s dalšími odbornými zájmy autorky (obecně TV reprezentace konkrétních identit).

a subfandomy (a to především v kontextu zkoumaných seriálových produkcí *Rizzoli & Isles*, *Glee*, *Faking it* a *Carmilla*), v nichž se takové společné interpretace a obecně konzumentství vyskytuje. Podobně je to pak **s pronikáním fanouškovství do každodennosti** jedinců, které je determinováno konkrétními fandomy/subfandomy. Největší prostor jsem nakonec věnovala fanouškovským praktikám **kreativní tvorby** a **pořadatelství** (mnou zavedenému). Obě byly totiž nejsnáze identifikovatelnými praktikami fanouškovství s největší dostupností artefaktů je dokazující, zároveň se v nich projevovaly i další z výše zmíněných praktik.

Elizabeth Bird v tomto kontextu upozorňuje, že právě takto viditelné fanouškovské praktiky byly v rámci fanouškovských studií a jejich reflexe fanouškovství upřednostňovány, jelikož jsou snadno dostupné (v současnosti především online) a zkoumatelné (Bird 2011: 505). Poukazuje tak na možný deficit vyrovnanějšího přístupu fanouškovsko-studijních textů, které nereflektují (neboť o nich nemají data) méně aktivní a zapojené jedince. Se stejným problémem jsem se sama setkala při realizaci případových studií, přestože jsem do fandomů a subfandomů pronikala několik let, nebyla jsem schopna získat významnější počet poznatků o neaktivních fanoušcích, neboť o těch bylo možné získávat informace pouze zprostředkovaně přes fanoušky aktivní (např. v případě vymezení se vůči těm neaktivním). Nápomocná mi byla alespoň vlastní zkušenost, vzhledem k tomu, že jsem sama zastávala pozici „nakukovače“<sup>86</sup>, když jsem bez vlastní fanouškovské aktivity (umělecké tvorby, diskuze nad interpretacemi aj.) získávala data o úzích, interakcích a výsledcích (myšleno např. v podobě tweetů, tvorby apod.) daných fandomů či jejich částí. Paul Booth (2013: 119) v tomto kontextu tematizuje samotné zkoumání fanoušků a domnívá se, že by se fanouškovsko-studijní akademici a akademičky měli vrátit k etnografickým přístupům první vlny fanouškovských studií a více se propojit se samotnými fanoušky, čímž by měli *vnést fanouškovský hlas do akademického teoretizování o fanoušcích* (Booth 2013: 131).

Tato myšlenka je částečně obsažena již v pozici akademických fanoušků, kteří vypovídají o fenoménech, jichž jsou součástí. Obecně se jedná o výzvu platnou, již několikrát jsem upozorňovala na fakt, že bez několikaleté existence (byť nepozorované) v rámci jednotlivých sub/fandomů, bych nebyla schopna o nich získat tak podrobné informace. Ani výzkum „v terénu“ však nemusí přinést vyrovnanější informace o fanoušcích

---

<sup>86</sup> Opakovaně tematizovaná ostrakizovaná osobnost nakukovače/lurkera, v tomto případě v podobě osobnosti (metaforicky vyjádřeno) akademického lurkera.

neaktivních, jelikož bude velmi obtížné je nacházet či kontaktovat, právě pro jejich pomyslnou neviditelnost v rámci daných fandomů. Výzva Elizabet Bird, byť vhodně se snažící o co největší vyváženost poznatků, se střetává s realitou obtížného vyhledávání těchto jedinců. Otázkou tedy zůstává, jak vypovídat o osobnostech, jejichž vlastní výpovědi či záznamy o jejich potenciálních aktivitách neexistují?

### 6.1 FANOŠKOVSKÁ KREATIVITA

Na tomto místě se již zaměřím na konkrétní exemplární aktivity a praktiky fanoušků. Spolu s fanouškovským aktivismem je veřejně nejviditelnějším projevem fanouškovství umělecká kreativita fanoušků. Jako obecný název pro fanouškovské alternace (**fánon**<sup>87</sup>) oficiální tvorby (**kánon**) se užívá pojmu **fanouškovské umění** neboli fan art. Původně zobecňující označení v současnosti slouží zejména pro odkaz ke specifické obrazové fanouškovské tvorbě, tedy kresbám, komiksům, fotomontážím apod., jež lze nacházet na platformách typu Deviantart. Zobecňujícím pojmem se pak stalo označení **fanouškovská fikce** (fan fiction), dříve odkazující pouze k psané podobě fanouškovské kreativity (básně, písně, beletrie), v současnosti zahrnující např. i cosplay a další. Vzhledem k širšímu konotačnímu rámci obou zde budu pro označení různých druhů fanouškovských prací užívat termíny fanouškovská kreativita, tvorba či fanouškovské vyjádření (fan expression). Fanouškovská kreativita se nakonec nemanifestuje pouze fikčními rozpracováními původních obsahů, avšak také kritickými reflexemi, které mnohdy vykazují akademickou kvalitu.

Fanouškovská kreativita je výsledkem práce aktivnějších jedinců konkrétních fandomů a tvoří ji soubor široké škály původních fanouškovských prací, jako jsou písně, básně, beletrie, kresby, malby, komiksy, hry, kostýmy, hudební videa, příběhová videa atd. (srov. Herzing 2005: 1; Kustritz 2003: 373-374). Psané artefakty jsou dostupné v internetových fanouškovských archivech: Livejournal, Wattpad, Fanfiction, Quotev (možnost zveřejňovat i kvízy a hlasování). Fanouškovská videa se dominantně vyskytují na stránkách Youtube, Vimeo a Dailymotion. K fanouškovské kreativě mohou být využívány i sociální sítě Twitter, Facebook či Instagram. V současnosti je pak jednou z nejpoblárnějších (myšleno nejužívanějších) platform různých fanouškovských vyjádření Tumblr, kde je možné nalézt kombinaci všech zmíněných druhů kreativity.

---

<sup>87</sup> Fánonem se fanouškovská interpretace stává pouze v případě, že je přijata i ostatními fanoušky (v rámci sub/fandomu), jedná-li se o prozatím individuální interpretaci jedince bývá označována pojmem headcanon. Termín budu nadále užívat v původní podobě, v českém jazyce by totiž bylo třeba užít dvou slov (např. individuální kánon, osobnostní kánon aj.).

Specifickou platformou určenou pro fanouškovskou tvorbu je *Kindle Worlds* vlastněná online obchodem Amazon. Její odlišnost je dána tím, že fanouškovské práce na ní vznikají na licencované obsahy. Autorské osobnosti si zároveň mohou svým psaním na platformě vydělat peníze. Podmínkou tvorby je rozvíjet příběh konkrétního licencovaného obsahu (např. seriálů *Prolhané krásky*, *Veronica Mars* či *Upíří deníky*). V důsledku však kontrují pravidla této platformy logice fanouškovské tvorby, jež má být vytvářena fanoušky pro fanoušky, a to nejčastěji zadarmo (více dále). Odlišný je svou podstatou rovněž archiv Archiveofourown zahrnující jak psané práce, tak kresby, videa či podcasty<sup>88</sup>. Jedná se o specifickou platformu založenou neziskovou organizací *Organization for Transformative Works*, která je řízena a spravována samotnými fanoušky. Mezi další její projekty patří *Fanhackers* – rozcestník, na němž je možné hledat podstatné informace pro samotné fanoušky, ale i akademi(č)ky či aktivist(k)y; stránka zahrnuje statistiky, analýzy a další data o fanouškovství. Organizace nabízí svým uživatelům také fanouškovský slovník encyklopedického rázu *Fanlore* a spravuje i internacionální recenzovaný časopis *Transformative Works and Cultures*, jenž se podrobně zabývá fanouškovstvím z odborné perspektivy a v jehož radě zasedají teoretici a teoretičky fanouškovských studií jako Lucy Bennett, Paul Booth, Abigail De Kosnik, Matt Hills, Anne Kustritz, Jason Mittell a mnoho dalších.

Jak bylo dříve naznačeno, fanouškovské fikce mají různé podoby. Základem každé nové fanouškovské tvorby je však konkrétní původní obsah či subjekt (TV seriál, kniha, film, komiks, kapela, herečka atd.), proto ji lze vnímat jako paratextuální projevy a určitý druh apokryfní kultury<sup>89</sup>. Termín **apokryfní kultura** zavádím, abych poukázala na specifičnost fanouškovské tvorby založené na alternaci či rozvíjení již existujících produktů či jejich částí, jedná se o kulturní tvorbu na pomezí oficiální (mediálních korporací) a amatérské produkce (původně pouze uživatelé), přestože jsou obě produkce v důsledku původní. Jak jsem naznačila, vypůjčením konkrétních atributů z původní předlohy (postav, příběhu, časoprostoru apod.) vytváří někteří fanoušci nové variace, ať už v podobě pokračování daného děje nebo příběhu předcházejícího známému ději, případně jistého rozšíření či nových interpretací konkrétního díla (Jansová 2018a: 6, Jansová 2018b: 7). Klasický koncept, který je dlouhodobě spojován s fanouškovskou

---

<sup>88</sup> Podcast je sériově distribuovaný obsah, nejčastěji se jedná o zvukové nahrávky, ale může nabývat i podoby videa.

<sup>89</sup> V terminologii televizních studií spin-off kultury. Spin-off je odvození od původního knižního, rozhlasového nebo televizního díla. Například spin-off seriálu *Buffly*, *přemožitelka upírů* je seriál *Angel*. Spin-off využívá většinou původní postavu/postavy, na níž/nichž vystaví nové svěbytné dílo.

tvorbou, je metafora textuálního pytláctví (a nomádství)<sup>90</sup> Michela de Certeau (1984: 175), jež rozpracovalo několik dalších osobností (srov. Jenkins 1992a; Penley 1991). Myšlenka textuálního pytláctví pracuje s osobností fanouška pomocí metafory Robina Hooda, který bere mocným (mediálním korporacím) kulturní statky, jejichž formu mění a redistribuuje dále mezi bezmocné (další recipienty).

Jako hypotetické opodstatnění vzniku fanouškovských prací uvádí různí teoretici a teoretičky fanouškovských studií motivaci v odpovědi dominantní kultuře, nesouhlas se směřováním dějové linie, nesouhlas s romantickým párováním v originálu nebo znovu navštívení místa a postav daného příběhu (srov. Nováková 2009: 476, Kustritz 2003: 373-374). Znovu navštívení místa či postav se váže většinou k již ukončeným projektům a je to jistá forma pokračujícího odkazu daného produktu (například fanouškovské texty navázané na již ukončené seriály). Nesouhlas se směřováním dějové linie se pojí např. se smrtí oblíbené postavy, případně fanoušky nepreferovaný vývoj různých postav. Zejména motivace v odpovědi oficiální kultuře se však ukazuje být velmi platným vysvětlením, neboť dominantní kultura nevyhnutelně zrcadlí soudobé uspořádání společnosti (patriarchát, heteronormativita<sup>91</sup>, privilegovanost bělošství apod.) a příběhy s nenormativními interpretacemi jsou častými zpracováními původních prací mediálního průmyslu. Tyto skutečnosti lze dedukovat díky datům získatelným filtrováním<sup>92</sup> na platformách fanouškovské kreativity (Deviantart, Fanfiction, Archiveofourown, Livejournal apod.), kde je možné v rámci jednotlivých fandomů zjistit přesný počet jednotlivých příběhů/artefaktů navázaných na konkrétní postavy či párování těchto postav. Z hlediska uspořádání společnosti se však vedle subverzivních motivů fanouškovské tvorby ve velké míře objevuje i afirmativní kreativita fanoušků, tedy tvorba potvrzující skutečnosti nastolené kánonem. Příkladem je zmíněné pokračování ukončeného příběhu, které dodrží veškeré faktografické náležitosti původního textu.

---

<sup>90</sup> De Certeau (1984: 41) zpracovává i pojem nomádství, jež popisuje pohyblivost fanoušků (ti „nepytlačí“ pouze na jediném místě) a jejich přesuny mezi místy textuality. Nomadicita fanoušků je vyjádřením propojení zájmů fanoušků, kteří jen zřídka zůstávají u jednoho obsahu, ale častěji následují obsahů vícero.

<sup>91</sup> Heteronormativitu lze definovat jako nepsanou normu západní společnosti o výsadním postavení a „normalitě“ heterosexuality, která je automaticky chápána jako správná (srov. Chamber 2009; Peele 2001; Butler 1993)

<sup>92</sup> Prvním krokem k dostupnosti hledaných textů je volba zdrojového materiálu (př. TV obsahy), dále si jedinec volí konkrétní TV pořad (př. *Glee*), v rámci daného pořadu je mu k dispozici filtr, který dopodrobna specifikuje preferované obsahy. Filtr obsahuje kategorie žánru, jazyka, ratingu, počtu slov, ukončenosti či procesu psaní a osobností, jichž se příběh týká. Vše lze nalézt na platformách Fanfiction či Archiveofourown, kde je sice filtrování odlišné, nýbrž principiálně shodné. (Jansová 2018b)

V tomto ohledu jako transparentní příklad slouží např. kresba kanonického párování či další umělecká tvorba potvrzující dominantní významy daných obsahů.

Vztáhnu-li obecně tematiku fanouškovské produktivity k poznatkům mediálních a kulturních studií, na patrnosti nabude provázanost s konceptem populární kultury Johna Fiska (1992b: 24). Produkty fanouškovské kreativity jsou totiž jejím exemplárním artefaktem. Fanouškovské umělecké (re)interpretace původních děl mainstreamové kultury jsou příkladem svébytného vytváření kultury tzv. odspodu, tedy svými příjemci. Populární kulturu nelze dle Fiska vytvořit kulturním průmyslem<sup>93</sup>, její tvorba je naopak zcela závislá na produktivitě aktivních recipientů. Krajně optimistická pozice Fiskovy definice byla problematizována již ve druhé kapitole. Rozvíjení a úpravu původních obsahů konceptualizuje patřičně také John Hartley, který navrhuje termín „redaction“ (v překladu editace), tedy *produkcí nového materiálu procesem editace existujících obsahů* (Hartley 2008: 112). Podobně se vyjadřuje i Melissa Herzing: *Je možné říci, že fan fiction je kreativní psaní [a další způsoby tvorby] uvnitř již existujícího kontextu.* (Herzing 2005: 1) Fanouškovská tvorba je opravdu zejména odvozenou tvorbou s atributy z jiných, již existujících obsahů, lze ji proto skutečně chápat jednak jako editaci existujících obsahů, jednak jako alternující kreativitu, jak navrhují citovaní autoři. Dříve jsem také uvedla, že fanouškovská kreativita se neomezuje pouze na rozvíjení původních fikčních narativů, ale mnohdy nabývá podoby kritických reflexí jak samotných fanouškovských, tak původních obsahů. Organizovaný fandom proto může naplňovat funkci kritické obce, v jejímž rámci se nacházejí různé interpretace a evaluace sdílených textů. Je to prostor, kde se vyskytuje nejen kritika, avšak i obecné teoretizování. V rámci následovaných textů lze o fanoušcích v konkrétních případech uvažovat jako o expertech, jisté edukativní elitě, jíž se ovšem nedostává obecného uznání či sociální moci<sup>94</sup>.

Specifickým aspektem fanouškovské tvorby je její nekonečný (kontinuální) charakter. Fanouškovské artefakty v současnosti existují zejména na internetu, v důsledku toho se z nich stal nikdy nedokončený projekt, a to nejen z hlediska možnosti texty zveřejňovat postupně (po kapitolách), ale také možnosti opouštět projekty bez jejich dokončení. Některé příběhy tak zůstávají i několik let otevřeny, než je uveřejněno jejich pokračování, případně nejsou dokončeny vůbec. To lze opět ověřit jednoduchým filtrováním, při němž

---

<sup>93</sup> Koncept Theodora W. Adorna a Maxe Horkheimera (2009). Kapitalistická společnost zachází s kulturou jako se zbožím a stejně jej také vytváří, tedy strojově a průmyslově. Dle autorů se tak ztrácí umělecká autenticita a estetická hodnota.

<sup>94</sup> John Tulloch v tomto kontextu hovoří o tzv. bezmocné elitě (powerless elite), situované mezi producenty a širší veřejností (Jenkins – Tulloch 1995: 144-172).

se zadává kategorie dokončené příběhy, počet nabízených příběhů se tím běžně několikanásobně snižuje. Současná kontinuita a neukončenost fanouškovské kreativity jsou v přímé kontradikci ke zcela původní podobě fanouškovských prací, které byly zaměřeny především na sci-fi a fantasy žánry. Podoba této fanouškovské tvorby byla nejprve striktně omezena na fanziny. Ty byly distribuovány pomocí pošty nebo směňovány na fanouškovských setkáních (srov. Evans 2006: 18; Lachev 2005: 84, Busse – Hellekson 2006: 13). Existencí internetu (zejména pak vývojové fáze web 2.0) se fanouškovská kreativita (zároveň počet tvůrců/tvůrkyň a přetvářených artefaktů) i její dostupnost mnohonásobně zvýšila. Na rozdíl od tradičně vydávaných prací se fanouškovské příběhy často publikují několikrát, nejprve jako návrhy či diskuze o potenciálním narativu, posléze jako neopravené texty pro úpravu jinými fanoušky, a nakonec po úpravě beta-readery (fanouškovskými editory) ve své finální podobě, již je ale možno i nadále měnit (je-li umístěna na internetu) na základě zpětné vazby dalších fanouškovských čtenářů a čtenářek. Jak bylo naznačeno, o finalitě takových prací lze proto vždy pochybovat, neboť je možné je kdykoli dále pozměňovat a upravovat. Situace se v současnosti netýká výhradně textuální tvorby, mnohé výtvarné práce jsou rovněž vytvářeny digitálně čili jejich další úprava není neuskutečnitelná, podobně je to i s tvorbou videí. Vyjmenovaná fakta poukazují na složitost metodického uchopení zkoumání fanouškovské tvorby, která se může neustále proměňovat.

### ***Kategorizace fanouškovské kreativity***

Jak jsem již zmiňovala v úvodních kapitolách pojednávajících o teoretických osobnostech fanoušků, individuální kreativita se v případě různých osob může výrazně lišit, tato skutečnost byla patrná například při představení škály fanouškovského zájmu o jednotlivé obsahy či osobnosti. Samotnou fanouškovskou kreativitu lze proto rovněž členit na několik druhů, a to v rámci různých kategorií.<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> V roce 1992 téma rozebral John Fiske (1992a: 38), vymezil tři druhy fanouškovské produktivity, respektive stupně divácké produktivity. Jedná se o produktivitu sémiotickou, sociální (enunciative) a textuální. Sémiotická má být základem interpretačních praktik a dekodování, jednotlivec zpracovává sdělení bez ohledu na to, jakým způsobem tak činí. Druhý typ produktivity – sociální – má být výsledkem diskuzí mezi jednotlivými fanoušky a následného vyjednávání a produkce sociálního významu a fanouškovské identity (kostýmy, make-up, diskuze atd.). V tomto případě se dle Fiska jedná o formu tvorby kultury. Produktivita textuální se manifestuje pomocí fyzické fanouškovské tvorby, jako jsou novely, fanziny, videa apod. Matt Hills upozorňuje, že fixní kategorie Fiska lze jen s obtížemi aplikovat na fandomy existující v digitální době, neboť se tyto kategorie nutně stanou fluidními a budou se navzájem výrazně prolínat. (Hills 2013: 130) Hillsovo upozornění je platné, jelikož nelze opominout, že se zároveň stále zmnožuje penzum artefaktů, které mohou jednotlivé kategorie reprezentovat, textuální produktivitou tak může být i tweet nebo příspěvek na Tumblr. Proto je třeba jednotlivé kategorie Johna Fiska vnímat jako



Podobně jako knihy, televizní seriály, filmy aj. se i fanouškovská tvorba řídí určitými kategorizačními pravidly. V první řadě lze tuto tvorbu kategorizovat dle **zdrojového materiálu**, ze kterého vychází. Mezi zdrojové materiály patří animé/manga, knihy, pohádky, komiksy, hry, filmy, divadelní hry, muzikály, televizní seriály a mix dalších zájmových individualit (např. wrestling, mytologie, web seriály apod.). Další kategorizace se týká samotné **podoby fanonické tvorby**: videa, písně, básně, beletrie, kresby, fotomontáže, cosplay apod. Podobně jako filmy a televizní seriály je i tato tvorba označena vhodností pro konkrétní věkové skupiny, tedy **ratingem** (srov. Jansová 2018a: 7). V kategoriích ratingu se pak liší jednotlivé archivy fanouškovské kreativity, například na platformě Fanfiction se vyskytují značky: K (vhodné pro většinu věků), K+ (některé obsahy nevhodné pro děti od 9 let), T (obsahy nevhodné pro děti po 13 roku), M (vhodné pro dospělé od 16 let), MA (explicitní obsahy, vhodné pro dospělé od 18 let). Na jiných platformách se sice mohou objevovat jiná značení, funkce odlišení vhodnosti pro konkrétní věkové skupiny je však shodná. Tato označení jsou mnohdy dále rozvíjena **varováními** (trigger warnings), kde je nevhodnost materiálu pro konkrétní skupiny vysvětlena podrobněji. Objevuje-li se například v příběhu mnoho násilí nebo téma znásilnění, většina autorských osobností na tento fakt explicitně upozorňuje, aby nedošlo k traumatizaci čtenářů/čtenářek, jichž by se téma mohlo osobně týkat (ibid.).

V rámci fanouškovské tvorby je možné rozpoznat i **žánrovou kategorizaci** (Lachev 2005: 89), jeden z nejběžnějších identifikačních prvků jak faktických, tak fikčních prací. Vzhledem k počtu možností fanouškovského vyjádření se pro účely této kapitoly exemplárně zaměřím především na psanou fanouškovskou fikci, u níž jsou jednotlivé žánry a další kategorizační prvky nejsnáze identifikovatelné. Žánrová kategorizace se ovšem týká i dalších fanouškovských prací, jež se v důsledku řídí kategorizacemi relevantních oborů (směry/styly v malířství, ve filmové vědě apod.). Psané fanouškovské artefakty pak kombinují žánrovou kategorizaci literární a filmovou spolu s vlastními již ustavenými žánry. Textové fanouškovské fikce tudíž oscilují mezi obecnými žánry: dobrodružství, krimi, komedie, muzikál, fantasy, parodie, sci-fi atd. a vlastními žánry: zloba (angst), rodina (family), přátelství (friendship), obecné (general), hurt/comfort (ublížení/utěšení) a dalšími (Jansová 2018a: 7). Žánrová specifikace je jedním ze

---

flexibilní prostor, kam mohou v současnosti patřit různé artefakty i aktivity, jež se navzájem budou prolínat, což znamená, že se budou prostupovat i samotné typy produktivity. Původní kategorie tak zůstanou pouze ideálními typy, jejichž aktualizaci je nutno činit s ohledem na jejich případnou flexibilitu a fluiditu vzájemného prolínání.

základních kategorizačních prvků (nejen) fanouškovských fikcí, což se projevuje i v možnosti volby žánru v rámci filtrů internetových archivů fanouškovských prací, které slouží k výběru preferovaných textů.

Poněkud širší a velice specifická žánrová kategorizace se týká **preferovaného párování** dvou (ale i více) postav daných příběhových reinterpretací původních textů, jimiž jsou het, slash, femslash a gen shodně založené na sexualitě daného párování. Preference určitého páru se nazývá shipping, jakožto odvozenina ze substantiva vztah (relationship). Označení se objevuje také v konotaci k pojmu loď (ship), je metaforické a odkazuje k lojalitě některých fanoušků a rčení „S touto lodí se potopím/I will sink with this ship!“ Daný pár je pak popisován tzv. shipovým jménem, které je složeninou buď křestních jmen, nebo příjmení daných postav konkrétního páru (př. Spencer a Emilly – Spemily; Rizzoli a Isles – Rizzles; Callie a Arizona – Calzona apod.). (Jansová 2018a, 2018b). Význam kategorií fanouškovského párování je následující: het odkazuje k heterosexuálnímu párování, slash k homosexuálnímu spojení dvou mužů a femslash dvou žen. Slash patří nadále k nejrozsáhleji popsaným druhům fanouškovské kreativity, to dokazuje právě rozšířený akademický zájem o tento druh prací (srov. Kustritz 2003: 474-475; Busse – Hellekson 2006: 207–224; Driscoll 2006: 82-83). V současnosti sice existuje i značné množství femslash prací, jak bylo však naznačeno již v pojednání o případových studiích této práce, i nadále je taková tvorba v menšině a převažují (jak dokazuje filtrování v rámci konkrétních archivů) práce slash a het. Příběhy, v nichž nefiguruje ani romance ani sexuální styk, se nazývají gen (zkratka pro general). V takových příbězích může být pozornost věnována například přátelským nebo příbuzenským vztahům, tedy primárně neromanticky konstruovaným narativům.

### ***Specifika fanouškovské kreativity a její autorství***

Nejen novátorské kategorizační způsoby jsou pro fanouškovskou tvorbu specifické, autoři a autorky využívají různých způsobů přivlastňování si původních obsahů, které jim dopomáhají reinterpretovat původní texty. Nejčastěji se opakující strategie uvádí například již Henry Jenkins (1992b: 126-127, 165-180), jsou jimi: rekontextualizace, rozšíření časové linie, refokalizace, morální přeladění, cross-overs, personalizace či např. erotizace.

Rekontextualizace slouží k doplňování narativu, běžné jsou tzv. příběhy deleted scenes (vymazané scény), kde fanoušci dle své inspirace vysvětlují motivace určitých postav (např. proč postava spáchala sebevraždu). Doplnkový charakter má i rozšíření časové line

nejčastěji realizované skrze pokračování ukončeného příběhu, případně dosazení děje před oficiální příběh např. TV seriálu (např. postavy se setkaly již jako děti, mladiství apod.). Běžné je dokončení příběhu skrze zrychlené převyprávění života daných postav a jejich rekapitulaci z posledních let života (např. vyprávění příběhu páru Rachel a Quinn ze seriálu *Glee* z budoucnosti/staršího věku). (Jansová 2018b: 7) Refokalizace je strategií, při níž se dostává pozornosti i dalším než hlavním postavám původního díla, jedná se zejména o postavy v původním textu marginalizované, etnické, sexuální i genderové minority, tyto postavy se dostávají do středu příběhu a mnohdy bývají více psychologicky rozpracovány, než tomu bylo v originále (ibid.). Podobně funguje morální přeladění, které do popředí vsazuje původně např. negativní postavu příběhu, případně původně kladný charakter mění na charakter záporný (příklad seriálu *Bylo nebylo*, kde fanoušci pracovali s proměnou Zlé Královny/The Evil Queen Reginy ještě dříve, než tak učinili seriáloví tvůrci v originálu). (Jansová 2018a: 8)

Strategie cross-overů je běžná, například v kontextu televizních seriálů slouží jako komerční strategie zvýšení sledovanosti. V takových speciálních epizodách se setkávají postavy různých pořadů (většinou náležejících k jedné stanici). Příkladem jsou seriály *Zákon a pořádek: Útvar pro zvláštní oběti* a *Chicago PD* nebo seriály *The Flash*, *Arrow*, *Supergirl* a *DC's Legends of Tomorrow*, jejichž hrdinky a hrdinové se setkali například ve čtyřhodinovém speciálu v jarní sezóně roku 2017, přičemž v podzimní sezóně 2017 byl realizován obdobný speciál.<sup>96</sup> Fanouškovský cross-over funguje totožně, ze dvou či více původních obsahů si autor/ka vybírá charaktery a děje, které následně spojuje a rozvíjí. Zosobnění a „zhmotnění“ osobnosti fanouškovského autora/ky odpovídá strategii personalizace. Fanoušci do oblíbených příběhů vkládají i sami sebe a svou zkušenost, obdobná postava je nazývána pojmem Mary Sue/Marty Sam, většinou do příběhu vstupuje jako ideální hrdin(k)a, který/kteřá vše vyřeší a zachrání. Velice často se stává i ústředním romantickým protějškem pro hlavní postavu. Na existenci této postavy upozorňují tvůrci již v anotaci (či perexu) příběhů, takové příběhy lze tedy nalézt i bez jejich čtení. Jednou z nejčastějších rekontextualizací je pak erotizace, značná část fanouškovské fikce je proto pornografická. Pravděpodobně (i mezi laiky) nejznámější fanouškovská erotizace se týkala knižní a filmové ságy *Stmívání*, jejíž fanouškovské

---

<sup>96</sup> Znalost vyplývá z vlastního zájmu o kriminální žánry a obecně o způsob zobrazování ženských hrdinek v hlavních rolích TV seriálů.

přepřerování je v současnosti rovněž součástí mainstreamové mediální tvorby v podobě knih a filmů *50 odstínů šedi*.<sup>97</sup>

Existují různé druhy alternace původních obsahů, každá změna vedoucí k vytvoření headcanonu či fánonu může být do jisté míry vnímána jako snaha o přivlastnění si daného obsahu. Nejedná se o přivlastnění faktické (stran např. copyrightu<sup>98</sup>), nýbrž individuální. Váže se například k pocitu fanoušků, že oni rozumí danému obsahu (jak ději, tak postavám apod.) lépe, protože jsou kompetentnějšími autory/autorkami jeho dalšího pokračování či rozšíření, případně přepsání. O tom svědčí fanouškovské tweety vážící se na seriál *Glee*, jež často upozorňovaly na nesmyslný vývoj děje (v kontextu předchozích událostí) a na neschopnost tvůrců udržet charakterovou kontinuitu postav<sup>99</sup> (př. paradoxní situace, v nichž je hrdinka vyobrazena jako feministka, zatímco o několik epizod později jedná zcela kontradikčně tomuto přesvědčení). (Jansová 2018b: 7) Opětovně nelze opomenout i motivace ve vzdání holdu kánonu a jeho tvůrcům, které nebudou vykazovat snahu o změnu původních obsahů.

Hypotetická povaha motivací tvorby fanouškovských prací se objevuje také v případě snah určit totožnost autorů či autorek této kreativity. V pojednání o osobě fanouška (kapitola 3) jsem uvedla, že (zejména) masmédiá zobrazují fanoušky jako mužskou neheterosexuální variantu bělošství, což je obraz jednak značně stereotypní, jednak je to neprokázaný konstrukt. V rámci fanouškovských studií jsou pak jako autorské osobnosti vnímány dominantně ženy (srov. Evans 2006: 17). Anik LaChev konkrétně píše: *...je těžké jednoznačně prokázat, kdo přesně píše a čte fan fiction. Většina autorů se skrývá za přezdívkami (...). Většina průzkumů však naznačuje, že se jedná o žánr většinou psaný bílými, středostavovskými ženami různého věku, často vysokoškolsky vzdělanými...* (LaChev 2005: 85) Doposud ovšem nebyly provedeny reprezentativní výzkumy, jež by daný fakt potvrzovaly nebo vyvracely, jedná se spíše o individuální zkušenosti

---

<sup>97</sup> V současnosti se jedná se o popularizovanou znalost akademiků i laiků. (Srov. Morrissey 2013: 1.2)

<sup>98</sup> Copyright je podstatným tématem fanouškovské kreativity, která pracuje s produkty, jež původního autora/autorku mají. Zcela běžné je proto v příbězích, ale i kresbách apod. uvádět formuli, že autor/ka není vlastníkem obsahu a ten si pouze vypůjčuje. Tento krok má zabránit možné žalobě z porušování autorských práv. Toto opatření však nemusí být dostačující, čehož jsou příkladem často mazané a zneprístupňované obsahy na všech platformách fanouškovské kreativity. Vzhledem k rozsáhlé bibliografii téma zpracovávající (př. Coombe – Herman 2001; Tushnet 2007; Postigo 2008) mu nebude nadále věnována bližší pozornost.

<sup>99</sup> Fanoušci sami vytváří také například společné záznamy (zejm. blogy či stránky), v nichž dosavadní vývoj TV pořadů uchovávají, protože je pro ně snadné nekontinuitu objevovat. Jednat se může o specializované stránky věnované konkrétnímu seriálu či stránky, na nichž se vyskytuje evidence vícero obsahů, a to spolu s přehledem vysílání, plánovaných prodlev ve vysílání, vytváření titulků, zveřejňování promo fotografií a videí apod. Jedním z příkladů obdobné platformy je český portál Edna.

jednotlivých autorů a autorek, kteří se s určitými skupinami fanoušků v rámci svých výzkumů setkávali. K příklonu k tvrzení, že většina autorských osobností fanouškovské tvorby by mohly být ženy, ovšem slouží i statistiky samotných platforem fanouškovské tvorby<sup>100</sup>. Jak bylo však naznačeno již dříve v textu, tato data nelze vnímat jako zcela spolehlivá, jelikož může docházet ke zkreslení nepravdivým vyplňováním těchto údajů fanoušky. Pochybnosti o možnosti identifikovat nejen tvůrce fanouškovské kreativity, ale obecně fanoušky, jako heterosexuální středostavovské bělošky přiznává například i teoretička Kristina Busse v rozhovoru s Henry Jenkinsem: *...fanouškovské kultury jsou mnohem komplikovanější-stejně jako gendery! (...) více a více si uvědomujeme, že generalizace o fanouškovských autorských a čtenářských osobnostech, jako jsou to ‚heterosexuální ženy ve středním věku‘ nemusí být tak přesné, jak jsme si mysleli.* (Jenkins 2014b, online). Nejednoznačnost této identity pak v kontextu tvorby na internetu pravděpodobně nejpatřícněji popisuje Melissa Herzing: *Pisatel fanouškovské fikce je kdokoli, kdekoli. Je to tvůj soused, tvůj bratranec/sestřenice, tvůj nejlepší přítel a ta holka, co právě brala tvoji objednávku u McDonaldu. (...) Je to učitel/ka tvých dětí. Jsem to já, (...) jsi to ty.* (Herzing 2005: 29).

Použité citace shodně a správně upozorňují na nejistou identitu autorských osobností fanouškovské kreativity, se kterou jsem se sama setkala v rámci svých případových studií. Z hlediska toho, že jsem nedělala rozhovory s členy/členkami sub/fandomů, jenž jsem zkoumala, byly veškeré údaje o autorských osobnostech odvozeny z volně dostupných dat. Těmi byly nejčastěji právě přezdívky, které neindikovaly gender (ale ani rasu a jiné kategorie) daného člověka. Nápomocné v tomto případě mohly být pouze individuální profily fanoušků, na nichž se taková identifikace objevovala (např. Tumblr či Twitter disponují boxem bio, kde o sobě uživatel/ka uvádí osobní informace, ty však vyplňovat nemusí). Identita jednotlivých autorských osobností však v určitém ohledu nemusí být zcela podstatná. Nejen nestálost fanouškovské kreativity, ale i jistý kolektivní charakter této tvorby upozadují v důsledku ojedinělé osobnosti fanouška. Autorský subjekt může tak v rámci fanouškovských prací nabývat podoby kolektivní entity. Už jen funkce tzv. beta-readerů, v češtině editorských osobností, kterými většina čtených autorů/autorek disponuje, rozvrací představu individualizovaného autorského subjektu. Podobně funguje i systém otevřené možnosti komentování a připomínek k daným textům v diskuzi pod nimi, kde může jednotlivec poukázat na chyby či přání u jednotlivých kapitol, ty pak

---

<sup>100</sup> Například *Fanhackers*. 2013. <http://fanhackers.tumblr.com> (5. 6. 2017).

mohou být do textu zpětně doplněny. Ojedinělost autorského subjektu pak explicitně postrádají fanouškovské práce, jež jsou tvořeny vícero autorskými subjekty. U psané fanouškovské fikce může mít taková spolupráce charakter: „jednu kapitolu já, jednu ty“, při níž si autorské osobnosti zasílají části textu a doplňují již napsané o další text (Jansová 2018a, 2018b). Ještě složitější autorské určení znamenají takové kolaborace zahrnující vícero osob v realizační části. Například u fanouškovských videí může na projektu spolupracovat i deset (a více nebo méně) lidí z různých částí světa (někdo zajišťuje zvuk, někdo obraz apod.), kdo je potom autorem/autorkou?

Patrné je, že hlavní význam nakonec nese text, nikoli jeho autorská osobnost, to může být vztaheno ke konceptu smrti autora, jež zvýznamnění textu a příjemce nad osobností autora tematizuje (srov. Barthes 2007). Výsledný produkt, který navíc nemusí být nikdy dokončen, lze vnímat jako produkt kolektivních interpretací. Podobný efekt vykazovaly úzké vztahy a interpretační diskuze čtenářek a pisatelek romancí ve výzkumu Janice Radway (1991). Kolektivní povaha jednotlivých prací se ostatně vztahuje i k probíranému konceptu kolektivní inteligence, jako nedílné vlastnosti participačních kultur. Pospolitý charakter prací je podpořen taktéž faktem, že aktivnější fanoušci, již se zabývají fanouškovskou tvorbou, mnohdy žádají ostatní členy/členky fandomu o inspiraci. Běžně se tak lze setkat s tvorbou na základě konkrétních kritérií (např. spojení určitých postav, nastíněná situace, zapojení dalších postav a rozuzlení spočívající na autorské osobnosti). (Jansová 2018b: 6-7) Za konkrétními fanouškovskými pracemi tedy sice stojí autorská osobnost, ale její práce je podpořena a doplněna o revize a opravy ostatních, pročez je lépe uvažovat o této osobnosti jako o reprezentativním subjektu kolektivní snahy.

## **6.2 FENOMÉN FEMSLASH**

V rámci fanouškovské kreativity byly výčtem zmíněny různé druhy této kreativity závislé na druhu párování. Tato podkapitola se věnuje jednomu z těchto druhů – femslash – a čerpá primárně z nálezů případových studií. V následujících odstavcích se téměř nevyskytují odkazy na jiné fanouškovsko-studijní práce, neboť je téma femslash ve fanouškovských studiích nadále značně podreprezentováno. Důvodem, proč byla podkapitola osamostatněna a oddělena od fanouškovské kreativity, je fakt, že femslash je obecně druhem interpretace, který sice může vést k fanouškovské tvorbě, ale zároveň také k fanouškovskému aktivismu. Termín femslash proto nelze výlučně chápat jako synonymum pro určitý druh fanouškovské tvorby. Oba druhy fanouškovských neheterosexuálních interpretací (slash i femslash) jsou determinovány právě specifičností

těchto interpretací a souvisí tak s konceptem tzv. queer čtení. To je *označení pružného prostoru pro vyjádření všech aspektů ne(anti-, kontra-)heterosexuální kulturní produkce a recepce* (Doty 1993: 3). Starší pojem slash je odvozen z anglického výrazu pro lomítko a odkazuje k typickému zapisování fanouškovských interpretací konkrétního párování (jméno/jméno). Počátky slash fikce se běžně datují ke konci 60. let 20. století v kontextu spojení postav seriálu *Star Trek* kapitána Kirka a prvního důstojníka Spocka, které pocházelo z fanouškovských prací a šířilo se mezi zájemci v podobě fanzinů (Kustritz 2003: 371–372). Vzhledem k faktu, že se slash interpretacím věnuje již značné množství prací, jak je patrné v podkapitole *Kategorizace fanouškovské tvorby*, je žádoucí se dále zaměřit zejména na méně probádanou oblast femslash. V současnosti se už reflexe tématu objevily, například v roce 2017 vyšlo speciální číslo žurnálu *Transformative Works and Cultures*, jež se na fenomén femslash zaměřilo. I nadále je však jeho širší reflexe a tematizace (ve srovnání s jinými druhy fanouškovské kreativity) značně nedostatečná. Zejména z toho důvodu, že z femslash vychází mnohé fanouškovské aktivistické snahy, jak bude patrné dále v textu.

Je zřejmé, že femslash, původně také femmeslash nebo lesbický/lesbian slash (Herzing 2005: 12-13), je mladší formou slash. Dříve naznačená motivace v odpovědi oficiální kultuře, v níž stále převládá normativ heterosexuální orientace, se projevuje zejména v těchto neheterosexuálních interpretacích zaměřených na ženské identity. V euroamerické mainstreamové tvorbě se v současnosti vyskytuje stále více neheterosexuálních postav<sup>101</sup> (Glaad 2016), přesto může být jejich zobrazení i nadále stereotypizováno, případně ukončováno fanoušky nepreferovaným způsobem. Jedním z velice častých ukončení narativu ženských neheterosexuálních postav je smrt (Jansová 2016a; 2017b, online). Fanouškovská tvorba se pak stává prostorem pro pokračování takto ukončených příběhů, avšak také pro potenciální kritiku stereotypizace zobrazování daných charakterů v dominantní kultuře. Nakonec jsou femslash interpretace reflexí jednotlivcových zkušeností, tužeb a preferencí, které v mainstreamové tvorbě nemusí být dostatečně reprezentovány. Fanyňka fanonického páru Faberry (seriál *Glee*, postavy Rachel Berry a Quinn Fabray) možný význam fanouškovských interpretací a kreativity pro osoby fanoušků shrnuje následovně: *Seriál skončil, nedostaneme, co jsme chtěli, ale mezi námi, tady na Tumblr, livejournalu nebo fanfiction.net (...) jsme to dokázali. (...)*

---

<sup>101</sup> Toto tvrzení je závislé na regionálním kontextu, například v České republice se do tohoto data (duben 2018) nevyskytlo více než 5 neheterosexuálních ženských postav v televizních seriálech (srov. Jansová 2017b, online).

*Vytvořili jsme si vlastní paralelní příběh (...) Jsme vyvrženci mezi vyvrženci. Jsme outsideri Glee fandomu<sup>102</sup>. (...) Jsme vyvrženci, ale vytvořili jsme si všechno tak, jak jsme to chtěli vidět v tom pořadu. (...) Můžeme být vyvrženci, ale jsme sakra hrdí, že jimi jsme.* (Fuckingsalad, online) Autorka zde upozorňuje na to, že si je vědoma své (a celého subfandomu) marginální pozice v rámci celosvětového fandomu *Glee*. Zároveň užívá pojmu vyvrženci jakožto synonyma pro fanoušky, v čemž je patrná stále trvající patologizace těchto osob. Zajímavým aspektem je uvedení důvodů femslash interpretací a v důsledku i femslash tvorby (zde konkrétně navázané na pár Faberry), tím je vidění/čtení toho, co jedinec chce, a to prostřednictvím tvorby vlastního alternativního narativu, který lépe odpovídá individuální i kolektivní (femslash subfandomové) touze. Autorka je zde reprezentantkou aktivních transformativních fanoušek a popisuje a vysvětluje proces tvorby i její motivace.

Přestože některé zdroje (Kustritz, 2003: 473; Nováková, 2009: 476) uvádějí jako první femslash pár Xenu a Gabrielle z původního seriálu *Xena: The Warrior Princess*, nejranější femslash pár sestával ze spojení postav Cagney a Lacey ze stejnojmenného kriminálního seriálu z 80. let 20. století. Fanouškovská tvorba okolo tohoto páru se manifestovala například videi sestříhanými na VHS a sdílenými vzájemným posíláním poštou (Hellekson – Busse 2002: 52). Dřívější femslash párování nebylo prozatím nalezeno, což je nejpravděpodobněji odrazem skutečnosti, že do 70. let 20. století na televizní obrazovce neexistovalo vícero autonomních ženských hrdinek v rámci jediného pořadu. V 90. letech se po Xeně a Gabrielle lesbické interpretace týkaly seriálu „*Buffy*“, v němž nakonec i kanonický lesbický vztah vznikl (nikoli však ten preferovaný/předpovídaný fanoušky). Veškeré vyjmenované obsahy zobrazovaly autonomní hrdinky, dokonce bojovnice (v různém slova smyslu), čímž se potvrzuje potenciální motivace interpretací vztahů dvou svébytných ženských postav, mezi nimiž vedle přátelství může probíhat i romantické partnerství nepodřízené patriarchálním a heteronormativním představám o páru ženy a muže. V současnosti existuje mnohonásobně větší (a stále narůstající) počet jednak v kánonu existujících vztahů, jednak takto interpretovaných svazků, příkladem jsou pořady *Rizzoli & Isles: Vraždy na pitevně*, *Bylo nebylo*, *2 socky*, *Agent Carter*, *Supergirl*, *The 100* a mnoho dalších, jež

---

<sup>102</sup> Zde reaguji na fakt, že lesbické interpretace byly v rámci širokého fandomu seriálu ostrakizovány a napadány, a to i z důvodu existence kanonického páru Santany a Brittany, stejně jako účinkování několika mužských homosexuálních postav – Kurt, Blaine, Sebastian, David apod., hlavním důvodem byla však preference kanonického heterosexuálního páru Rachel Berry a Finna Hudsona (Jansová 2018b: 6).



pochází z individuální národní televizní tvorby jednotlivých zemí (nejen USA a UK). Specifikem femslash fanouškovských základů je jejich provázanost současných, ale i minulých, lesbických interpretací a fandomů. Jednotlivé příběhy se prolínají především kvůli příslušnosti fanoušků k víceru obsahům původní tvorby (zde je patrná platnost de Certeauovy teorie textuálního nomádství), což dokazuje široké povědomí femslash fanoušků o většině původní kulturní a fanouškovské lesbické tvorbě. Tato skutečnost se váže primárně k aktuální existenci fanouškovství na internetu, a tedy k popisování praktik a úzů digitálních fandomů. V okamžiku kdy jedinec zabývající se femslash párováním následuje určité femslash obsahy např. na stránce Tumblr, setkává se díky označování a zařazování příspěvků pomocí klíčových slov/hashtagů (#) také s dalšími lesbickými obsahy, a to prostřednictvím vzájemného propojení těchto hashtagů například pojmem femslash či zkratkou WLW (women loving women/ženy milující ženy). Příkladem je diskuze, v níž fanoušci komentují vývoj australského seriálu *Wentworth* srovnáváním s osudy jiných charakterů, které jsou patrné v parafrázi „snad znovu neopakovali Lexu, ale bude to Delphine“. (Jansová 2018d: 5) V této větě se nachází odkaz na dva různé seriály a dva různé osudy lesbických postav, Lexa (*The 100*) zemřela na následky střelby, Delphine (*Orphan Black*) střelbu přežila. Taková vyjádření jsou zejména členové a členky lesbických fandomů, avšak i ostatní členové publika, co oba pořady podrobně sledují, schopni dekodovat. Pro jiné fanoušky a jiná publika bude sdělení nesrozumitelné. S intertextualitou a fenoménem femslash (a obecně lesbickými obsahy) souvisí rovněž mezinárodní síť sdílení v oficiální tvorbě již existujících lesbických příběhů. Jednotlivci zprostředkovávají kanonické narativy fanouškům/zájemcům a zájemkyním z celého světa. Například osoba žijící ve Španělsku zaregistruje existenci lesbického příběhu v rámci španělské telenovely, nastříhá (dle svého uvážení) významné scény pořadu do jednoho kompaktního celku a nahraje daný příběh (najednou či po částech) na dostupné platformy typu YouTube, Dailymotion či Vimeo. K takovému videu může doplnit i titulky pro osoby nehovořící španělsky. Aktuálně existuje rozsáhlá internacionální síť osob podílejících se na tomto sdílení, které pracují na vytváření titulků v různých jazycích, na stříhání a zveřejňování příběhových, ale i hudebních videí apod. Příkladem může být nastříhaný příběh páru Pepsi<sup>103</sup> (Pepa a Silvia) ze seriálu *Los Hombres de Paco*

---

<sup>103</sup> K nahlédnutí na stránce YouTube po zadání klíčového slova Pepsi či Pepa and Silvia/Pepa y Silvia.

nebo příběh českého páru Zuzany a Lindy ze seriálového počínu *Až po uši*; ten prozatím nedisponuje anglickými titulky, aby byl dostupný i osobám, které česky nerozumí.<sup>104</sup>

Viera Nováková, téměř jediná autorka reflektující v československém akademickém prostředí femslash tvorbu, se domnívá, že pro existenci každého fanonického párování je nutná existence tzv. chemie mezi párovanou dvojicí: *keďže pre tvorbu femslash fanfiction je minimálne vnímateľný subtext neodmysliteľnou podmienkou tvorby, jeho prítomnosť je kľúčová. Pokiaľ fanúšikovia necítia aspoň znaky tvoriaceho sa lesbického subtextového napätia, fanfiction zväčša nie je tvorená* (Nováková 2009: 479). Tuto domněnku ovšem nelze zcela generalizovat. Přestože je vnímaný lesbický podtext<sup>105</sup> zdrojem velkého množství femslash prací (př. příběhy o postavách Rizzoli a Isles, Quinn a Rachel z *Glee*), zobecnování takového tvrzení eliminuje existenci fanouškovských prací, jež v daném příběhu kombinují postavy z různých masmediálních obsahů, a to formou již zmiňovaných cross-overů. Fanouškovské fikce slučují totiž také postavy z různých televizních seriálů, filmů nebo komiksů, knih apod. Výsledné párování je tedy zcela závislé na preferencích autorské osobnosti (př. párování Santany Lopez ze seriálu *Glee* a Emily Fields ze seriálu *Prolhané krásky*), nikoli na účasti dvou postav ve stejném příběhu a jeho vnímatelném podtextu, byť se jedná o nejčastější případ (Jansová 2018b: 6).

Zajímavým aspektem vážícím se k femslash interpretacím je rozvíjení příběhů i takových postav, které byly již v původním obsahu neheterosexuální. Přesto, že je lesbický vztah prezentován daným pořadem jako kanonický, dochází k jeho rozvíjení v rámci fanouškovských prací. Příkladem dalšího rozpracování kanonické homosexuality jsou páry Callie a Arizona ze seriálu *Chirurgové* či Paige a Emily ze seriálu *Prolhané krásky* (ale i mnoho dalších). Fanouškovské práce navazující na původně lesbické párování jsem při nálezu této skutečnosti v roce 2014 označila termínem **kanonická femslash** (Jansová 2014: 438). Termín tak poukazuje na skutečnost, že je v nové fanouškovské tvorbě dále zpracovávané konkrétní párování, které již existuje v původním zdroji/pořadu.<sup>106</sup> Důvody pro takovou tvorbu jsou totožné jako u zcela fanonických párů, jedná se o projekci vlastní

---

<sup>104</sup> Vědomost vyplývá z podrobné znalosti internacionálních femslash fandumů.

<sup>105</sup> V citaci Viery Novákové se vyskytuje termín subtext převzatý z anglického jazyka, v rámci dizertační práce však využívám z mého pohledu významově transparentnější termín podtext.

<sup>106</sup> Melissa Herzing v roce 2005 zmiňovala absenci termínu pro tuto skutečnost a fakt, že jsou nadále označovány fem/slash, přisuzovala neochotě vymýšlet nový termín (Herzing 2005: 13). Jak jsem psala výše, domnívám se, že označení fanonická femslash je vhodným termínem vyjadřujícím význam skutečnosti, kterou označuje.

touhy a interpretací konkrétních fanoušků, případně nesouhlas s vývojem děje, adorace páru, reakce na odchod postavy apod.

Reflexe jak kanonické homosexuality (lépe formulováno neheterosexuality), tak femslash fanouškovských interpretací, se vyskytuje na specifické platformě určené zejména neheterosexuálním ženám Afterellen<sup>107</sup>. Tento server poskytuje informace o lesbických a bisexuálních (či jinak neheterosexuálních) herečkách, filmech a dalších populárně kulturních projevech, v jejichž rámci se vyskytuje neheterosexuální tematika. Vedle toho pořádá platforma také volby nejlepších femslash párů, nejlepších fikčních postav, uveřejňuje rekapitulace seriálů a hledání tzv. lesbického podtextu, případně výuku o zásadách a základech lesbických fandomů či výuku samotného psaní femslash prací, o nichž jsem informovala dříve. Fanoušci jsou tak mnohdy vpravováni do způsobů, jak být fanoušky, jak hledat inspiraci pro svou tvorbu apod. V důsledku se Afterellen staví do pozice arbitra (a tedy názorového vůdce) rozpoznaných lesbických podtextů a klíčových momentů, které by měly ústit ve fanouškovskou fikci, a sugeruje pomyslné kolektivní interpretace (ty však vychází pouze od jediné autorky). (Jansová 2018a: 6) Kolektivní interpretace jsou v rámci většiny fandomů i subfandomů běžné; byly zmíněny již v souvislosti s kolektivní inteligencí a fantazií. Výjimku proto netvoří ani (sub)fandomy femslash. V rámci daného fanouškovského uskupení se opakovaně objevují interpretace, jež si přivlastňují (resp. se s nimi ztotožňují) různí fanoušci ve své tvorbě, z individuálního headcanonu se tak stává víceméně fanoušků uznávaný fánon. V rámci fanouškovského párování Faberry ze seriálu *Glee* se značné množství textů uchyluje k podobným interpretacím. Jednou z těchto interpretací je „Quinn the Lion“, tedy fakt, že postava Quinn po ostříhání dlouhých blond vlasů připomínala zuřivého (ale i hravého – záleželo na konkrétní interpretaci) lva. Některé příběhy dokonce vznikaly formou bajek, v nichž postavy vystupovaly jako zvířata. Další z častých interpretací, jež se objevovala napříč příběhy, je čtoucí Quinn; postava Quinn byla i v původním ději často spatřována s knihou, fanoušci tuto „čtenářskou vášeň“ dále rozvíjeli tak, že přetvářeli postavu Quinn ve slavnou autorku knih, knihovnici, majitelku knihkupectví apod. Postavy Rachel se běžně týkaly interpretace jejího budoucího působení na Broadwayi, přičemž fanoušci připisovali takový osud Rachel již několik let před ukončením seriálu, v němž k takovému vývoji děje nakonec skutečně došlo. (Jansová 2018b: 6) Zmíněné

---

<sup>107</sup> Obdobný server existuje i pro mužské neheterosexuální identity Afterelton. Podobně jako Afterellen je zaměřená také stránka Autostraddle.

interpretace, jež se v jednotlivých příbězích, kresbách a dalších podobách fanouškovské kreativity opakují a různě variují, lze označit za produkt kolektivní sdílené fantazie, která je opět jednou z typických atributů určitých fandomů či jejich částí.

Eticky problematické se v kontextu fanouškovství staly interpretace pojící skutečné osoby (tzv. real person fiction), stejně tak jako interpretace stavějící příběh na spojování fikčních postav v příbuzenském vztahu. Příkladem prvního specifika je párování ženských protagonistek seriálu *Glee*. Tento seriálový počin byl pro femslash interpretace výjimečný, neboť se v různých variacích objevily lesbické interpretace u všech ženských hrdinek seriálu. Takové pozicování vztahů bylo ovšem přeneseno i do reálného života, když někteří fanoušci vytvářeli fanouškovské fikce nikoli s vypůjčenými postavami, ale s představitelkami fikčních seriálových postav. Nejčastěji se tyto interpretace vázaly k nejoblíbenějším párům, a to ve fikční podobě Faberry (Rachel Berry + Quinn Fabray) a Brittana (Brittany S. Pierce + Santana Lopez). Faberry se tak objevovalo ve variacích tzv. Achele, tedy spojení jmen dvou představitelk těchto fikčních postav Ley Michele a Diany Agron. V druhém případě se jednalo o párování HeYa<sup>108</sup>, tedy spojení jmen Heather Morrison a Naya Rivera. Obojí párování bylo připisováno veřejnému vystupování hereček, které se samy označovaly za nejlepší kamarádky, často se držely za ruce nebo objímaly. (Jansová 2018b: 6) Podobné interpretace jsou však v důsledku vnímány velmi kontroverzně, jelikož vytváří fikční příběhy o reálně existujících osobnostech, což často vyvolává otázky etického charakteru. Hodnocení správnosti či nesprávnosti takové fanouškovské tvorby však není mým úkolem a není ani žádoucí, jedná se zde pouze o ukázkou dalších fanouškovských praktik.

Ještě problematičtější se z hlediska společenského tabu incestu jeví interpretace, které se opět objevují napříč různými fanouškovskými pracemi. V rámci femslash prací získala značnou pozornost lesbická interpretace vztahu dvou pohádkových sester Elsy a Anny (Elsanna) z animované pohádky *Frozen*. Mnozí fanoušci se od těchto interpretací distancovali jako od scestných. Příběhy samotné většinou pracují s konceptem adopce jedné ze sester, tedy nikoli s reálným incestem, ovšem některé ponechávají i vztah sesterský. Jako jedna z hlavních motivací pro lesbické příběhy/interpretace tohoto vztahu byl nejčastěji uváděn fakt, že se v Disneyho animované pohádce poprvé objevily dvě silné ženské hrdinky, které nebyly zachráněny mužským hrdinou (klasické narativní schéma

---

<sup>108</sup> Různé obsahy a druhy fanouškovské kreativity navázané na tato párování lze nalézt na rozličných místech (Tumblr, YouTube aj.), vždy stačí zadat klíčové slovo (zejména název párování) do příslušných vyhledávačů dané platformy.

damsel in distress), ale zachránila je pravá (sesterská) láska. Obdobný případ znamenal vydání filmu *Maleficent*, kde se zlá čarodějnice nesobeckou pravou láskou zasloužila o záchranu mladé dívky Aurory. Jejich vztah byl následně některými fanoušky interpretován jako lesbický, nikoli mentorský či rodičovský. V tomto případě se nejednalo o incest, hrdinky nebyly v původním obsahu příbuzné. Negativní reakce tentokrát zapříčinilo párování dvou postav s velkým věkovým rozdílem. Oba uvedené příklady potvrzují tendenci párovat dvě autonomní ženské hrdinky schopné se bránit, rozhodovat za sebe i za druhé. Takovou motivaci lze sledovat od prvních femslash příběhů párujících dvě policistky Cagney a Lacey. Příběhy silných ženských hrdinek jsou v mainstreamové tvorbě stále ve znatelné menšině, a to i přes aktuální zvýšení jejich počtu a nepopíratelný komerční úspěch snímků jako *Wonder Woman* a dalších. Zcela zřejmě se v takových případech jedná o manifestaci vlastních tužeb jednotlivých autorských osobností a zároveň implicitní kritiku soudobé oficiální tvorby se snahou ji subverzivně proměňovat/reflektovat<sup>109</sup>.

### 6.3 FANOUŠKOVSKÝ JAZYK (FANSPEAK)<sup>110</sup>

Specifikem komunikace fanoušků je tzv. fanspeak neboli fanouškovský jazyk sestávající z konkrétních termínů a zkratk. Význam pojmu fanouškovský jazyk neodkazuje k existenci autonomního jazyka, jakým jsou např. jazyky národní (anglický, český apod.). Jedná se o soubor výrazů popisujících specifika konkrétních fanouškovských prací a událostí v původním obsahu, v důsledku tedy slang. Fanspeak slouží zejména jako identifikační nástroj obsahu a označení konkrétních fenoménů daného fanouškovského vyjádření. Přestože je fanspeak nedílnou součástí existence sub/fandomů, nebyl v rámci odborných prací doposud podrobně analyzován. Některé významy fanspeaku je možné nalézt v článku Alexandry Herzog (2013) nebo v kapitole opakovaně uváděné antologie Karen Hellekson a Kristiny Busse (Driscoll 2006). V jiných případech se mohou objevovat zejména relevantní výrazy v rámci konkrétního kontextu, například tematizují-li autor/ka určitý seriál a fanouškovské párování, může užívat fanspeakové označení páru a další výrazy k dané interpretaci se vážící. Prozatímni minimální zohledňování fanspeaku lze přisoudit značné individualizaci jednotlivých témat, která sice pracují s globálně platným fanouškovským jazykem, ale pohybují se především v kontextu jazyka lokálního.

---

<sup>109</sup> Tyto poznatky byly získány dlouhodobým působením v kontextu femslash fandomů.

<sup>110</sup> Části této podkapitoly byly vydány jako odborný článek v časopisu *Mediální studia* (Jansová 2017a).

Fanouškovský jazyk se tedy v nejobecnější rovině dělí na globální a lokální (srov. Herzog 2013: 5), globální podoba by měla být srozumitelná všem fandomům. Jsou to obecná označení například žánrů (hurt/comfort) nebo druhů párování (slash, femslash, het). Lokální fanspeak je pak specifický pro každý (sub)fandom (př. TV seriál *Glee*), který užívá jednak obecných pojmů, jednak zavádí termíny vlastní, jež se váží ke konkrétním následovaným příběhům, jejich časoprostoru a postavám. Výchozím jazykem většiny fandomů je angličtina<sup>111</sup>, v níž je vytvářeno i největší množství jednotlivých fikcí, to dokazuje užití filtračního vyhledávání v archivech fanouškovské fikce.

Jednotlivé výrazy fanspeaku mají, jak bylo naznačeno, především funkci identifikační, specifikují jednotlivé fenomény, označují nejen žánry a druhy fikcí, ale i způsoby vyprávění či konkrétní párování postav, jež se nachází v centru fanouškovského artefaktu (srov. Herzog 2013: 3). Fanspeak se užívá také k pojmenování samotných fandomů; je zvykem, že jednotlivé fandomy nachází společné označení, které pak nadále využívají a které mohou využívat i oficiální tvůrci či osobnosti, jichž se fanouškovský zájem týká. Dojít může také k opačnému procesu, tedy daná umělkyně či umělec si svůj fandom sama/sám označí. Příkladem fandomových jmen jsou **Buffistas** pro fandom seriálu „Buffy“, **Xenites** následující seriál *Xena* či **Oncers** náležící k seriálu *Bylo nebylo*.<sup>112</sup> Identifikační role fanspeaku je patrná rovněž v textových anotacích, lépe řečeno perexech, jež doprovází především psané fanouškovské fikce. Tyto krátké textové útvary obsahují popis toho, o čem daný příběh je; jejich běžným obsahem je název daného příspěvku, jméno autora/autorky, ústřední párování či popisované vztahy (romantické, přátelské i rodinné). Objevuje se rovněž informace, zda se jedná o alternaci původního příběhu nebo zda autor/ka ctí původní předlohu.

Fanspeak vzniká nejčastěji vytvářením neologismů, zkratk, akronym a redefinicí slov (i z cizích jazyků). Mezi nejužívanější zkratky<sup>113</sup> patří: **AU** (alternative universe) – signalizace přenesení příběhu do jiného kontextu, **OTP** (one true pairing) – favorizovaný/nejoblíbenější pár konkrétního fanouška, **RPG** (role playing games) – hraní rolí oblíbených postav fanoušky nebo **WLW** (women loving women) – častá zkratka užívaná ve femslash fandomech k označení lásky mezi ženami, jedná se v důsledku o synonymum termínu lesba. Příkladem redefinice slov je výraz **lemon** (citron) či **lime**

<sup>111</sup> V současnosti se stále častěji vyskytuje také japonština a vliv japonské fanouškovské kultury.

<sup>112</sup> Znalost vyplývá z mé specializace na zobrazování žen v TV kriminálních a akčních žánrech.

<sup>113</sup> Poznatky vychází zejména z případových studií, jednotlivé výrazy se objevily v širším kontextu všech čtyř, pročež je nebudu jednotlivě citovat. Více výrazů a zkratk, stejně tak jako jejich zevrubnější objasnění, je uvedeno ve slovníku pojmů zařazeném v přílohách textu.

(limeta), které označují romantické stejnopohlavní párování či romanci (lemon v případě mužů, lime v případě žen). Mezi neologismy fanouškovského jazyka se řadí zejména názvy jednotlivých párování, již zmíněná shipová jména (**Faberry**, **Rizzles** atd.), ovšem patří mezi ně i specifické výrazy jako např. **Round Robin** (označení pro multiautorskou tvorbu).

Příklady globálního fanouškovského jazyka mohou obecně rozdělit do několika kategorií: označení producentů, označení fanoušků, druhy fikcí, míra intimity v rámci příběhů a označení postav. Pro producentské a autorské osobnosti se běžně užívá zkratka **TBTB** (The Power That Be). Příklady druhů fikcí jsou: **drabble** (pouze krátký příběh do 100 slov), **deathfic** (fikce, kde jedna z hlavních postav zemře), **crackfic** (parodická fikce) nebo např. **episode fix** (přepsání aktuální TV epizody, se kterou fanoušci z určitých důvodů nesouhlasili). Míru intimity naznačují pojmy: **fluff** (odlehčená romance), **smut** (pornografický příběh). Označení postav se odvíjí od konkrétního fandomu, objevuje se obecné pojmenování **OC** (original character) značící vlastní postavu autora/ky. Případně postava **Mary Sue**, výraz slouží k zdůraznění faktu, že se v příběhu objevuje samotný autor či samotná autorka (v podobě ideální postavy – Mary Sue). Nakonec lze pak pro označení fanoušků samotných nalézt pojmy: **BNF** (big name fan) – jedná se o fanouška, jehož tvorba je hojně následována; dále pojmy **fangirl** (výraz jak pro ženy, tak pro muže značící velkou citovou investici jedince), **newbies** (nováčci fandomu) nebo např. **vidders** (tvůrci fanouškovských videí) atd.

Lokální fandomy disponují další sadou termínů, které mohou odkazovat například ke konkrétním fanouškovským fikcím, jako **JOTKOR** – *Just off the Key of Reason*. Tento příběh patří konkrétně k jednomu z nejznámějších ve fandomu párování Faberry, což je patrné z míry jeho obliby indikovanou počtem následovníků/následovnic příběhu. Příběh je i po více než pěti letech (zveřejněn v roce 2011) zmiňován v relevantních femslash diskuzích na sociálních sítích. (Jansová 2018b) Lokální fanouškovské výrazy mohou poukazovat také na běžné aktivity původních postav, zkratka **TGTGT** (totally gratuitous, totally gay touching/zcela bezdůvodné homosexuální dotyky) odkazuje na intenzivní haptiku mezi postavami Jane Rizzoli a Maurou Isles, kvůli níž byl vztah této přátelské dvojice (v kánonu) od počátku vysílání seriálu (2010) interpretován lesbicky. Dalším příkladem je zkratka **LLBFF** (life long best friends forever/celoživotní nejlepší přítelkyně) jedná se o aktuální repliku ze série *Rizzoli & Isles*; ta byla vyřčena ve scéně, v níž postavy předstíraly romantický vztah, aby se vyhnuly nechtěné pozornosti

mužského nápadníka. Promluvu fanoušci interpretovali jako dlouho očekávanou proklamaci lásky mezi postavami. (Jansová 2018a)

Fanouškovský jazyk je ve své globální, ale zejména lokální, podobě vyjádřením expertízy původního obsahu, jedná se o vědomou aktivitu, pomocí které se mohou fanoušci vymezovat vůči původním autorským osobnostem. Jedná se rovněž o prostředek budování lingvistické bariéry mezi fanoušky a nefanoušky (obecně nebo konkrétního díla), případně mezi fanoušky a producenty (srov. Herzog 2013: 1). Tento jazyk je však i pomyslnou vstupní branou. Učení se fanspeaku konkrétního (sub)fandomu může být chápáno jako iniciační rituál vstupu a následné členství v (sub)fandomu, je nakonec nezbytnou podmínkou aktivního fungování v něm. Především lokální fanspeak je lingvistickým unikátem, pro nějž neexistují žádné návody, jediný způsob, jak získat fanouškovské jazykové kompetence, je podrobné studium daných příběhů a interakcí v rámci (sub)fandomů, což může být především u starších fandomů (např. seriálů „*Buffy*“ či *Xeny*) nelehký úkol. Pro globální fanspeak již existují jisté návodné cesty, jimiž jsou internetové fanouškovské slovníky, tzv. fanpedie<sup>114</sup> neboli fanouškovské encyklopedie. Fanspeak je jedním ze snadněji dostupných prostředků pro další studium specifických projevů jednotlivých fanouškovských skupin. Jeho užívání slouží zejména k označování podstatných momentů pro daný fandom, například zmíněná haptika mezi postavami série *Rizzoli & Isles*. Zaběhnuté termíny jsou využívány ke komunikaci o stávajících obsazích, která probíhá jednak staticky v příbězích (a zejména jejich perexech), jednak dynamicky v rámci reakcí na aktuální události konkrétních pořadů. K tomu se váže fenomén živého tweetování (live tweeting), v němž uživatelé/uživatelky mohou reagovat na aktuálně vysílaný TV obsah a pomocí hashtagů označovat pro (sub)fandom zásadní události. Ke komentování je využívána existující sada výrazů, zároveň je však vytvářen prostor pro označování nových skutečností. Pro propojování jednotlivých tweetů interpretujících vztah hlavních postav série *Rizzoli & Isles* lesbicky sloužil hashtag #gayzolli nebo shipové jméno #rizzles. Pro poukázání na další vnímaný projev lesbického vztahu (lépe řečeno podtextu), užili jednotlivci jedno z klíčových slov a propojili se tak s podobnými interpretacemi ostatních fanoušků. (Jansová 2018a: 6)

Příkladem aktualizace promluvy a zaužívání daného výrazu v rámci fandomu je pak replika ze seriálu *Glee* (S03E11). Postava Santany Lopez líčí přátelům, jak tajně pořídila

---

<sup>114</sup> Různě zaměřené fanpedie (dle žánru, původního obsahu apod.) lze nalézt zadáním klíčového slova fanpedia (a případně další specifikace, např. název seriálu atd.) do libovolného internetového vyhledávače.



nahrávku konverzace tím, že si audiorekordér umístila pod podprsenku: *I taped it to my underboob/Nalepila jsem si to pod prso*. Hashtag #underboob se stal jedním z nejpoblárnějších v rámci lesbického fandomu seriálu, lze předpokládat, že zejména kvůli tematizaci poprsí postavy, případně její vychytralosti. V komunikaci fanoušků kanonického lesbického párování Santany a Brittany a dalších fanonických femslash párů sloužilo k prolínování jednotlivých tweetů vypsání hashtagu #gaysharks. Hashtag patrně navazoval na scénu, v níž postava Brittany praví: *Did you know that dolphins are just gay sharks?/Věděli jste, že delfíni jsou v podstatě homosexuální žraloci?* (S01E14). (Jansová 2018b: 6-7) Obdobné momenty bývají velice často přebírány a znovu realizovány skrze pohyblivé obrázky (gify) na sociálních sítích, čímž se dostávají i do povědomí jedinců, kteří danou epizodu neviděli, případně seriál nesledovali vůbec. Jedná se tak o afirmativní praktiku oslavující povedenost původního obsahu či jeho momentu.

Uvedené příklady poukazují na originální interpretace fanoušků, které jsou komunikovány jednak v reálném čase vysílání konkrétních epizod, jednak nadále rozvíjeny v další tvorbě. Ať už se týkají kanonických či fanonických příběhů, jsou shodně dalším rozvíjením původní tvorby, a to v mnoha případech s podtextem subverzivního vymezení se vůči dominantním významům (zejména pak v případech femslash a jí podobných interpretací). Jedná-li se naopak o převzetí promluvy v jejím původním znění a zachování jejího významu, mohou takto fanoušci vyjadřovat souhlas či oceňovat zdařilost daného momentu.

Využití fanspeaku v současnosti není ovšem doménou pouze fanoušků, díky dostupnosti fanouškovské kreativity na internetu není obtížné oblíbené fanouškovské výrazy, především v případě opakovaně užívaných hashtagů, vyhledat a následně využít. Některé oficiální autorské osobnosti si mohou ve svých reakcích na fanouškovskou tvorbu a fanouškovské interpretace fanouškovský jazyk vypůjčit. Důvody zohlednění fanouškovské kreativity jsou opět spíše hypotetického rázu, z nalezených případů (Jansová 2018a, 2018b a 2018c) mohou však vyvodit, že se jedná zejména o hold fanouškům a díky za jejich přízeň, stejně tak se objevuje motivace komerční, mířící na uchování co nejširšího spektra fanouškovského publika. V důsledku lze uvažovat i o potřebě znovu se zmocnit fanoušky rekontextualizovaných obsahů a zdůraznit svou mocenskou převahu, toto vysvětlení bude však jen obtížně prokazatelné. Způsobů, jak mohou původní tvůrci fanspeak využít, existuje několik. Mohou tak činit v původním textu (TV seriálu), v propagačních materiálech a vystoupeních nebo v online komunikaci

s veřejností na sociálních sítích. Někteří tvůrci seriálů začali vkládat různé hashtagy do vysílaných epizod (na okraj obrazovky), čímž mohou vyzývat publikum k diskuzi (a propojení diskuzí) na sociálních sítích pomocí daného hashtagu. Takový druh komunikace je v současnosti velice běžný, objevuje se ve velkém množství televizních seriálů<sup>115</sup>.

Velmi specifický vztah mezi fanouškovskou komunitou a původním seriálovým počinem byl patrný v případě seriálu *Glee*. Každý týden byl vyhlášován tzv. Gleek of the week/Gleek týdne, tedy největší či nejlepší fanoušek daného týdne. Soutěž se odehrávala na sociální síti Facebook, kde bylo sledováno jednotlivé zapojení (např. komentování, lajkování apod.) těchto fanoušků; vyhlásování vítěze/vítězky pak probíhalo formou uveřejnění fotografie a jména jedince na konci aktuální epizody<sup>116</sup>. V rámci globálního fandomu seriálu *Glee* existují výrazné neheterosexuální subfandomy, jež se vážou jak ke kanonickým párům Klaine (postavy Kurt a Blaine) a Brittana (Brittany a Santana), tak k párováním fanonickým, a to zejména Faberry (postavy Rachel Berry a Quinn Fabray) a Pezberry (Rachel Berry a Santana Lopez). (Jansová 2018b) Příklad užití fanspeaku jako prostředku holdu fanouškům se objevil například ve čtvrté epizodě šesté sezóny seriálu *Glee*, která byla nazvána **Hurt Locker**. Výraz je odkazem ke kanonickému vztahu dívek Santany a Brittany, jejichž závažné emocionální hovory se v seriálu nejčastěji odehrávaly u jejich středoškolských skříňek, pro což se mezi fanoušky tohoto páru začal užívat pojem „zraněná skříňka“, tedy hurt locker. Využití fanouškovského jazyka se v daném seriálu objevilo rovněž u oficiálních i neoficiálních propagačních snah, například ústřední protagonistka Lea Michele (postava Rachel Berry) se snažila zaujmout fanoušky a pozvat je na další epizodu užitím fanonického shipového jména Pezberry (na síti Twitter). Chtěla je upozornit na to, že se v této epizodě vyskytuje společný duet postav Rachel a Santany. (Jansová 2018b: 7) Obdobné příklady tohoto způsobu „fanonicko-kanonické“ komunikace lze nalézt také v dalších seriálech (např. seriály *Wynonna Earp* a párování **Wayhaught** – Nicole Haught a Waverley Earp nebo *Person of Interest* s párováním **Shoot** – Root a Shaw a mnoho dalších).

Jiný způsob zpřítomnění fandomu a fanouškovského jazyka se objevil například v seriálu *Faking it*, který přenesl fanouškovství do samotného centra děje. Dvě hlavní postavy –

---

<sup>115</sup> Znalost vyplývá z mého studia televizních seriálů a jejich zobrazování ženských hrdinek i LGBTQ+ témat.

<sup>116</sup> Jak fotografie a „ocenění“ vypadá, lze spatřit na oficiálních facebookových stránkách seriálu. *Facebook/Glee*. 2009. [https://www.facebook.com/pg/Glee/photos/?tab=album&album\\_id=10150403606007044](https://www.facebook.com/pg/Glee/photos/?tab=album&album_id=10150403606007044) (25. 7. 2017).

Amy a Karma – byly fanoušky označeny shipovým jménem Karmy<sup>117</sup>. V původním obsahu sice jako falešný pár (jak značí název seriálu) figurovaly, v důsledku se však nikdy o kanonické párování nejednalo. Tvůrci ovšem zohlednili fanouškovskou podporu párování tím, že oblibu páru přenesli do narativu seriálu, a to prostřednictvím spolužáků a spolužaček, kteří páru „fandili“. Někteří z těchto „fanoušků“ páru **Karmy** dokonce oblékali trika s hashtagem shipového jména #Karmy (S02E02). (Jansová 2018c: 5) Producenti tak zpřítomnili i běžnou fanouškovskou praxi – průnik fanouškovství do každodennosti (zde oblékáním trika s fanouškovským textem), včetně velice silného emocionálního navázání, které páru fandící spolužáci a spolužačky projevovali.

Fanouškovský jazyk je transparentním symbolem fanouškovské kreativity a aktivního přístupu k obsahům oficiální tvorby. Fanspeak ve své globální podobě zastává formu obecně srozumitelné sady výrazů, ve své podobě lokální pak představuje individualizovaný lingvistický unikát<sup>118</sup>. Jak je zřejmé, v současnosti fanouškovský jazyk využívají také oficiální tvůrci, jednak jako hold a poděkování, jednak jako komerční strategii, jež lze od sebe s obtížemi odlišit. Užití fanspeakového výrazu je sice možné chápat jako poděkování, je však i formou udržování co nejširší divácké základny. Podrobněji se komunikací mezi fanoušky a producenty, stejně tak možností rozlišení mezi producentskou vstřícností vůči fanouškům a jejich zhodnocením jako inzerentské komodity zabývám v následující podkapitole.

#### 6.4 FANOUŠKOVSKO-PRODUCENTSKÁ (INTER)AKTIVITA

Vztah oficiálních producentů a fanoušků a současné potenciální sblížení obou kategorií jsou jednak způsobeny technologickou disponibilitou, jednak výsledkem fanouškovských (ale i producentských) praktik a snah. V předcházejícím oddíle byly naznačeny fanouškovské kreativní praktiky, stejně tak jako některé producentské reakce na ně. Stávající podkapitola se v návaznosti na to blíže zaměřuje na prolínání producentských

---

<sup>117</sup> V tomto případě lze jen těžko posoudit, zda jméno vzniklo skutečně primárně na základě fanouškovského shipování, v němž se název objevil, nebo zda se jednalo o simultánní kreativní krok fanoušků i producentů.

<sup>118</sup> Za zcela specifickou formu fanouškovského jazyka lze nakonec považovat i konkrétní gesta. Fanoušky převzatá gesta běžně pocházejí ze samotných následovaných obsahů (případně od následovaných osobností), mohou být specifickým pozdravem oblíbeného umělce/umělkyně, případně signifikantním posunkem konkrétní postavy. Takové gesto mohou fanoušci posléze přebírat, na rozdíl od klasických výrazů fanspeaku lze však takové gesto užívat především formou obrázků (spíše gifů), případně v osobní komunikaci (např. na fanouškovských setkáních). Příkladem obdobného gesta je pozdrav herečky Kate McKinnon, otevřeně identifikované lesby. Pozdrav je fanoušky označován za lesbický (lesbian salut). Gesto lze nalézt zadáním klíčového slova lesbian salut do libovolného internetového vyhledávače, případně na stránce YouTube, kde jsou k dispozici videa zobrazující tento pozdrav.

a fanouškovských zájmů, jak v podobě vyjednávání o významech původních sdělení, tak ve snaze využít artefakty fanouškovské kreativity k vlastnímu prospěchu.

### *Darová ekonomie a exploatace kulturní práce*

Hypotetické motivace k tvorbě (afirmativní i transformativní) fanouškovské kreativity jsem již představila, stejně tak jsem poukázala na ostrakizaci zcela neaktivních fanoušků označovaných pojmem lurker/nakukovač. Důvod takto negativního označení pouze přijímajících fanoušků souvisí se základním charakterem fanouškovské tvorby, která je založena na tzv. darové ekonomii. Ta se projevuje relacemi mezi jednotlivými fanoušky, přičemž produktivní jedinci v rámci této ekonomie podarovávají ostatní člen(k)y fandomu, od nichž očekávají reciprocitu (komentář, like, sdílení apod.). Jedná se tedy o druh kulturního barteru, v němž se směňují různé kapitály, které lze metaforicky nazvat kulturními. Fanouškovskou tvorbu lze považovat za specifický příklad kulturního kapitálu, jak o něm uvažoval Pierre Bourdieu (1986: 241-258), tudíž jako o jedinci získaném předpokladu k tomu, aby dosáhli konkrétních sociálních pozic (zde v rámci fandomu). Bourdieuho definice je sice mnohem širší a komplexnější, přesto i pro fanouškovskou tvorbu platí funkce kulturního kapitálu jakožto komodity v rámci směnného systému, která v tomto případě znamená vědění a zejména moc uvnitř daného společenství (vzpomenou privilegované fanouškovské osobnosti rozhodující o preferovaných interpretacích). Jak bylo naznačeno, užití pojmu kulturní kapitál je spíše symbolické, neopomím že existují různé formy kapitálu, jež jsou platné v různých kontextech, ve kterých nabývají svou hodnotu. V důsledku lze v případě fanouškovské tvorby uvažovat o konceptu subkulturního kapitálu, jež představila Sarah Thorton (1995), přičemž by se přesněji uvažovalo o kapitálu fanouškovském. Fanouškovským kapitálem disponují zejména tvůrčí osobnosti v konkrétních fandomech, přičemž ti nejvíce čtení (oblíbení, následovaní) si získávají určité renomé a mohou být označováni představeným fanspeakovým pojmem BNF, tedy Big Name Fan, známé osobnosti fandomu. Zejména tito jedinci pak nabývají statusu názorových vůdců a mohou určovat (nejen interpretační) normativy uvnitř sub/fandomu (opět lze uvést příklad fanoušků seriálu *Glee*; početně převažovali ti, kteří kánon dodržovali).

Tzv. darová ekonomie ovšem není specifikem pouze fanoušků, její principy jsou patrné i v digitální darové ekonomii (digital gift economy), která je typická uživatelsky tvořenými obsahy (srov. Jenkins – Ford – Green 2013: 86), jež jsou zveřejňovány např. na platformě YouTube. Zde je třeba připomenout, že platforma YouTube je rovněž

místem oficiální mediální produkce, stejně jako místem, kde si původně amatérští tvůrci s dostatečnou uživatelskou oblibou mohou začít vydělávat (na základě dohody s marketingovými odděleními společností, jež budou propagovat).

Podstatou (nejen) fanouškovské darové ekonomie je sdílení produktů individuální kreativity s širším společenstvím konkrétního sub/fandomu. Některé autorské osobnosti tvoří pro obecné druhé, jiní pro konkrétní druhé, a to například formou příběhu preferovaného párování darovaného určitému člověku k narozeninám. Přestože může být fanouškovská kreativita darem pouze pro vybrané jedince, podstata zveřejňování fanouškovských děl na platformách fanouškovské kreativity takový dar zpřístupňuje i ostatním členům a členkám. Může samozřejmě nastat situace, při níž si jednotlivci zasílají příběhy pouze v úzkém kruhu či pouze ve dvojici, velmi pravděpodobně se však i tyto práce později objeví na veřejně dostupných platformách. Nezbytnou součástí darové ekonomiky obecně je její reciprocita, jak už jsem uvedla. Přestože jsou tedy dary zdarma, dárci očekávají něco na oplátku. Může se jednat o vzájemnou výměnu produktů kreativity jednotlivých tvůrčích jedinců nebo zpětnou vazbu v podobě komentářů, lajků, sdílení apod. (Jansová 2018a, 2018b)<sup>119</sup> Již několikrát byly zmíněny ostrakizované osobnosti fanoušků, kteří se do procesu produkce a konzumpce fanouškovské kreativity nezapojují nijak, pouze přihlížejí a bez jakékoli reciprocit přijímají dary aktivnějších fanoušků.

V případě patrného zneužití darové ekonomie se mohou znovu vrátit k příkladu platformy společnosti Amazon *Kindle Worlds*, jež poskytuje (a umožňuje tvořit a zveřejňovat) fanouškovské práce pouze na licencované produkty této značky. Autorské osobnosti si zveřejňováním příběhů v konkrétním univerzu (licencí firmy) mohou vydělat peníze, což ale kontruje myšlenku fanouškovské darové ekonomie. Situaci vhodně komentovala Katherine Morissey: *Podobné iniciativy reprezentují stále přítomné snahy přesunout fanouškovskou produkci do mezí kontrolované produkce, která licencuje a limituje kreativní práci. Tyto průmyslové kroky jsou součástí dlouhotrvajících snah kontrolovat obsah a profity.* (Morissey 2013: 3.4) Licence určitého produktu však není jediným autorským omezením, které se týká *Kindle Worlds* příběhů, může se jednat o zákaz tvorby erotických příběhů, zákaz crossoverů apod. Veškerá tato omezení pak očividně negují myšlenku svobodné a demokratické participační kultury, do níž může každý přispět dle své libosti a svého uvážení.

---

<sup>119</sup> V případě fandomu *Glee* jsem opakovaně narazila na situaci, v níž autoři fanouškovské fikce vyžadovali určitý počet reakcí na konkrétní kapitolu jakožto podmínku pro zveřejňování dalších kapitol.

Již vymezení jednotlivých teoretických fanouškovských praktik poukazuje na to, že mnohé z nich mají ekonomický charakter, jedná se o nakupování doprovodného merchandisingu, návštěvu kina, koncertů apod. Fanouškovská kreativita a její šíření pak mají většinou jinou než ekonomickou hodnotu, tedy zmíněnou hodnotu fanouškovsko-kulturní. Existují však i fanoušci, kteří tvoří pro ekonomický zisk. Primární komerční strategie oficiálních mediálních tvůrců se obecně zaměřují zejména na přímou ekonomickou hodnotu, ovšem také nepřímá (např. využití fanspeaku) je předmětem zájmu, do nějž pak náleží paratextové projevy fanouškovské kreativity. Jonathan Gray a spol. například píše: *Fanoušek se jako specializovaný a oddaný konzument stal centrálním terčem marketingových strategií mediálních průmyslů* (Gray – Sandvoss – Harrington 2007: 4). Nejen teorie v rámci politické ekonomie tedy poukazují na to, že mediální producenti mohou zneužívat architekturu participační kultury a využívají své uživatele/uživatelky k bezplatné propagaci. Tito uživatelé/uživatelky však obsahy zveřejňují z vlastní iniciativy, a proto mohou být nejen následně komodifikováni zmíněnými producenty, ale v důsledku se sebekomodifikují. Jednou ze zjevných a explicitních manipulačních technik, jichž mediální průmysly využívají, je tzv. astroturf. Astroturf je pojmenování pro obsahy, které jsou falešně označeny jako amatérské (user generated), přestože jsou produktem korporátních médií. Za nejznámější astroturf projekt označují Burgess a Green video blog *LonelyGirl15*, v němž se najatá herečka vydávala za obyčejnou dívku vlogující o svém běžném životě, aby prostřednictvím diskuzí pod videem získala potřebné informace o preferencích jedinců (Burgess – Green 2013: 121). Cílem vytváření takových sdělení je tedy např. diskuze o konkrétních produktech, zjištění preferencí jednotlivců apod., ty jsou pod záštitou společného uživatelství (tedy sdíleného statusu) získávány třeba v komentářích pod videem a nadále zužitkovány (znovu vzpomenu lajkování na Facebooku a indikaci preferencí jednotlivců v různých oblastech jejich života).

Shrnu-li předchozí odstavce, je patrné, že se v minulosti fanoušci nacházeli nejen na okraji společnosti, ale také na okraji zájmu mediálních průmyslů, v současnosti se naopak jejich pozice přibližuje k centru pozornosti a strategiím těchto průmyslů. Je nutné si však uvědomit, že participací, zveřejňováním příběhů ve volném prostoru apod. dochází také k sebekomodifikaci, někteří fanoušci totiž chtějí být součástí mainstreamových mediálních průmyslů a pracovat mimo darovou ekonomii. V kontextu fanouškovských studií známým a již zmíněným příkladem přechodu z roviny paratextu

k mainstreamovému produktu je kniha (v současnosti i film) *50 odstínů šedi*. Autorka E. L. James se inspirovala knižní sérií *Stmívání/Twillight* a příběh rozvinula v erotickém fanouškovském příběhu *Master of the Universe*. Pisatelka následně práci odstranila z fanouškovských serverů a zveřejnila na vlastních stránkách, nakonec byla natolik oblíbenou, že se stala součástí mainstreamových knižních bestsellerů. Někteří fanoušci vnímali tento autorčin úspěch jako zradu zásadám zveřejňování a šíření fanouškovské fikce, tedy principů darové ekonomie. Jiní jako inspiraci, jak se nechat komercializovat a stát se lukrativně placeným spisovatelem/spisovatelkou. Dalším příkladem je příběh *After Anny Todd*, v němž dochází k párování reálných postav z hudební skupiny *One Direction*, původní fanouškovská fikce byla posléze také vydána jako kniha.<sup>120</sup>

Z hlediska komodifikace se však někdy ze strany fanoušků může jednat také o jisté subverzivní snahy, a to v případech, kdy fanoušci odmítají nakupovat oficiální promotérské zboží, ale nakupují tvorbu jiných fanoušků. Tím se vymezují vůči komodifikačním snahám oficiálních producentů, přestože do určité míry narušují premisu darové ekonomie. V některých případech mohou být však takové aktivity dokonce nezbytné. Chce-li fanoušek patřící do určitého subfandomu (např. Faberry) vlastnit fanouškovské artefakty, jako jsou kresby, plakáty či kalendáře apod., nedisponuje jinou možností než se obrátit na tvůrčí členy subfandomu, kteří s těmito komoditami obchodují. (Jansová 2018b: 7) Nakonec se však nemusí jednat o subverzivní snahy, ale situace, v nichž není takové zboží dostupné. Důvodem může být fakt, že oficiální tvůrce nenapadne s určitým zbožím cílit i na další příjemce, příkladem mohou být promotérské artefakty pohádky *Frozen*, které se vyrábí převážně pro dětské publikum, přestože by o takové produkty mohly mít hypoteticky zájem i dospělí.

### ***Fanouškovský aktivismus***

Dlouhotrvající střet fanouškovské produktivity a komerčních zájmů je ve své elementární podobě patrný. Stávající podkapitola přibližuje konkrétní příklady fanouškovského aktivismu a s ním spojeného vyjednávání o významech původních televizních sdělení, to vše v kontextu komodifikace fanoušků oficiálními producenty. Všechny tyto aktivity lze shodně vnímat jako boje odehrávající se na metaforickém sémiotickém bojišti.<sup>121</sup> Na pomyslném bitevním poli se střetávají „slabí“ a „silní“ účastníci mediální komunikace a vyjednávají (bojují) o významech, sociálních identitách, individuální slasti apod.

---

<sup>120</sup> Znalost obou opět vyplývá z mé několikaleté fanouškovsko-studijní specializace.

<sup>121</sup> Terminologicky se jedná o patrný odkaz na „semiotic battlefield“ Johna Fiska (1992b).

Základem možnosti naznačených střetů je opakovaně probíraná existence aktivní části fanouškovských skupin, která vyjednávání zajišťuje. Jsou to tedy fanoušci provozující praktiky osobité recepce, zakládání interpretačních a konzumentských základů, tvořících vlastní obsahy atd. Jak bylo již naznačeno, aktivismus může mít podobu individuální kreativní tvorby, oslovování producentů na sociálních sítích; dále se může jednat např. o protest adresovaný producentům ohledně zobrazování minoritních identit, případně o aktivismus nesouvisející přímo s daným produktem. Z velké části je fanouškovský aktivismus zpodobněním mnou zavedeného typu aktivity, tedy fanouškovského pořadatelství. Jedná se nejčastěji o pořádání charitativních či osvětových akcí nebo protestních aktivit (například proti zrušení oblíbeného seriálu).

Příkladem aktivismu přidruženého formátu jsou fanoušci knižní ságy *Harry Potter*, zakladatelé **Harry Potter Alliance**, kteří se rozhodli využít své celosvětové rozšířenosti a virtuální nebo fyzické propojenosti k charitativním účelům (obecně zájem o lidská práva, gramotnost, rovnost atd.). Podobně fanoušci seriálu *Firefly* a režiséra Josse Whedona organizují každý rok sbírku na podporu ženských práv. Dále také iniciativa spojená původně s hráči her – **Nerdfighters** – se zapojuje do různě cílených charitativních akcí, totožně jako **Fans4Writers**, v níž se spojují fanoušci mnoha fandumů.<sup>122</sup> Jennifer Earl a Katrina Kimport definují fanouškovský aktivismus jako aktivity podobající se politickému aktivismu, jež jsou však užity směrem k nepolitickým záležitostem (Earl – Kimport 2009: 221). Naopak Jenkins a Shresthova chápou fanouškovský aktivismus jako *formu občanského zapojení a politické participace, která pochází ze samotné fanouškovské kultury* (Jenkins – Shresthova 2012: 1.8). Vzhledem k faktu, že je jedním z velmi častých důvodů „vyjednávání“ reprezentace sociálně marginalizovaných skupin, jež může mít z hlediska premis mediálního konstruktivismu dopad na sociální realitu, se jako více platná jeví definice druhé autorské dvojice. Fanouškovský aktivismus bych na základě toho zjednodušeně a obecněji sama definovala jako mobilizaci aktivní části fandumů k dosažení sdíleného cíle (charita, obnovení seriálu apod.), tato snaha může mít různé důvody, podoby a druhotně dopady.

Jedním z dlouhodobých center pozornosti fanouškovského aktivismu jsou osudy fanoušky oblíbených produktů. Příklady takových aktivistických praktik lze nalézt již v 19. století. Už zmiňovaným příkladem jsou dopisy Arthuru Conanu Doyleovi, který se rozhodl dále nepokračovat v psaní příběhů o Sherlocku Holmesovi. Na základě

---

<sup>122</sup> Znalosti/příklady jsem získala dlouhodobou specializací na fanouškovská studia.



fanouškovského zájmu a naléhání zprostředkovaného dopisy však své rozhodnutí přehodnotil. V 60. letech 20. století se emblémem fanouškovské adorace a fanouškovského aktivismu (v té době telefonáty či dopisy studiu) stal seriál *Star Trek* a o dvacet let později pak seriál *Cagney & Lacey*, jenž byl zrušen několikrát a na popud fanoušků také opakovaně obnoven (srov. D'Acci 1994: 99-100). Fanouškovské snahy o obnovení či zachování oblíbených pořadů se staly jedněmi z nejtypičtějšých příkladů fanouškovského aktivismu. V minulosti proběhlo mnoho úspěšných i neúspěšných kampaní, jež jsou hromadně označovány jako Save Our Show (SOS)/Zachraňme náš pořad (srov. Guerrero-Pico 2017: 2071). Od dob protestů proti zrušení pořadů prostřednictvím dopisů, ústních diskuzí či telefonátů (případ *Cagney & Lacey*) se současné kampaně zásadně proměnily, nejčastěji totiž nyní využívají nástroje sociálních sítí a snadné komunikace jejich prostřednictvím. Mezi úspěšné patřily ty, které zapříčinily pokračování seriálů *Firefly*, *Veronica Mars*, *Jericho* či *Chuck*<sup>123</sup>. Jako neúspěšný pokus lze exemplárně uvést seriál *Faking it* zkoumaný v jedné z případových studií. Přestože fanoušci oslovovali platformy Netflix a Hulu, jež v minulosti již zrušené seriály přebíraly a financovaly jejich pokračování, u tohoto seriálu nebyla obdobná kampaň úspěšná (Jansová 2018c: 5).

Nikoli obnovení či zachování seriálu, ale celé jeho vytvoření bylo cílem snah fanoušků seriálu *Nikki & Nora* (respektive jeho pilotního dílu<sup>124</sup>), který jsem objevila během sběru dat pro první případovou studii (Jansová 2018a: 8) a který nikdy nezačal existovat, vznikl totiž jen jeho pilotní díl (v roce 2004). Hlavními hrdinkami tohoto detektivního dramatu byly životní a pracovní partnerky. Jednalo se o velmi progresivní záležitost, jelikož do té doby nebylo lesbicky zaměřené krimi drama nikdy zvažováno pro realizaci celostátní televizní stanicí. Některým fanouškům, již se s pilotním dílem setkali po jeho zveřejnění na stránce YouTube, se ovšem nápad zalíbil a snažili se o jeho uskutečnění. To se nakonec především pořadatelskou svépomocí (finanční sbírkou, v níž se vybralo zhruba 65 000 dolarů) podařilo a v roce 2013 (po devíti letech od vydání pilotu) vznikl web seriál *Nikki & Nora: The N&N Files*. Podobným příkladem (tzv. crowdfundingu) je vznik filmového

---

<sup>123</sup> Originální způsob vedení kampaně bez využití sociálních sítí aplikovali např. fanoušci seriálu *Jericho*, již poslali do domovské stanice CBS zhruba dvacet tun arašídů (spolu s dopisy), čímž chtěli stanici a producenty seriálu upozornit na oddanost a odhodlanost fandomu. (Guerrero-Pico 2017: 2075). Se specifickými kampaněmi přišli také fanoušci seriálu *Chuck* či *Fringe* (srov. Guerrero-Pico 2017: 2076; 2079-2085).

<sup>124</sup> Pilotní díl označuje jeden díl plánovaného seriálu či série, který je nabídnut konkrétním televizním stanicím k realizaci, ty podle určitých determinantů (např. reakcí focus group) pořad vyberou nebo nevyberou k výrobě a vysílání.

snímku *The Carmilla Movie*. (Jansová 2018d: 4) Film navazuje na úspěšný web seriál *Carmilla* o romanci třistaleté upírky s mladou vysokoškolačkou. Na platformě YouTube, kde byl zveřejňován, má více než padesát miliónů zhlédnutí a zhruba dvě stě padesát tisíc následujících. Crowdfundingová kampaň probíhá způsobem, jakým fungují kampaně v projektech Startovač či HitHit, tedy tak, že si uživatel/ka zakoupí dárkový balíček (např. film, film a seriál, film a podpisy hereček apod.) a tím dopomůže k realizaci konkrétního projektu. Specifickým postavením web seriálů z hlediska komunikace mezi tvůrci a příjemci se zabírám v následující podkapitole.

Vedle kampaní zaměřujících se na celý produkt, tedy seriál, knihu atp., se objevují i kampaně, věnující se pouze části daného produktu, například konkrétní postavě (př. odchod, smrt) nebo párování (ne/preferované) či širšímu a obecnějšímu problému (př. zobrazování žen v médiích). Jedním z příkladů takové specifikace byla obliba páru Jenny a Emmy (Jemma) z německého teenage muzikálového seriálu *Hand aufs Herz*. (Jansová 2018c: 5-6) Jednalo se o kanonické párování dvou dívek tohoto seriálového počínu; po odvysílání prvních relevantních epizod, v nichž byl vztah rozvíjen, se několik fanoušků snažilo sdílet momenty této dvojice pomocí sestříhaných audiovizuálních sekvencí a zveřejnit je v celosvětově dostupných audiovizuálních archivech. Na základě porušení autorských práv a velmi striktnímu přístupu domovské stanice byly tyto pokusy dlouhodobě potírány a videa odstraňována z veřejných serverů. Fanouškovské snahy však nadále pokračovaly, nakonec se stanice SAT 1 uchýlila ke kompromisnímu kroku, příběh dívek sama nastříhala a zveřejnila na svých oficiálních internetových stránkách, kam umožnila přístup osobám z celého světa, nikoli pouze těm s německou IP adresou (ibid). Společnou a jeden produkt přesahující agendu vykazovaly protestní akce, jež se objevily po smrti jedné z lesbických postav seriálu *The 100* – Lexy (polovičky páru Clexa – Clarke a Lexa). (Jansová 2018d: 5) Lexina smrt byla fanoušky označena za pomyslnou poslední kapku, která zapříčinila, že se LGBTQ+ osoby i jejich podporovatelé rozhodli protestovat proti uplatňování televizního narativního schématu bury your gays (BYG), dle něž jsou neheterosexuální postavy usmrcovány, a to v rámci posunu děje pro ostatní heterosexuální postavy nebo zcela bezdůvodně (více Jansová 2017b, online). Protestní snahy byly zprostředkovávány zejména sociálními sítěmi a dosáhly toho, že se tvůrce seriálu Jason Rothenberg fanouškům omluvil za posilování BYG schématu, byť (údajně) neúmyslného (ibid.). Postava byla usmrcena, jelikož herečce kolidoval harmonogram natáčení s natáčením jiného seriálu, její smrt však vyvolala tuto pro tvůrce velmi

negativní a nečekanou reakci. S ohledem na problém přesahující jeden produkt založili fanoušci platformu *Lgbtfansdeservebetter (LGBT fans deserve better/LGBT fanoušci si zaslouží lepší přístup)*, na níž zveřejňují statistiky počtu existujících ženských neheterosexuálních postav, statistiky užití BYG vzorce a různé druhy dalších schémat, jež se spojují se zobrazováním neheterosexuálních charakterů. Hlavním cílem stránky je jednak informovat publika, jednak upozornit samotné tvůrce na možný dopad takto stereotypizovaného a negativního zobrazování jedné (byť rozmanité) skupiny lidí. V případě využití statistik a poznatků ze stránky, nelze opomenout, že zohledňuje pouze angloamerický kontext, tudíž relevantní narativy z evropských a např. jihoamerických obsahů zahrnuté nejsou<sup>125</sup>. (ibid.)

V reakci na výše popsanou událost bylo v roce 2017 pořádáno setkání s názvem *ClexaCon*, jehož cílem bylo vytvořit platformu pro LGBTQ+ fanoušky, tvůrce, herece, herečky a další a podpořit tvůrce a tvůrkyne ve vytváření více pozitivních neheterosexuálních obsahů a komplexnější reprezentaci neheterosexuálních identit. V dubnu 2018 se uskutečnil již druhý ročník. *ClexaCon* probíhal formou diskuzních panelů s jednotlivými tvůrkyněmi, herečkami apod. Účastníci a účastnice se v prvním ročníku setkaly s informativními přednáškami např. na téma zobrazování minoritních identit v médiích. Jednotlivé panely organizátoři/organizátorky věnovaly oblíbeným fanonickým i kanonickým párům z televizních seriálů, protože byly nazvány fanouškovskými shipovými jmény, návštěvníci a návštěvnice tak mohli navštívit Shoot panel (postavy Root and Shaw z *Person of Interest*) nebo Wayhaught panel (Nicole Haught a Waverley Earp ze seriálu *Wynonna Earp*) a další. Na druhém ročníku se objevily samostatné panely hereček s LGBTQ+ identitou, panel queer barevných žen, panel o reprezentaci bisexuality a transgenderismu v médiích, nebo panely samotných seriálů zobrazujících neheterosexuální ženské hrdinky (např. *Wynonna Earp*, *Lost Girl*, *One Day at a Time*, *Black Lightning*, *DC's Legends of Tomorrow* aj). Znovu byl poskytnut prostor panelům jednotlivých párování (opět Wayhaught, Shoot a další) či panelům specifických aktivistických uskupení jako např. SHETHORITY (vytvořené herečkami tzv. Arrow universe<sup>126</sup> jako emancipační místo pro ženy v televizním průmyslu a vyjednávání rovného odměňování mužů a žen v něm). Nakonec byla pozornost věnována i web seriálům, a to konkrétně *Anyone But Me* a *Venice*, z nichž oba zpracovávaly lesbickou

---

<sup>125</sup> Údaj k dubnu roku 2018.

<sup>126</sup> Seriálů vzniklých na základě adaptací komiksů společnosti DC, první z nich byl seriál *Arrow*, na který ostatní (*The Flash*, *Supergirl* či *DC's Legends of Tomorrow*) navazují.

tematiku. Ročník 2018 patrně disponoval větší finanční podporou, což indikuje širší program a množství pozvaných osobností, stejně tak jako zaznamenávání a sdílení záznamů z události na platformě YouTube (kanál ClexaCon). (Jansová 2018d: 6)

Dalším příkladem fanouškovského aktivismu, tentokrát v podobě edukativních snah, je webový pořad *Squee! The Fangirl Documentary Project*. Projekt je vytvořený fanouškou a jeho cílem je objevovat propojení elementů transmediálního vyprávění, ženských fanoušků a fandomu. Z důvodu jeho přílišné velikosti byl původní dokument rozdělen do menších částí a je zveřejňován jako web seriál na stránce YouTube. V rámci dokumentu se setkávají fanoušci i známé osobnosti a diskutují o různých tématech fanouškovství. První epizoda je například tematicky rámována jako diskuze nad tím, jaké je to být fanouškem a fanynkou (fangirl – pojem mnohdy platný pro oba gendery, v současnosti existuje i pojem fanboy). Fanouškovský projekt, který velmi otevřeně a zainteresovaně hovoří o praktikách fanouškovství je také *The OTPodcast*. Tento pořad kombinuje odborné perspektivy s osobními prožitky fanoušků a vysvětluje základní koncepty fanouškovských studií, obrací se do historie i současnosti fanouškovství a fanouškovské tvorby, nabízí rady, jak psát fanouškovskou fikci, doporučuje nejlepší fanouškovské fikce apod.<sup>127</sup>

Všechny příklady fanouškovských snah lze přiřadit (sub)fandomům transformativním, snažícím se o změnu oficiální tvorby, ať už zpětnou či budoucí. Mnohé z těchto snah jsou edukativní i pro samotné oficiální tvůrce a mohou zasáhnout do podoby výsledného produktu. V tomto ohledu může být fanouškovsko-producentská komunikace přínosná zejména u produktů sériového typu, neboť lze vyjednané významy zařadit do pozdějších epizod či sezón. Uvedené příklady shodně poukazují rovněž na podstatu fanouškovského aktivismu a mobilizační schopnost fandomů zprostředkovanou především možností využívat nejnovější dostupné technologie a zároveň jsou exemplářem pořadatelského druhu fanouškovských aktivit. Mnou zavedený typ pořadatelské aktivity obsahuje jednak charitativní snahy, organizace setkání, organizace sbírek, pořádání edukační a osvětové činnosti, pořádání protestních akcí proti zrušení oblíbených pořadů či odchodu oblíbených postav. Všechny tyto aktivity jsou úzce provázány s aktivismem a snahou o změnu stávajícího statusu quo a mohou v důsledku pomoci k budoucí proměně oficiální tvorby, patrně jsou jak v transformativních fandomech, tak v afirmativních fandomech. Afirmativní fandomy využívají aktivismus např. v případě zrušení oblíbeného pořadu.

---

<sup>127</sup> Znalost opět vplynula z mého dlouhodobého působení v rámci mediálních fanouškovských studií.

### *Pozitivní a neutrální komunikace tvůrců a fanoušků*

Komunikace mezi tvůrci a uživateli nemusí být primárně vyvolávána příjemci, mohou ji iniciovat také producenti. Takový typ komunikace se objevuje v několika podobách. Jednou z nich je skrytá komunikace s vybranou částí uživatelů a uživatelů; pomyslný kódovaný jazyk, který odhaluje set interpretací domněle nečitelných pro „běžné“ diváky, kódování se může dít např. z důvodů cenzury. Dalším druhem je přímé vyzvání příjemců ke spolupráci, což se váže většinou k složitějším narativům, jejichž lepší pochopení se může odehrávat skrze další studium přidružených webových stránek či jiného materiálu (zmiňovaný forenzní fandom). Negativním způsobem oslovování uživatelských osobností je jejich exploatace a komodifikace, o níž jsem hovořila již dříve v textu a kterou podrobně rozeberu v následující podkapitole.

Za emblematický příklad skryté komunikace mezi tvůrci a fanoušky, případně relevantními diváky, je považován seriál *Xena*. Vztah mezi hlavními hrdinkami byl v seriálu představen jako přátelský, i přesto jej značná část publika interpretovala lesbicky. Tato interpretace byla zejména v náznacích (podtextu) podporována samotnými tvůrci. Jak píše Ross: *V poslední sezóně seriálu (...) bylo užito fantastického a komediálního rámce seriálu ke zpřítomnění [lesbických interpretací] soudobé fanouškovské základny (...)*. (Ross 2008: 39-40) V epizodě „You Are There“ pronásleduje Xenu a Gabrielle reportér a snaží se, *pro miliony diváků, kteří o tom přemýšleli* (ibid.) zjistit, zda jsou hrdinky milenky. Na konci epizody obě ženy souhlasí s interview, jakmile začne Xena vztah obou žen popisovat, reportérovi selžou baterie v kameře a otázka zůstává nezodpovězena (ibid.). Přestože scény seriálu, které tematizovaly vztah obou hrdinek, zůstávaly velmi často v rovinách náznaků, nastávaly výjimky, při nichž se tyto náznaky manifestovaly i v explicitních scénách. Signifikantní byly z tohoto hlediska zejména ty scény, v nichž např. Xena políbí Gabrielle, aby jí vysvobodila ze zakletí, a to v klasickém pohádkovém schématu polibku pravé lásky překonávajícím i nejsilnější kletby. Podobně pak např. v TV filmu, jenž seriál ukončoval, přináší Gabrielle Xeně živou vodu v ústech a polibkem jí ji předává a zachraňuje ji tak. V roce 2016 se začalo jednat o opětovném zpracování seriálu, zatímco většina atributů zůstávala stále v jedné, tvůrce Grillo-Marxuach již z počátku potvrdil, že v novodobé formě bude vztah hrdinek nastaven lesbicky: *Nemá cenu přivádět Xenu zpět, pokud to nebude z důvodů celistvého prozkoumání vztahu, který mohl být ve svém prvním běhu v devadesátých letech prezentován pouze v podtextu*. (Wigler 2016, online) V současnosti

je jednání o znovuzpracování seriálu přerušeno. Příklad *Xeny* poukazuje na pozitivní (až „spiklenecký“) vtaah mezi fanoušky určité interpretace a samotnými tvůrci. Protože se vedle většinově náznakové (podtextové) komunikace objevovaly i zmíněné explicitní scény, lze v současnosti uvažovat o tom, že byl seriál jedním z prvních TV počinů, který zobrazoval romantickou lásku mezi dvěma ženami. O možné platnosti této myšlenky svědčí závěr celého seriálového vyprávění, v němž sice Xena umírá, ale Gabrielle je schopna spatřovat jejího ducha či její projekci a dále s ní rozmlouvat, trávit čas a putovat světem. Scénu lze interpretovat jako specificky podaný happy end romantického vztahu dvou žen<sup>128</sup>.

V některých případech se autorsko-recipientská komunikace stává prvotním cílem zaujetí příjemců, je tomu tak například u tzv. komplexních narativů, jež aktivní zapojení ze strany diváckých skupin očekávají. Vedle známých příkladů komplexních narativů v podobě *Ztraceni* či *Městečko Twin Peaks*, lze problematiku přiblížit na příkladu seriálu *Fringe* (srov. Guerrero-Pico 2017). Jeho tvůrci vytvořili abecedu symbolů, ty se objevovaly v průběhu různých epizod, pokud je diváci zaznamenali a rozluštili, zjistili doplňková sdělení k hlavnímu příběhu dané epizody. Producenti očividně předpokládali jednak aktivitu stran záznamu symbolů, jednak návštěvu stránky Fringepedia, kde se význam jednotlivých obrazců nacházel. Specifická byla rovněž úvodní titulková sekvence epizod, v ní bylo možno pozorovat různé uspořádání zmíněných symbolů, přičemž i sebemenší změna v uspořádání této sekvence byla významotvorná<sup>129</sup>.

Spíše neutrální až pozitivní charakter má zpřítomňování fanouškovských interpretací v kánonu seriálu, slouží zejména ke vzdání holdu fanouškům a jejich (jiných než kanonických) interpretací<sup>130</sup>. Jak bylo již naznačeno, mimořádným vztahem s fanoušky se vyznačoval seriál *Glee*. Poděkování formou konkrétních scén či promluv věnoval seriál zejména těm fanouškům, kteří přijímali dominantní významy nastolené v původním narativu, například tedy fanouškům ústředního páru Rachel a Finna nebo oblíbeného gay

---

<sup>128</sup> Znalost vyplývá z mého odborného zájmu o zobrazování ženských hrdinek v televizních seriálech, zde konkrétně ženských neheterosexuálních hrdinek. V kontextu práce je příklad uveden (a více rozveden) z důvodů jeho pozice jako jednoho ze základních obsahů s femslash fanouškovskými interpretacemi.

<sup>129</sup> Provázanost producentů s fanouškovskou komunitou se prokázala i ve snahách zachránit seriál před zrušením. Producenti se podíleli na twitterové kampani fanoušků, zveřejňovali trendující hashtagy a snažili se fanouškům pomoci s propagací seriálu a v důsledku tak s jeho udržení na televizních obrazovkách (srov. Guerrero-Pico 2017: 2073). Tento příklad poukazuje na realizaci poměrně bezprecedentní spolupráce tvůrců a fanoušků.

<sup>130</sup> S tímto tématem souvisí pojem Fan Service/fanouškovský servis neboli plnění přání fanoušků. Může se jednat o odkazy na další díla/momenty pocházející např. z konkrétní franšizy (př. Marvel komiksy), takové odkazy jsou pro fanoušky jakousi odměnou za pozornost a loajalitu a mohou být patrně pouze jim. Méně pozorní diváci si takových odkazů nemusí všimnout vůbec, případně jim nemusí přikládat důležitost.

páru Kurta a Blainea. Ve čtvrté sezóně byla ovšem zařazena scéna, jíž nelze vysvětlit jinak než jako vzdání holdu fanouškům, na děj ani na postavy, jichž se týkala, neměla žádný dopad. Jednalo se o společně strávenou noc dvou dívek, Quinn a Santany, do té doby zobrazovaných pouze v přátelském vztahu, ani pro jednu neznamovala romantická noc změnu v osobnostním narativu. Přestože seriál *Glee* disponoval mnohamiliónovým afirmativním fandomem, subverzivní fanouškovské interpretace byly velmi rozličné a početné. Patřilo mezi ně i spárování této dvojice čili jejich společná noc může být vnímaná jako jisté poděkování různě interpretujícím fanouškům, a to nejen těm, kteří preferovali tuto interpretaci (lesbický vztah Santany a Quinn). Z bližšího pohledu na fanouškovské servery a diskuze bylo ovšem patrné, že tento krok mnoho fanoušků vnímalo jako výsměch dlouholeté podpoře párování Faberry (více dále), jež disponovalo širší základnou fanouškovského zájmu. (Jansová 2018b: 7)

Zcela odlišné postavení mají z hlediska komunikace mezi tvůrci a fanoušky seriály, jež jsou primárně určeny k internetovému vysílání, tedy web seriály, které jsou ve většině případů volně přístupné uživatelům a uživatelkám internetu, může se však jednat i o předplacený web (př. *OML The lesbian site*). Většinová pozitivita vztahů mezi recipiency a oficiálními autory/autorkami je determinována faktem, že mezi tvůrci těchto seriálových počinů se často vyskytují samotní fanoušci a amatérští producenti. Ti mají díky volnosti zveřejňování obsahu, např. na platformě YouTube, možnost komunikovat témata, která nejsou v mainstreamové tvorbě dominantní. Jedním z těchto témat je zobrazování LGBTQ+ příběhů a identit. Oblíbenost tématu a velké množství existujících sérií lze ověřit zadáním klíčových slov do hlavního vyhledávacího nástroje platformy YouTube či Dailymotion a Vimeo. Při zadání klíčových slov – lesbian webseries – nabídne stránka jednak samotné web seriály, jednak videa s přehledem těchto seriálů z určitých let apod. Jedním z nejpopulárnějších lesbických web seriálů se stala adaptace gotické novely z 19. století *Carmilla*. Web seriál sestává ze tří odvysílaných sezón a několika speciálů (např. vánoční), v říjnu 2017 byl pak promítán film navazující na události seriálu. (Jansová 2018d) Komunikace mezi tvůrci (herečky, režie apod.) a příjemci je velmi specifická, protože pod videi je otevřená sekce pro komentáře a jedinec může ihned po zhlédnutí konkrétní epizody (nebo i během ní) zanechat řadu reakcí (komentář či like), epizodu může také sdílet nebo se může zapsat k odběru celé stránky/uživatelského účtu, na niž je web seriál zveřejňován (zde *KindaTV*). Přestože i při vysílání seriálu v „klasickém televizním režimu“ lze aktuálně reagovat např. na

sociální síti Twitter, na YouTube je provázanost mezi jednotlivými komentáři a konkrétními obsahy užší. Samotný web seriál *Carmilla* je provázen mnoha rozhovory se herečkami (opět realizovanými na stránce YouTube, a ne výlučně na kanálu *KindaTV*), v nichž odpovídají na dotazy fanoušků, dalšími videi na jejich osobních účtech, a zejména výstupy na dalších sociálních sítích (Twitter a Instagram). Je patrné, že vztah mezi tvůrčími a konzumentskými osobnostmi se v tomto případě výrazně upevnil. Samy herečky jsou otevřeně členkami LGBTQ+ komunity, pročež se snaží o veřejnou diskuzi na toto téma a jejich podání lesbického vztahu může být autentičtější (dle názorů fanoušků), jelikož disponují osobní zkušeností. Je možné se domnívat, že tento fakt byl jedním z důvodů tak velké oblíbenosti pořadu i následné podpory fanoušků, která se projevila nejen při pomoci s realizací filmu, ale také vítězstvím obou hereček v kategorii Fan Choice na Canadian Screen Awards, kde pro ně fanoušci hlasovali. (Jansová 2018d: 5)

Obsahy zveřejňované na platformách typu YouTube se vyznačují zcela odlišnou a mnohonásobně zvýšenou možností komunikace se svými příjemci, stejně tak zpracováváním témat, jež jsou v oficiální tvorbě běžně upozadřována, až zneviditelnována. Vedle LGBTQ+ námětů se objevují web seriály zaměřené na cele afro-americké obsazení (př. *Unclassified the Series* nebo *Girls Just Don't Do That*) a charaktery nebo seriály zasazené do Indie (př. *The ,Other' Love Story*) a dalších lokalit. Ty se v euroamerické mainstreamové tvorbě nemusí vůbec vyskytovat nebo se objevují zcela marginálně. (Jansová 2018d: 5) Různorodý obsah na síti YouTube představuje velmi specifický a stále rychleji se rozšiřující fenomén, jemuž by měla být věnována akademická pozornost. Pro účely tohoto textu prozatím postačí náznak specifické konzumentsko-producentské dynamiky.

K dalším možnostem, jak vzdát hold fanouškům, se řadí i využívání fanspeaku, podrobné příklady jsou uvedeny v podkapitole věnované fanouškovskému jazyku. Uznání či odkaz zároveň nemusí směřovat od samotných producentů, ale například i od herců a hereček. Ti mohou podporovat fanouškovské interpretace nezávisle na producentských subjektech. Příkladem této podpory jsou tweety herečky Lindsay Shaw fandící párování své fikční postavy Paige a postavy Emily v seriálu *Prolhané krásky*. Podobně pak herečky Lea Michele a Diana Agron (Faberry, *Glee*), stejně jako Lana Parilla a Jennifer Morrison (Swan Queen, *Bylo nebylo*), zveřejnily na sociálních sítích společné fotografie shipového páru s dárky od fanoušků. (Jansová 2018a: 6, 2018b: 6) Otevřený až přátelský vztah vůči



lesbické interpretaci páru Skimmons mají herečky Elizabeth Henstridge (Jemma Simmons) a Chloe Bennet (Skye) z pořadu *Agents of S.H.I.E.L.D.* V různých rozhovorech samy hovoří o existenci tohoto fanonického párování, Chloe Bennet sama sebe označila za „kapitánku této lodi/captain of this ship“ (tedy femslash interpretace), shodně se pak snaží o to, aby tvůrci toto párování uskutečnili<sup>131</sup>.

Poněkud odlišný přístup bylo možné zaznamenat u seriálu *Supergirl*. Zatímco herečka Katie McGrath (Lena Luthor) podporuje fanouškovské interpretace svého vztahu s hlavní protagonistkou Mellisou Benoist (Kara Danvers/Supergirl; párování SuperCorp), což prokazuje podepisování fanouškovské fikce na toto téma či promluvy typu: „Věřím tomu, co vás činí šťastnými.“ Ostatní herci a herečky seriálu tuto podporu nesdílejí, skutečnost se manifestovala incidentem na comic-conu v San Diegu v červenci 2017, kde jeden z představitelů zaútočil na fanoušky tohoto párování ve skečovém rapu na téma přátelství postav a zcestnosti lesbických interpretací. Fanouškovské reakce (i fanoušků nepodporujících danou interpretaci) na sociálních sítích toto jednání odsoudily. Zdůrazňován byl zejména fakt, že fanoušci jsou si vědomi fanonické podstaty tohoto párování, avšak jejich právem je interpretovat mediální text dle vlastního uvážení, a to zejména pokud neexistuje dostatečný počet stimulujících LGBTQ+ reprezentací v oficiální tvorbě. Dále byla zdůrazněna skutečnost, že seriál získal fanouškovské následování zejména kvůli tomuto fanouškovskému párování a kvůli fandění kanonickému lesbickému vztahu Maggie Sawyer a Alex Danvers (pár Sanvers). Dle fanoušků je tedy nebezpečné negativně se vymezovat vůči skupině lidí tvořící dominantní část publika obsahu.

Zde je patrný značný aktivistický podtext těchto vyjádření (zejména na sociální síti Twitter), jenž poukazuje na vyjednávací charakter takové komunikační výměny. Fanoušci zřetelně naznačují, že pořad získává sledovanost zásluhou jejich podpory, a pokud je tvůrci nebudou dostatečně respektovat, mohou následování zanechat.<sup>132</sup> Otázkou zůstává, nakolik je tato predikce pravdivá a jaké procento pořad sledujících příjemců je tvořeno těmito fanoušky. Může se skutečně jednat o dominantní část publika,

---

<sup>131</sup> Vědomost jsem opět získala díky širokému femslash kontextu, v němž se vyskytovaly jednotlivé zkoumané objekty výzkumu. Vypsání události jsou patrné například z tweetu herečky Henstridge dostupného na [Refreshingsanity](https://refreshingsanity.files.wordpress.com/2013/11/skimmons_love.jpg). 2013. [https://refreshingsanity.files.wordpress.com/2013/11/skimmons\\_love.jpg](https://refreshingsanity.files.wordpress.com/2013/11/skimmons_love.jpg) (20. 8. 2017).

<sup>132</sup> Fanouškovskou komunikaci jsem zaznamenala v rámci monitoringu nových událostí ve femslash fandomech. Konkrétní reakce na událost byly v současnosti zveřejněny na různých platformách, vznikly články, videa a další. První reakce se objevily ihned po události na twitterovém účtu MTV, který zveřejnil (22. července 2017) video s tímto skečovým rapem.

zároveň ale také například o efekt spojený s tzv. sociálními bublinami<sup>133</sup>, díky němuž si tito fanoušci budou pouze připadat jako dominantní část. Případné opuštění seriálu touto částí publika by tedy mohlo, ale nemuselo mít výrazný dopad na sledovanost seriálu. O nezanedbatelném počtu příjemců svědčí ovšem výsledky soutěže o nejoblíbenější fanouškovský pár (a tedy nejčastěji zmiňovaný) na sociální síti Tumblr, na níž se fanonické párování SuperCorp objevilo jako šesté nejoblíbenější za rok 2017, přičemž kanonický pár Sanvers byl až devátým nejoblíbenějším.<sup>134</sup> Skutečnost může být považována za významnou i z hlediska faktu, že se za poslední čtyři roky objevil femslash pár ve třiceti nejoblíbenějších párech za daný rok pouze dvakrát, v roce 2014 to byl na dvacátém místě pár SwanQueen a v roce 2016 na místě prvním Clexa.

### ***Komodifikace fanoušků***

V návaznosti na negativní reakce u fanouškovského párování SuperCorp a s ním související nepřátelskou komunikaci se blíže zaměřím i na situace, v nichž je podpora fanoušků exploatována. Primárním cílem produkce a distribuce různých masmediálních počinů je samozřejmě zisk, toho je dosahováno nejen samotnou produkcí (např. vytvoření a vysílání seriálu, vydání knihy apod.), ale i doprovodným merchandisingem navyšujícím primární zisky. Zatímco předchozí kapitoly a podkapitoly představily jednak potenciální, jednak reálnou moc fanoušků, nelze odhlédnout od faktu, že (aktivní) fanoušci tvoří velmi jednoduše identifikovatelnou a lokalizovatelnou entitu, u níž je možné předpokládat zvýšený zájem o doprovodné promotérské produkty. Emblematická je v tomto případě sběratelská činnost, během níž jsou kupovány a shromažďovány různé předměty od kostýmů přes figurky, tematické oblečení, objekty každodenní potřeby (polštář či hrnek s potiskem) a mnoho dalších. Zejména z tohoto důvodu nelze hovořit o suverénní moci a aktivistické potencialitě fanoušků, aniž by byl zohledněn tento zcela zjevný a nevyvratitelný fakt, jež přisuzuje značnou moc také producentům daných pořadů i s nimi souvisejícího zboží.

---

<sup>133</sup> Jedinec se obklopuje totožně či podobně smýšlejícími osobami (zde v kontextu sociálních sítí), pročež se zdá, že jeho/její světonázor převládá. Různí jedinci mají různé světonázory, bude tak existovat mnoho těchto konformních bublin, které se mohou vzájemně střetávat v realitě. Příkladem jsou prezidentské volby či volby do parlamentu, jedinec považuje svůj názor za dominantní, jelikož s ním souhlasí i jeho/její okolí, reálný výsledek voleb pak může ukázat, že existuje početná skupina, která obdobné smýšlení nesdílí (případně sdílí, pokud vyhrává favorit jedince).

<sup>134</sup> Data jsou dostupná z *Thefandometrics*. 2017. <https://thefandometrics.tumblr.com/post/168182191859/tumblr2017-ships>. (20. 8. 2017)

S probíranou tematikou souvisí rovněž vyjadřování názoru na fanoušky či manifestace potenciální moci nad fanoušky prostřednictvím jejich zobrazování. Negativní či stereotypní vnímání fanoušků lze totiž spatřovat i v ději samotných televizních pořadů. Tyto pořady se v současnosti sice zdánlivě podílí na popularizaci fandomů a fanouškovství, zobrazují však jejich určitý druh, a to nekritický, pasivní a konzumní. Pozitivní reprezentace se týkají pouze fandomů, které jsou konformní či „poslušné“, příkladem je zlehčování femslash interpretací fanoušků série *Rizzoli & Isles*, přestože tvůrci lesbické interpretace v původním obsahu exploatovali. (Jansová 2018a: 6) Stereotyp demaskulinizovaného, asociálního, komiksy čtoucího a hry hrajícího „nerda“<sup>135</sup> naplňují například všechny postavy seriálu *Teorie velkého třesku*. Jedná se o oslavovanou konformní podobu fanouškovství, jelikož hrdinové nakupují komiksy, sběratelské komodity, chodí na premiéry filmů, na něž jsou ochotni čekat i dlouhé hodiny v řadě, navštěvují comic-cony apod. Jsou vštěpovaným vzorem ideální fanouškovské základny, která podléhá marketingovým strategiím a rozšiřuje finanční zisky korporací svou loajalitou.<sup>136</sup> Zcela odlišné zobrazení fanouškovství bylo patrné v seriálu *Glee*, kde bylo přisouzeno jedné z postav (v šesté sezóně). Jednání této postavy bylo však značně patologizováno, objevovaly se situace připomínající prvotní vnímání fanoušků jako psychotických vrahů, tedy situace vyobrazující stalking, nekritickou adoraci a machiavelistické dosahování cílů (zde snahu usmířit homosexuální pár dvou mužů). (Jansová 2018b: 6) Podobně nekritická adorace se objevila i v případě seriálu *Faking it* (Jansová 2018c: 5), v níž reprezentovali fanouškovství spolužáci dvou hlavních představitelk a ředitelka střední školy. Nehledě na dostatek důkazů o nepravosti romantického vztahu mezi těmito postavami, je spolužáci nadále podporovali (shipovali) a oslavovali jako pár. Aktivita může evokovat fanouškovské párování reálných osob (real person fiction), které jsem představovala u seriálu *Glee* a jeho ženských postav, resp. jejich představitelk (Jansová 2018b: 6). Zobrazení fanoušků lze vnímat jako formu vyjádření názoru na ně či snahu manifestovat moc nad danými obsahy. Jak naznačují předchozí příklady zobrazení, jedná se buď o ideální typ komodifikovatelných a loajálních fanoušků, nekriticky zbožňujících konkrétní subjekt/objekt, nebo patologizující obraz mentálně labilních osob.

---

<sup>135</sup> Původně se jedná o označení odborníka na určitou oblast, postupně se termín začal užívat jako hanlivé pojmenování fanoušků či jedinců zajímajících se o počítače, digitální hry nebo např. komiksy. Běžně je jim přisuzován neatletický vzhled, nedostatečná míra sociální inteligence apod.

<sup>136</sup> Znalost vyplývá z mé vlastní snahy monitorovat způsob zobrazování fanoušků v masmediálních sděleních, příklad *Teorie velkého třesku* je značně vypovídající.

Disbalanci v komunikaci s konformními a nonkonformními fanoušky vykazoval rovněž několikrát tematizovaný seriál *Glee*. Většinová část fandomu (Gleeks) byla se směřováním pořadu zcela konformní, zatímco nonkonformní část byla dominantním počtem fanoušků ostrakizována. Seriál se od počátku profiloval jako progresivní stran zobrazování rozličných identit. Vedle poněkud přímočarého hlavního děje zaměřujícího se na klasický model dosažení amerického snu (ze školních vyvrženců slavnými zpěváky a zpěvačkami) seriál tematizoval šikanu, homosexualitu, bisexualitu, transgenderismus, transsexualitu, rasovou diskriminaci, ableismus, otěhotnění v mladém věku, manželství v mladém věku apod. Přestože se tímto zařadil mezi jedny z nejkompexnějších teenage seriálů, není možné ignorovat, že užil rozličné standardy pro své jednotlivé postavy. Jestliže představoval černošské a asijské postavy, nevyhnul se rasistickým vtipům a stereotypním skečům. Zobrazoval-li homosexualitu, činil tak nerovnocenně, neboť nakládání s mužskými (bílémi) gay postavami se odlišovalo od jednání s ženskými (bílémi i latinskoamerickými) postavami. Situaci ilustruje veřejný coming out, který byl tematizován jak v „mužské“, tak v „ženské“ podobě. Zatímco ve chvíli, kdy byl veřejně vyoutován<sup>137</sup> fotbalový hráč David Karofsky a následně po tom šikanován (do té doby byl sám školním agresorem), se tento mladík pokusil o sebevraždu. Téma bylo probíráno velmi vážně a podrobně, což je vzhledem ke stále vysokému počtu sebevražd a pokusů o sebevraždu mladých neheterosexuálních jedinců pochopitelné. Překvapující proto mohla být situace, v níž hlavní mužská postava (Finn) veřejně (na školní chodbě) vyoutovala ženský charakter Santanu Lopez (S03E06), jejíž následná rozlícená reakce byla označena za hysterickou a celé situaci byl věnován minimální prostor, přičemž aktivity Finna byly v narativu ospravedlňovány. (Jansová 2018b: 6) Disbalance takového zobrazení je očividná, na jedné straně zobrazuje násilné a jiným člověkem učiněné vyoutování jedince jako otázku života a smrti (v případě muže), na druhé straně stejnou situaci bagatelizuje jako nevinný vtip a přehnanou reakci vyoutované postavy (v případě ženy). Patrná je zejména silná genderová stereotypizace celé události, v níž se odráží odlišné vnímání ženské a mužské emocionality.

Tento příklad je pouze ukázkou velké kolísavosti seriálu, který se dlouhodobě vykazoval nekonzistencí a patrnou neschopností udržet kontinuitu narativu i vývoje charakterů. Postavy v rámci svých charakteristik mnohdy jednaly netypicky, činily nepochopitelná

---

<sup>137</sup> Váže se k termínu coming out, tedy proklamaci neheterosexuální sexuality jedince, a to ve slovesné podobě vyoutovat se, tedy come out. V českém jazyce existují spíše expresivní synonyma typu přiznat se apod., proto je ponechána verze převzatá z jazyka anglického.

rozhodnutí atd. Seriál i tak získal několikrát nominace na ceny Emmy či Golden Globes a dokázal vybudovat mnohamilionovou fanouškovskou základnu, a to nejen tím, že témata homosexuality, transsexuality, ableismu apod. vůbec reflektoval, ale také tím, že tvůrci podporovali fanouškovské zapojení a s fanoušky velmi intenzivně komunikovali. Specifický byl v jistém smyslu spin-off seriálu – *The Glee Project*, reality show navazující na samotný seriál. Vítěz nebo vítězka museli ostatní soutěžící porazit svým talentem ve zpěvu či tanci. Hlavní výhrou byla účast v minimálně 7 epizodách seriálu *Glee*. K další komunikaci seriálu sloužily oficiální stránky seriálu, sociální sítě (Facebook, Twitter, Tumblr, MySpace), aktivní YouTube kanál se zveřejňovanými vystoupeními, ale také hudební tour či návštěvy comic-conů. Ihned po odvysílání konkrétních dílů byly písně z dané epizody dostupné k zakoupení na iTunes. Zásadním krokem bylo podporování fanouškovské kreativity manifestované na různých platformách, což lze mimo jiné chápat jako umně vykalkulovaný marketingový krok. (Jansová 2018b: 6) Takto popsany Glee(k) fandom odpovídá dříve charakterizovanému afirmativnímu fandomu, který nezpochybňuje rozhodnutí producentů a příliš se nezapojuje do kritické reflexe, tu nahrazuje poněkud slepou adorací. Právě takový druh fandomu je symbolem stereotypního pojetí nekritických a mnohdy i fanatických fanoušků.

*Glee* fandom si i po ukončení pořadu udržuje mezi fanoušky popularitu, například na platformě psané fanouškovské fikce Fanfiction je druhým seriálem s největším počtem publikovaných příběhů (108 000 příběhů<sup>138</sup>), na stránce YouTube mají videa s jednotlivými písněmi ze seriálu mnohamilionový počet zhlédnutí. Nikoli tak početný jako afirmativní Gleeks, ale svými aktivitami rovněž viditelný, byl subfandom zaměřující se na kritickou reflexi seriálu, tedy transformativní skupiny fanoušků. Zaměřovaly se jednak na odhalování nekontinuity seriálu, jednak na konkrétní fanouškovské interpretace, které neodpovídaly nastolenému kánonu. Odkrývání nekontinuity epizod se týkalo např. rodičů hlavní postavy Rachel Berry, zatímco v první sérii měla dívka ve školní skříňce fotografii svých dvou gay otců, jež zobrazovala židovského a černošského muže, v pozdějších sériích byli jako její otcové představeny zcela jiné postavy (herci Jeff Goldblum a Brian Stokes Mitchell)<sup>139</sup>. Jak už bylo zmiňováno, mezi nekanonické interpretace se pak řadily zejména ty, které pracovaly s neheterosexuálními postavami.

---

<sup>138</sup> Údaj k únoru 2018.

<sup>139</sup> Fotografie obou dvojic otců je dostupná na platformě Tumblr, lze vyhledat zadáním klíčových slov: *Glee*, Rachel's dads.

Mezi nejoblíbenější páry se dle počtu příběhů ve fanouškovských archivech a počtu vytvořených audiovizuálních produktů řadily páry Brittana (Santana Lopez a Brittany S. Pierce) a Faberry (Quinn Fabray a Rachel Berry). Spojení Santany a Brittany se v druhé sérii kanonizovalo a dívky se staly párem i v ději seriálu. Ve fandomu zaměřeném na tento pár je realizace párování připisována snaze potěšit fanoušky a poskytnout jim lesbickou, nikoli pouze mužskou homosexuální, příběhovou linii. V důsledku může být událost chápána také v intencích existence důkazu moci fanouškovského aktivismu. Přes tyto skutečnosti zůstalo párování Faberry pozoruhodným interpretačním a studijním materiálem. Afirmativní fanoušci toto spojení zcela odmítali a preferovali párování Rachel i Quinn s jakýmikoli jinými mužskými postavami seriálu. Rivalita vznikla zejména mezi fanoušky ústředního kanonického páru Finchel (Finn a Rachel) a fanoušky lesbické interpretace Faberry. Mezi oběma skupinami probíhaly tzv. shipové války (shipping wars), které se manifestovaly jednak v samotných fanouškovských příbězích (časté upozornění Faberry příběhů v perexu – „Finn bashing/tepání Finna či not Finn friendly/nepřátelské vůči Finnovi“, jednak v konkrétních (mnohdy velmi vulgárních) útocích na sociálních sítích či zprostředkovaně skrz volby nejlepších párů TV obsahů pořádaných různými internetovými periodiky. Pár Faberry paradoxně několik takových soutěží vyhrál (*Zimbo's 2012 TV Couples March Madness* či *TV's Top Couple Tournament na E! Online*), a to i přes fakt, že se nikdy nestal kanonickým. (Jansová 2018b: 6) Takovéto výhry (protože obsahovaly poražení různých kanonických párů) měly být manifestací schopnosti mobilizovat se a společnými silami dokázat svou moc nad původním mediálním textem. V rámci kanonického textu se pak problematika tematizovala až v šesté a poslední sezóně prostřednictvím zmínky v replice jedné z postav. Postava Kitty praví Rachel: *Snážíš se mě sbalit? Protože jestli se chceš stát lesbou kvůli roztleskávačce, myslím si, že svět tak trochu fandí tobě a Quinn Fabray.* (*Glee*, S06E05) Šestá sezóna byla celkově koncipovaná jako hold fanouškům, pravděpodobně z důvodu, že tvůrci předem věděli, že bude sezónou poslední.

Na příkladu seriálu *Glee* je očividné, že fandomy jsou vnitřně hierarchizovány. Pracuje se v nich s preferenčními interpretacemi, párování, ale i jistými standardy toho, jaké příběhy lze považovat za dobré či špatné (v tomto případě jsou velice často aplikována estetická hlediska hodnocení). Nejčastěji se pak střetávají transformativní a afirmativní skupiny fanoušků, jež mají odlišný postoj ke kanonickému textu. V případě *Glee* fandomu lze hovořit o transformativním subfandomu, neboť i přes poměrně značnou

viditelnost snah těchto fanoušků, byl afirmativní fandom mnohonásobně větší a seriáloví tvůrci proto mohli zaměřovat své komerční a jiné strategie na něj beze strachu ze ztráty dominantní části fanoušků. O úspěchu těchto strategií svědčí následování seriálu na sociálních sítích, stále pokračující obliba a další fanouškovská tvorba, ale i pouhé počty zakoupených DVD disků či individuálních písní na iTunes, případně vyprodání živých koncertů, které herci a herečky pod záštitou značky *Glee* pořádali. (Jansová 2018b: 5) Zejména komerční podstata vztahu fanoušků a producentů *Glee* poukazuje na nejasnou hranici mezi autonomními fanouškovskými aktivitami a jednoduchou komodifikací fanoušků, jež je především u tohoto seriálu nepřehlédnutelná. Není ovšem možné ignorovat fakt, že oproti jiným seriálům, bylo *Glee* specifické a v tomto ohledu zvýhodněné svou hudební složkou, která dovolila vytvořit mnohem variabilnější podobu prodejných materiálů (soundtracky, iTunes skladby, koncerty apod.), protože byla komodifikace fanoušků jednodušší a obšírnější, než tomu může být u jiných seriálových produkcí.

Zcela explicitním způsobem, jak zneužít fanouškovskou pozornost, je fenomén zvaný queerbaiting neboli queer vábení. Termín v posledních pěti letech nabyl v rámci fanouškovských studií na důležitosti, prozatím však byl v odborných statích a monografiích zpracován minimálně a výhradně v kontextu slash interpretací (př. Brennan 2016, Collier 2015). Termín obecně popisuje stále častější způsob získávání publika objevující se napříč filmovou, ale především televizní tvorbou (srov. Chlumská – Jansová – Jedličková 2015: 36-40). Původně vznikl jako fanouškovské označení konkrétní negativní aktivity tvůrců mediálních sdělení, v současnosti byl přebrán i do akademického diskurzu. Queerbaiting označuje takové situace, v nichž producenti televizních seriálů pracují se zdánlivým LGBTQ+ podtextem, čímž chtějí zaujmout queer publika. Taková skutečnost představuje podvodnou strategii, jejímž cílem je získat co nejširší diváckou základnu. Naznačené queer momenty nejsou nikdy realizovány, tudíž si obsah udržuje konzervativní a heteronormativní část publika, zároveň ale těmito náznaky „láká“ queer příjemce doufající, že k naplnění naznačovaného romantického svazku nakonec dojde, přestože tvůrci jeho naplnění neplánují.

Jedním z nejznámějších a nejviditelnějších příkladů queerbaitingu se stala kriminální série *Rizzoli & Isles* zobrazující dvě hlavní hrdinky – detektivku Jane Rizzoli a soudní patologku Mauru Isles. Již od první epizody se objevila dominantní fanouškovská interpretace více než přátelského vztahu mezi oběma hrdinkami, seriálu bylo s nadsázkou

přezýváno Gayzoli. (Jansová 2018a: 6) Zde opět mohu vzpomenout fakt, že se zobrazení dvou silných a autonomních hrdinek v hlavních rolích často stává subjektem podobných interpretací, skutečnost také znovu poukazuje na stále trvající podreprerentaci podobných narativů v oficiální produkci, která vede k tvorbě substitučních narativů. Seriál se sice zabýval řešením kriminality, avšak obdobně zásadní pozornost byla věnována osobnímu životu obou hrdinek. Ty byly představeny jako nejlepší přítelkyně, jejich zobrazovaný vztah však často naznačoval přesah společensky vnímaných hranic přátelství. Již v první epizodě se odehrála scéna, v níž Maura ulehá k Jane do postele a Jane se jí ptá: *Máme dívčí přespání [sleepover] nebo je to tvůj způsob, jak mi říct, že tě přitahuju?* (S01E01). Podobná scéna se odehrává ve třetí sezóně, kdy spolu přítelkyně leží na matraci a vypráví si o svých představách ideální svatby (S03E08). Poměrně časté byly v pořadu sexuální narážky či náznaky, jako například v první epizodě třetí série, kdy se Jane ptá Maury: *Nechceš snad se mnou mít sex nebo jo?* Případně o sérii dříve v díle, kde si hrdinky vymění oblečení, Maura sugestivně praví Jane: *Rozepni mě* (S02E05). Když se nakonec sejdou, aby si oblečení vrátily, Maura zmiňuje, že s ní po cestě (díky vypůjčenému oblečení) flirtovaly dvě ženy. Obě hrdinky také opakovaně fingovaly společný romantický vztah, aby se vyhnuly nežádoucím mužským nápadníkům, objevovala se výrazná práce s haptikou mezi postavami, epizody zpravidla začínaly tím, že se obě hrdinky nacházely u jedné z nich doma a shodně tak také končily. Několikrát si také vyznaly lásku, přičemž nelze opomenout, že v anglickém jazyce má prohlášení *miluji tě/I love you* i přátelský rozměr. Lesbický podtext tvůrci nakonec zahrnuli rovněž do svých promotérských materiálů, například promo video k druhé sezóně zobrazuje scénu tzv. rychlorandění (speed dating), kde se v rychlém střihu hrdinkám střídají nevhodní partneři, až jsou jako jediná správná shoda vyhodnoceny ony dvě. O rok později stanice opět zvolila prostředí rychlorandění<sup>140</sup>, tentokrát s mužskými představiteli seriálu domovské stanice obou pořadů (TNT) *Franklin & Bash*. Smysl videa je obdobný, ženské postavy nenachází vhodnou shodu s mužskými postavami z druhého seriálu, ale opět pouze ve své společnosti. (Jansová 2018a: 7) Samotné herečky nakonec využívání queerbaitingu otevřeně přiznaly, v roce 2013 Angie Harmon (Jane Rizzoli) řekla v rozhovoru pro TV Guide: *Někdy, když točíme (...). Přejeďu [Mauře] po blůze možná se u toho chvíli pozdržím. Dokud nejsme nařčeny z homofobie, což není v žádném případě pravda (...),*

---

<sup>140</sup> Obě videa jsou dostupná na stránce YouTube po zadání klíčových slov v podobě názvů pořadů a slov speed dating.



*jsem s tím srovnaná*. Série skončila po sedmé sezóně, vztah hrdinek nebyl nijak romanticky rozřešen, s koncem seriálu zůstaly obě svobodné a v posledních minutách epizody se rozhodly odjet společně na měsíční dovolenou do Paříže. (Jansová 2018a: 7) Tento typ otevřeného konce (a otevřených náznaků) je pro queerbaiting typický.

Série *Rizzoli & Isles* nebyla jediná, již s queerbaitingem pracovala a pracuje, je však doposud nejvíce transparentní z hlediska existujících příkladů. Mezi další pořady využívající lesbický queerbaiting patří seriál *Bylo nebylo* s párováním SwanQueen. V mužském provedení jsou nejvýraznějšími exempláři seriály *Sherlock* a *Supernatural* (srov. Chlumská – Jansová – Jedličková 2015: 40). Důvodem, proč byla queerbaitingová strategie seriálu *Rizzoli & Isles* natolik vydařená, jsou opět společenské genderové stereotypy, jež umožňují ženám mnohem bližší a intimnější vztah, aniž by byl interpretován jinak než přátelsky. Situace rovněž poukazuje na jistou anihilaci bisexuální a lesbické sexuální orientace, jež v minulosti neměla platné/známé sociální scénáře a byla tak v důsledku neviditelná a zdánlivě neexistující (více např. Fafejta 2014: 84-89).

V rámci fanouškovských vyjádření se lze setkat s odlišnými interpretacemi toho, co queerbaiting znamená. Dominantním významem nadále zůstává klamavá komerční strategie. Termín se však v některých případech poněkud vyprázdnil a automaticky se se jím označují i momenty, které primárně queerbaitingem být nemusely. Rozeznat takovou strategii je možné zejména podrobným studiem konkrétního pořadu, ale také paratextu, který jej doprovází (promo videa, plakáty apod.). Nevyvratitelnost využívání queerbaitingu u zde probíraného seriálu byla potvrzena přiznáním herečky, že tyto strategie skutečně vědomě užívá. Nejen verbální potvrzení, ale i schematické používání proxemiky, zavádějících výpovědí apod. jsou ukazatelem toho, že se o queerbaiting jedná. Občas se však ve fanouškovských diskusích slovo nadužívá a je spíše symbolem fanouškovské dezinterpretace. Queerbaiting je sice jedním ze způsobů, jak alokovat fanouškovský zájem konkrétní skupiny jedinců, nelze jej však spatřovat všude. Podobně jako např. žánr je queerbaiting abstraktní elementem, jehož definice se může různit u samotného publika, tvůrců nebo akademických pracovníků a pracovníků.

Jak naznačuje obsah šesté kapitoly, existuje několik způsobů, jimiž probíhají tzv. fanonicko-kanonické a kanonicko-fanonické konverzace mezi tvůrci a příjemci. Přestože je mocenská potencialita současných uživatelů (v kontextu historie mediální komunikace) bezprecedentní, nelze hovořit o tom, že by byla převažující. Několik uvedených příkladů, v nichž aktivismus fanoušků zprostředkoval dosažení cílů, stále

nevyvažuje počty interpretací či snah, jež oficiálními autorskými osobnostmi zohledněny nebyly (zde např. seriál *Faking it* a nevydařená kampaň na jeho záchranu). Fanouškovský aktivismus patrný ve vyjednávání či komunikaci fanoušků a producentů je součástí poradatelského typu fanouškovské aktivity, který spolu s charitativní činností, nemusí souviset s následovaným obsahem, i když ten může fungovat jako výchozí bod (př. provázaná komunikační síť fanoušků, kteří se rozhodnou svou celosvětovou rozšířenost využít pro účely charity). Vedle fanouškovského aktivismu a fanouškovské tvorby se vyskytly další fanouškovské praktiky. Jak jsem uvedla na začátku šesté kapitoly, premisou jakýchkoli fanouškovských praktik je osobitá recepce odlišující osobnosti fanoušků od konzumentů, již se jako fanoušci neidentifikují. Společné interpretace jednotlivých fandomů a subfandomů (např. Faberry párování) jsou exemplářem zakládání interpretačních a konzumentských aktivit, které byly doplněny také producentsko-fanouškovská komunikace o významech původních sdělení (zde TV seriálů). Nejméně viditelně je zastoupena praktika průniku fanouškovství do každodennosti, jež byla představena pouze teoreticky, nikoli na příkladech z provedených případových studií. Důvod je zřejmý, zkoumání této fanouškovské praktiky vyžaduje jiný metodický přístup, lze ji pouze obtížně zkoumat na základě nevtíravých (unobtrusive) technik sběru dat (zde online dostupné projevy fanoušků). K podrobnému prozkoumání této praktiky by bylo nutné provést kvalitativní rozhovory či zúčastněné pozorování (např. na comic-conu či v domácnosti fanoušků). Pro účely této práce však dostačuje představit praktiku pouze v teoretické rovině, jakožto existující projev fanouškovství.

## 7. AUTORSKÁ TYPOLOGIE FANOUŠKŮ

V návaznosti na předcházející kapitoly je stávající kapitola věnována zavedení nové typologie fanoušků<sup>141</sup>. Typologie vychází z rekontextualizace dvou teoretických typologií (Tullocha s Jenkinsem a posléze Abercrombieho s Longhurstem) i z vlastních zjištění získaných dlouhodobým studiem fanouškovských aktivit a praktik v rámci konkrétních sub/fandomů. Jejím stěžejním zdrojem jsou však poznatky z provedených případových studií, blíže uváděné v předchozí kapitole. Podstata vytvoření nové typologie nesouvisí pouze s terminologickou nevhodností typologií z 90. let, ale také s faktem, že se podoba fanouškovství v posledních třiceti letech proměnila a typy již zcela neodpovídají současné podobě fanouškovských praktik. Mnou představená typologie je rovněž reakcí na étos inherentně aktivního fanouškovství, který ve fanouškovských studiích dodnes mnohdy přetrvává a který tato typologie zpochybňuje. Nová typologie totiž poukazuje na proměnlivou míru fanouškovství z hlediska vykonávaných praktik a aktivit, stejně tak jako na fluiditu jejích jednotlivých kategorií, jež se vzájemně výrazně prostupují. To vše dokládá nemožnost vytvoření jednoduché definice fanoušků jako osobností definovaných několika málo atributy, každé fanouškovství je třeba chápat v individuálním kontextu daného člověka, následovaného subjektu/objektu a jeho sub/fandomu. Mnou navržená typologie reflektuje skladbu jednotlivých sub/fandomů, v nichž existují jedinci vysoce aktivní a zainteresovaní, stejně tak jako jedinci spíše přihlížející; typologie rovněž prokazuje patrnou hierarchizaci fandomů a rozdělení rolí v nich.

Následující text je již věnován nově definovaným typům fanoušků. Obě typologie rozebrané v podkapitole 3.3 věnují jeden typ praktikám nefanouškovským, Jenkins s Tullochem (1995: 23) užívají pojem follower (následovatel/ka), Abercrombie s Longhurstem (1998: 149) consumer (konzument/ka). Takový člověk dle autorů nevykazuje výraznější propojení s přijímaným obsahem nebo s jeho dalšími příjemci (např. na internetových stránkách obsahu apod.), i v případě, že tento obsah přijímá intencionálně<sup>142</sup>. Potenciální výskyt diskuze s ostatními jedinci nemusí být motivován vlastním zájmem, nýbrž například potřebou socializace (jeden z druhů uspokojení

---

<sup>141</sup> Do závorek budu uvádět i anglickou verzi nové typologie pro případné další užití v cizojazyčných pracích.

<sup>142</sup> Nebudu se zde zabývat příjmem neintencionálním, se kterým se lze setkat například v podobě bezmyšlenkovitého přepínáním televizních kanálů a ponecháním náhodného z nich jako audiovizuální kulisy.

z výzkumu *Užití a uspokojení*<sup>143</sup>). Obdobně definovaný příjem a jeho aktéra/aktérku proto označuji pojmem **pravidelný příjemce (regular recipient)**, který je významově transparentní. Termín příjemce pak zřetelně naznačuje, že se nejedná o příjem fanouškovský, jenž je přítomný u dalších typů a jenž postrádá definiční praktiky fanouškovství, jako je například fanouškovská kreativita sdílená s ostatními fanoušky.

Dále jsem již nucena komparačně vycházet pouze z typologie Abercrombieho s Longhurstem, neboť Jenkins s Tullochem nabízí pouze zobecňující termín fanoušek, zatímco druzí dva autoři fanouškovství dále škálují, což se ukázalo být platnějším přístupem. Fanoušek, který ve skupině ostatních fanoušků figuruje pouze jako pozorovatel/ka, nijak se nezapojuje do hromadných interpretací či fanouškovské tvorby, ale přijímá jak originální (v současnosti nejen) masmediální tvorbu, tak fanouškovské práce na ní navázané, je již z tohoto popisu pouhým/pouhou pozorovatelem/pozorovatelkou. Osoba pozorovatele/pozorovatelky může svůj fanouškovský zájem probírat s blízkými přáteli, ovšem nebude se zapojovat do specifitějších fanouškovských aktivit (např. fanouškovské tvorby či jejího hodnocení v diskuzi s ostatními fanoušky). Jako název dalšího typu proto volím fanoušek **pozorovatel (observer)**. Podstatným atributem pozorovatelského typu je sebeidentifikace konkrétního člověka s pojmem fanoušek a vnímaná náležitost k určitému sub/fandomu. Fanoušek pozorovatel nemusí být pro ostatní fanoušky identifikovatelný, protože se viditelně nezapojuje do chodu fandomu. Tento typ je podobný definici klasického fanouška (srov. Abercrombie, Longhurst 1998: 141), přestože se od něj liší ještě nižší mírou patrného zapojení, podstatnou distinkcí je pak sebeidentifikace takového člověka jako fanouška konkrétního obsahu/osoby aj. Mezi fanoušky se pro označení takto neaktivního fanouška užívá pojmu lurker/nakukovač, který má negativní konotace, jak bylo opakovaně uvedeno. Z vlastní pozorovatelské pozice, v níž jsem se při studiu jednotlivých sub/fandomů nacházela, mohu upozornit na fakt, že fanoušek pozorovatel může a nemusí být viditelný. Může totiž například disponovat účtem ve fanouškovských archivech (včetně platformy YouTube). Tento účet však nevyužívá k dalšímu provázání s ostatními fanoušky, nýbrž k archivaci, a to archivaci oblíbených příběhů či oblíbených autorů fanouškovské kreativity (obecně však i původní tvorby v podobě DVD disků TV seriálů apod.). Archivační aktivita je vázána

---

<sup>143</sup> Člověk může například sledovat konkrétní televizní pořad, protože jej sledují kolegové/kolegyně v práci a často o něm hovoří. Důvodem je to, aby nebyl z takových hovorů vynecháván.

pouze na ojedinelého fanouška a slouží k jednoduché dostupnosti preferovaných obsahů (např. uložením psaného příběhu mezi oblíbené, aby se k němu mohl jedinec snadno vracet) pro něj samotného, nikoli ke komunitnímu fungování fandomu a jeho kolektivní archivaci.

S pozorovatelským typem souvisí typ fanouška, jehož zapojení je zřejmé i pro ostatní fanoušky či pozorovatele/pozorovatelky. Označují jej fanouškem **podporovatelem (supporter)**; tento fanoušek se zapojuje do diskuzí, šíří na sociálních sítích příspěvky, avšak také samotné artefakty kreativity ostatních, navrhuje náplň příběhů<sup>144</sup>, zanechává komentáře apod. Jeho hlavní aktivitou je podpora kreativních fanoušků a obecně chodu fanouškovských skupin, a to zejména prostřednictvím nástrojů hodnocení (např. lajkování) a šíření. Stejně tak ale může podporovat i následovaný obsah, zapojuje se proto do finančních sbírek či fanouškovsko-aktivistických kampaní, jako byly například ty, které dopomohly k realizaci web seriálu *Nikki and Nora: The N&N Files*. Podporovatel sice sám netvoří artefakty fanouškovské kreativity, ani není primárním organizátorem sbírek, ovšem napomáhá ostatním v těchto a dalších fanouškovských aktivitách. Jednou z podoby této podpory je vedle lajkování a sdílení také nakupování specifického zboží sub/fandomu. Příkladem je nástěnný kalendář femslash páru Faberry z původního seriálu *Glee*. Kdybych podporovatele srovnala s typy Abercrombieho a Longhursta, jednalo by se o propojení typů klasického fanouška a kultisty (srov. Abercrombie, Longhurst 1998: 141).

Mnohé aktivity podporovatelů a pozorovatelů jsou navázány na kreativitu ostatních fanoušků. Fanoušky zaměřující se na vlastní kreativní tvorbu nazývám **editory (editors)**. Tito fanoušci mohou náležet jak do afirmativních, tak do transformativních fandomů (stejně tak jako oba předchozí typy), jejich definiční praktikou je vlastní tvorba reagující na původní obsahy oficiální tvorby (nezáleží však na tom, zda je to tvorba potvrzující kánon či tvorba kánon proměňující). Mezi produkty editorských fanoušků tak patří beletrie, poezie, videa, kresba, gify, tweety, cosplay a mnoho dalších manifestací fanouškovské kreativity. Především pak u fandomů transformativních souvisí editorství i s fanouškovským aktivismem a projevuje se například vyjednáváním s původními tvůrci nebo vlastní subverzí v podobě konkrétní tvorby a specifických kampaní (např. ClexaCon či Lgbtqfansdeservebetter). Editorický fanoušek nemusí být pouze autorem/autorkou

---

<sup>144</sup> Autoři a autorky často vyzývají své následovatele, aby jim poskytli nápady na příběhy či požadavky pro videa apod.

vlastní tvorby, ale také beta-readerem/beta-readerkou ostatních, kteroužto aktivitu v sobě české označení tohoto druhu fanouška obsahuje. V kontextu typologie Abercrombieho s Longhurstem by se jednalo o fanouška zapáleného (srov. Abercrombie, Longhurst 1998: 141). Totožný typ této autorské dvojice by odpovídal i dalšímu novému typu, což je **fanoušek profesionál (professional fan)**. Ten vykazuje největší míru fanouškovské gramotnosti ze všech doposud zde představených. Vzhledem k možné proměnlivosti fanouškovského zájmu však nelze předpokládat, že by se tento typ neprolínal s typy jinými, může se tedy jednat o propojení typů editorských a podporovatelských, stejně tak jako těch, co budou následovat. Tato fluidita opět potvrzuje platnost typologie založené na škálování individuální míry fanouškovství, a to s důrazem na fakt, že jednotlivé typy budou typy ideálními, protože existují jedinci naplňující většinu zde vymezených typů, stejně tak jako jedinci naplňující pouze jediný. Profesionální fanoušek se účastní fanouškovských setkání, na jejichž pořádání se často podílí, je obecně velmi aktivním členem konkrétních fanouškovských uskupení, jichž může být i vůdčí osobnost (big name fan nebo senior fan), může být rovněž tvůrcem či tvůrkyní. Paradoxem vážícím se k takto definovanému typu je, že se zároveň stává častým cílem komodifikačních snah jednotlivých korporací. Profesionální fanoušek je totiž nejvíce viditelný, respektive o sobě zanechává nejvíce dat, která lze nadále využívat, zároveň má tendence k aktivitám, jako je nákup oficiálního zboží, účast na (nejen) komerčních conech apod., při nichž je možné individuálního zájmu opět využít (zejm. obchodně).

Fanouškovství je nedílnou součástí identity všech zde představených fanouškovských typů, může se proto projevovat v každodenním životě jedinců (sběratelství, fanouškovsky relevantní oděv apod.). Jak jsem naznačila, jednotlivé typy jsou vzájemně provázané a jednotlivci mohou naplňovat vícero typů najednou. Profesionální fanoušek bude velice často také tvůrcem/tvůrkyní fanouškovské kreativity a zároveň může mít potřebu podporovat jiné fanoušky v jejich kreativě ve fandomu, kterého není (ale může být) členem/členkou. V rámci posunů mezi různými fandomy v průběhu života se ale i původně profesionální fanoušek může v konkrétních kontextech stávat pouze pozorovatelem/pozorovatelkou. Tato skutečnost odkazuje na fakt, že se míra fanouškovství v konkrétních kontextech (sub/fandomech) mění i v závislosti na proměňujících se preferencích a vývoji samotného člověka, který se může zájmově přesouvat mezi jednotlivými obsahy a fandomy. Fandom, v němž člověk figuroval na vysoké pozici (profesionální fanoušek), může pro jiný zájem opouštět, avšak nadále

pozorovat a podporovat dění v něm (pozorovatel či podporovatel). Jedná se tedy také o jistý cyklus fanouškovského zájmu spojený s individuálním vývojem člověka a jeho měnícím se vkusem či preferencemi.

Poslední typ, který zavádím, se od předchozích liší tím, že explicitně nereflektuje míru zapojení, respektive míru fanouškovství. Jedná se však o specifickou roli objevující se v rámci jednotlivých fandomů, proto jej zde uvádím. Šestý typ jmenuji **obchodníkem (merchant)**, přičemž se může a nemusí jednat o fanouška. V jednom případě se lze setkat s profesionálním fanouškem, který využívá své znalosti k tomu, aby vlastní tvorbou naplnil potřeby fandomů a subfandomů v rámci oficiálně nedostupného zboží. V druhém případě se jedná o člověka, který pouze pozoruje veřejně dostupné dění (zejm. na internetu) konkrétních společenství a reaguje na jejich poptávku vlastní tvorbou. Specifikem tohoto typu tedy není míra fanouškovství, ale zhodnocování své pozice ve fandomu nebo konkrétních znalostí nabytých pozorováním (obecně jakýkoli umělec na „volné noze“). Abercrombie s Longhurstem (1998: 149) k označení podobných praktik užívali termínu petty producer a domnívali se, že se jedná o bývalého fanouška. Nemusí se však nutně jednat o typy vzájemně se vylučující. Člověk může být i nadále aktivním členem fanouškovského uskupení, a přesto toto členství exploatovat, případně využívat k vlastnímu obohacení jiné fandomy a jejich preference (díky pochopení obecného fungování fandomů/fanouškovského nadšení). Nakonec nemusí jít ani o exploataci, ale o substituci chybějících produktů (zejména subfandomové fanonické interpretace), které nelze získat jinak než zakoupením fanouškovské tvorby. Obecně však může díky přístupu k veřejně probíhající diskuzi (ne všechny budou veřejně dostupné) uvnitř konkrétních fandomů prakticky kdokoli zjistit preference a chybějící oficiální zboží, které svou tvorbou může chtít suplovat a fanouškovský zájem tak finančně vytěžit.

V předchozích odstavcích představená autorská typologie obsahuje šest typů, jeden typ je zcela nefanouškovský (**pravidelný příjemce**), jeden může a nemusí být fanouškovský (**obchodník**). Ostatní typy odkazují na různou míru zapojení v rámci fandomů a odvozeně také odlišnou míru fanouškovství. Nejnižší míru fanouškovství, především z pohledu fungování v rámci fanouškovských skupin, vykazuje **pozorovatel**, sebeidentifikovaný fanoušek konkrétního objektu/subjektu. Pozorovatel nejedí na setkání fanoušků, nezapojuje se do diskusí o původním objektu zájmu, ani o fanouškovské kreativě ostatních. Fanouškovství takového člověka nemusí být ostatním fanouškům (ani jejich okolí) nikterak patrné. Manifestovat se ovšem může

vlastnictvím fanouškovsky relevantních entit (triko, figurka aj.), v čemž se typ pozorovatele může propojovat s typem podporovatele, pokud zboží zakupuje od ostatních fanoušků. Pravděpodobnější je však situace, v níž bude pozorovatel zboží získávat u oficiálních producentů, aby nevstupoval do kontaktu s ostatními z fandomu a mohl si zachovat pozorovatelskou pozici. Jeho fanouškovství tak může být patrné jeho bližšímu okolí, nikoli však širšímu okruhu fanoušků shromážděných v konkrétních sub/fandomech. Typ **podporovatele** je v tomto ohledu transparentnější, ve fandomech je aktivní zejména podporou ostatních aktivních fanoušků, již se zabývají vlastní tvorbou či aktivismem. Běžně se zapojuje do interakcí v rámci fandomu, hodnotí práci ostatních fanoušků, kterou může podporovat a šířit. Zapojuje se rovněž do podpory subjektu/objektu fanouškovského zájmu, když se například pořádá finanční sbírka nebo aktivistická kampaň. Podporovatel spolu s **editorem** a **profesionálním fanouškem** jsou zpodobněním ideálního typu fanouška, jak byl vymezen v prvních obdobích fanouškovských studií, tedy aktivní, zainteresovaný jedinec, citově navázaný na objekt/subjekt svého fanouškovského zájmu. Všechny tři typy vykazují jistou aktivitu, přestože ta je i nadále škálována, zároveň se mohou tyto typy prostupovat a ztrácet jednoznačnou identifikovatelnost jednotlivých kategorií. Jeden člověk tak může být současně editor a profesionální fanoušek, ale také podporovatel v jiném fandomu, jak jsem již uváděla.

Z dříve řečeného je stále patrnější fluidita jednotlivých kategorií, jež mohou navzájem zcela splývat, ačkoli existují i jedinci naplňující pouze jediný z představených typů. Jednotlivé typy také mohou nabývat vícero podob, jak je zřejmé například z představení pozorovatele. Fanoušek editor tak může být autorem vlastní tvorby nebo editorem fanouškovských prací jiných tvůrčích osobností, případně obojí. Typy mohou být rovněž označením konkrétní fáze fanouškovství určitého člověka, který byl nejprve pozorovatelem, posléze editorem, nakonec profesionálním fanouškem a s přesunem zájmu k jinému fandomu opět pozorovatelem, případně podporovatelem ve fandomu původním. Rozdělení do typů také poukazuje na existenci konkrétních rolí v rámci fandomů a jejich hierarchizaci. Patrná je rozdílná míra fanouškovství, podpora založená na lajkování a šíření fanouškovské kreativity ostatních je zcela odlišný druh aktivity než vlastní tvorba či pořádání conů, jež se objevují u editorských a profesionálních fanoušků. Pro účely své práce jsem nerealizovala reprezentativní výzkumy, a proto nemohu vyčíslit množství fanoušků zastávajících jednotlivé typy. Už jen z hlediska nutné časové



investice, již musí například profesionální fanoušci vynakládat, lze však předpokládat, že právě těch nejaktivnějších fanoušků v pozicích profesionálů a editorů bude ve fandomech nejméně, více pak bude podporovatelů a pravděpodobně nejvíce pozorovatelů. Vzhledem k tomu, že nedisponuji daty, která by mou hypotézu potvrdila v obecném měřítku, budiž toto námětem pro další výzkumy, jež se mohou zaměřit třeba na výpověď o početním složení jednotlivých rolí/typů v konkrétních fandomech. Byť je tato typologie zejména teoretickým konstruktem, z hlediska aktuální podoby fanouškovství se jedná o typologii platnější stran skutečných rolí navázaných na konkrétní aktivity objevující se v jednotlivých fandomech, současně je terminologicky transparentnější a čtenější, než byly typologie z 90. let.

## ZÁVĚR

Nová autorská typologie byla poslední kapitolou této dizertační práce, jejímž cílem bylo představit osobnosti mediálních fanoušků (zde konkrétně navázaných na TV médium a femslash fanouškovské interpretace) prostřednictvím vymezení jejich typických aktivit a praktik. Tohoto cíle bylo dosaženo jednak kritickou revizí fanouškovsko-vědních prací věnujících se tématu, jednak zohledněním vlastních nálezů ze čtyř provedených případových studií. Text je konkrétně realizován jako strukturovaný přehled teorií mediálních fanouškovských studií o osobnostech fanoušků, a také obecně prací ustavujících tuto aplikační oblast kulturních a mediálních studií. Osobnosti televizních fanoušků představuji skrze jednotlivé praktiky a aktivity, které jim byly a jsou připisovány. Nejen osobnosti fanoušků, ale také jejich seskupení rozdělují do několika typů, přičemž upozorňuji na fakt, že neexistuje jedna generalizující definice fanoušků. Měli bychom naopak o této kategorii uvažovat jako o škále praktik a aktivit, jež různé osobnosti naplňují individuálním způsobem. V rámci charakteristických aktivit fanoušků jsem na základě provedených případových studií i dlouhodobého působení v kontextu mezinárodních fanouškovských studií zavedla nový typ fanouškovských praktik – pořadatelsství. To zahrnuje fanouškovské aktivity směřující zejména k aktivistické činnosti, obsahuje finanční sbírky, protesty proti vývoji (či stavu) následovaných obsahů nebo edukativní a obecně charitativní činnost. Kontextualizace případových studií v rámci femslash fandomů a interpretací a z ní plynoucí poznatky zpracované v textu jsou jedním z doposud nejucelenějších příspěvků k této fanouškovské profilaci. Povaha femslash prací je natolik intertextuální, že jsem díky ní byla schopna pracovat s celou sítí odkazů a textů a vytvořit komplexní výpověď o tomto specifickém druhu fanouškovských interpretací. S tematikou femslash úzce souvisí také fenomén queerbaitingu, v práci jsem klamavou strategii mediálních tvůrců blíže představila a vysvětlila její fungování. I přes fakt, že se o tématu ve fanouškovských a akademických diskusích hovoří, termín nadále postrádal zevrubnější explanaci (zejm. v kontextu femslash), již jsem v práci nabídla. Rovněž přínosným příspěvkem je podrobné rozpracování a stratifikace globálního fanouškovského jazyka rozvíjené představením specifického lokálního femslash fanspeaku. Přestože je fanouškovský jazyk nedílnou součástí komunikace rozličných fandomů, nebyl doposud v akademickém prostředí obecněji strukturován. Objevují se spíše specializované (př. na konkrétní sub/fandom) a druhotné příspěvky. Nelze ovšem opomenout, že je tato záležitost rozsáhle zpracována samotnými fanoušky, kteří tvoří tvz.

fanpedie (fanouškovské encyklopedie) a snaží se jednotlivé termíny globálního fanspeaku i lokálních výrazů, přestože je to složitější, zařazovat do databází a vysvětlovat je. Sama jsem v práci zavedla například termín apokryfní kultura, výraz má odkazovat na podstatu fanouškovské kreativity vycházející z již existující oficiální tvorby.

Již jsem uvedla, že práce má sloužit jako základní kriticko-teoretický i terminologický zdroj pro různé druhy navazujících kvalitativních i kvantitativních výzkumů zaměřených na mediální fanoušky. Je proto znovu nutné upozornit na skutečnost, že jsem se v práci věnovala zúžené oblasti fanouškovství, zmíněným TV seriálům a femslash interpretacím. Přestože tak bude mnoho výsledků práce (např. nově zavedený typ fanouškovských praktik) platných i v jiných kontextech, další sféry zájmu mohou být odlišné a determinované svým původním zdrojem (sport, komiks, hudební skupiny aj.). Z hlediska kritické revize jsem se zaměřila zejména na ty práce, které pojednávaly o osobnostech fanoušků a snažily se o jejich definici. Nebylo však možné odhlédnout od širokého kontextu samotných fanouškovských studií a technologií užívaných fanoušky k jejich aktivitám a praktikám, což bylo důvodem k uvedení a revizi i těchto poznatků. Rozhodně se nejedná o vyčerpávající soubor monografií a statí, cílem bylo představit výběr nejpodstatnějších příspěvků k daným tématům jež jsou považovány za zásadní společenstvem fanouškovsko-studijních teoretiků a teoretiček a jež o problematice dostatečně vypovídají. Nejkritičtěji jsem přistupovala k teoriím o samotných fanoušcích, neboť ty se mnohdy uchýlovaly ke zjednodušené definici fanoušků jako inherentně aktivních nebo naopak pasivních, takové definice však byly platné pouze pro část sub/fandomů a bylo tudíž třeba nakládat s nimi jako s poněkud utopickými akademickými konstrukty. V tomto ohledu se jako nejvhodnější jevila aplikace postoje kombinujícího teorie fanouškovských studií a politické ekonomie. Obě tradice jsou sice poněkud hraniční v některých svých tvrzeních (např. techno-optimismus vs. techno-skepticismus, determinace užitím vs. determinace technologií atd.), jejich teoretické propojení mi však umožnilo přistupovat k fanouškům komplexněji, bez redukce, ať už technologické či uživatelské stránky fanouškovství.

Z hlediska omezení na femslash a televizní seriály je nutné pracovat s možností, že autorská typologie fanoušků může v jiných druzích fanouškovství částečně měnit podobu. Ovšem také například ve sportovních a dalších fandomech (př. hokej, krasobruslení, tenis, hudební skupiny aj.) se objevují obdobné praktiky jako u fandomů televizních a filmových (př. slash tvorba), pročež bude nová typologie platná a použitelná

i ve většině ostatních kontextů. V každém novém výzkumu jakéhokoli jiného druhu fandomu by však mělo dojít ke kontrole toho, zda lze typologii užít v původním znění nebo zda je třeba některý z typů doplnit či jinak měnit. Samotná specializace na femslash fandomy dále znamenala zaměření se na inherentně subverzivní fanouškovské interpretace, proto je nutno kalkulovat s tím, že se v rámci femslash fandomů a subfandomů bude vyskytovat větší míra transformativních a subverzivních snah, než tomu bude u jiných fandomů, u nichž může být naopak typičtější konformita s původními obsahy. Konformita či afirmativnost k původním obsahům/subjektům ovšem neznamena změnu praktik a aktivit, mění se pouze jejich výsledný produkt. Fanouškovská psaná fikce tak například nebude alternovat původní příběh, ale bude jej rozvíjet dle známých reálií; fanouškovská kresba nevyobrazí fanonické párování, avšak kanonický pár, aby jej adorovala; fanouškovské video pak bude oslavné k původnímu obsahu, nikoli přepracováním oficiálního narativu. Afirmativní fandomy praktikují i všechny další aktivity, a to včetně pořadatelství. Zruší-li stanice jejich oblíbený pořad, mohou pořádat sbírky a organizovat protestní akce, aby obsah dále pokračoval. Jak vidno, soubor praktik a aktivit fanoušků se nemění v závislosti na jejich náležitosti k afirmativním či transformativním sub/fandomům, odlišuje se jen výsledek či potenciální cíl těchto praktik. V tomto kontextu není ani mnou zavedená praktika (ostatně jako žádná z dříve uvedených praktik a aktivit fanoušků) pořadatelství běžná pro všechny televizní fanoušky. Přestože někteří fanoušci se chtějí podílet například na charitativní činnosti či kampaních pro záchranu oblíbeného pořadu, jiní se účastnit nebudou. S tím souvisí i fakt, že ne všechny kampaně budou vždy úspěšné, protože je nutné uvažovat vždy o mocenském potenciálu, nikoli o jisté moci fanoušků. V rámci případových studií se objevily úspěšné i neúspěšné kampaně, nicméně jejich úspěch či neúspěch byl nakonec ovlivněn také samotnými původními tvůrci, kteří se podíleli na rozhodování o výsledku těchto kampaní, proto je třeba vždy reflektovat i jejich účast.

Z případových studií zpracovaných v textu nakonec také vyplývá, že identity fanoušků jsou konstituovány mnoha dílčími atributy, i laici vnímají zejména ty nejvíce viditelné, jako je oblékání tematického oblečení, autorizovaná (tzn. neanonymní) tvorba fanouškovské fikce, fanouškovský aktivismus nebo zveřejnění fanouškovské identity například prostřednictvím tematické profilové fotografie na sociálních sítích (např. symbol oblíbené/ho superhrdin(k)y). Přestože jsem v práci představila různé aktivity a praktiky, jež dopomáhají k obecné identifikaci fanoušků, fanouškovství je do jisté míry

individualizovanou záležitostí. Existují sice oslavované konformní podoby fanouškovství replikované především mainstreamovými médii (vzpomenu příklad postav seriálu *Teorie velkého třesku*), ty jsou ovšem zpodobněním komercializované a komercializovatelné podoby fandomů. V konečné fázi mohou být také sebenaplňujícím proroctvím, podobně jako tomu bylo v minulosti s homosexuální identitou nebo s identitou subkulturní, i fanouškovství může být uměle přebíráno podle poznatelných a dostupných zdrojů/vzorů, které zdánlivě pravdivě reflektují to, jak má fanouškovství vypadat. Podrobně a s určitostí lze ale vždy popisovat zejména konkrétní fandomy nebo subfandomy, přičemž nelze upustit ze zřetele, že některé fandomy se mohou zaměřovat na obecnější fenomény (např. žánry sci-fi a fantasy) a budou čítat miliony fanoušků, jiné budou zaměřené na zcela specifické fanouškovské zájmy, jako je v práci představený fenomén femslash interpretací, jehož fanoušci nemusí být ani zdaleka tak početní.

Z celkového textu je zřejmé, že se fanouškovská studia rozčlenila do několika sfér a v centru jejich zájmu se nachází stále nové skutečnosti, osobnosti a fenomény. Na rozdíl od počátečních fází mediálních fanouškovských studií, v nichž bylo jejich pozvolné formování možné mapovat několika identifikovatelnými monografiemi a časopiseckými statěmi, je v současnosti velmi složité držet všechna jednotlivá akademická, avšak i fanouškovsko-kritická pojednání v patrnosti. Jednotlivé autorky a jednotliví autoři se zaměřují na stále specifitější oblasti mediálního fanouškovství a často reagují na nově se objevující skutečnosti, nové technologické možnosti aj. Fanouškovská studia mohou proto čelit podobné kritice eklektičnosti a popkulturního populismu, kterému čelila britská kulturní studia. Při obezřetném nakládání s předměty akademického zájmu (obecně fanoušky či jejich pracemi apod.) lze však široké větvení současných mediálních fanouškovských studií vnímat také jako bohatý akademický kontext popisující různí se návyky jednotlivých specializovaných (regionálně, obsahově aj.) fanoušků/uživatelů. Díky technické dostupnosti lze aktuálně nejen poznávat nové projevy a zájmy fanouškovství (a obecně uživatelství), ale také nacházet nové možnosti, jak fanoušky/uživatele či uživatelky a jejich aktivity zkoumat. Tyto skutečnosti a jejich popis/analýza jsou ovšem již úkolem rozličných budoucích výzkumů, pro něž může a má tato publikace sloužit jako základní zdroj poznatků a termínů z oblasti mediálních fanouškovských studií a zejména pak jejich primárního předmětu zájmu – osobnosti fanoušků a jejich typických aktivit a praktik.

## LITERATURA

### CITOVANÉ MONOGRAFIE A KAPITOLY MONOGRAFIÍ

- Abercrombie, Nicholas – Longhurst, Brian J. 1998. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Aden, Roger C. 1999. *Popular Stories and Promised Lands: Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages*. Tuscaloosa: University of Alabama Press.
- Allrath, Gaby – Gymnich, Marion. 2005. *Narrative Strategies in Television Series*. New York: Palgrave Macmillan UK.
- Ang, Ien. 1991. *Desperately seeking the audience*. London: Routledge.
- Barker, Chris. 2006. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál.
- Barthes, Roland. 2007. *S/Z*. Praha: Garamond.
- Blumer, Herbert. 1939. „Collective behavior.“ Pp. 166-22 in Ed. Lee McClung Alfred. *New outline of the principles of sociology*. New York: Barnes & Noble.
- Blumer, Herbert. 1970. *Movies and Conduct*. New York: Arno Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. „The Forms of Capital“. Pp. 241–258 in Ed. Richardson, John. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Bruns, Axel. 2006. „Towards Producers: Futures for User-Led Content Production.“ [http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863\\_1.pdf](http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863_1.pdf) (20. 5. 2017)
- Burgess, Jean – Green, Joshua. 2013. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. John Wiley & Sons.
- Busse, Kristina – Hellekson, Karen. 2006. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. London: MacFarland.
- Butler, Jeremy. 2007. *Television: Critical Methods and Applications*. Mahwah and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cantril, Hadley. 1940. *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- D'Acci, Julia. 1994. *Defining Women: Television and the case of Cagney & Lacey*. North Carolina: University of North Carolina Press.
- Dahlgren, Peter. 1998. „Critique: Elusive Audiences“. Pp. 298–310 in Ed. Dickenson, Roger a spol. *Approaches to Audiences*. London: Edward Arnold

- Darton, Robert. 2009. „Readers Respond to Rousseau: The Fabrication of Romantic Sensitivity.“ Pp. 215–256 in Darton, Robert. *The Great Cat Massacre and Other Episodes in French Cultural History*. New York: Basic Books.
- Davis, Glyn – Needham, Gary. 2009. *Queer TV: Theories, Histories, Politics*. London: Routledge.
- De Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkley: University of California Press.
- Doty, Alexander. 1997. *Making things perfectly queer: interpreting mass culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Driscoll, Catherine. 2006. „One True Pairing: The Romance of Pornography and the Pornography of Romance.“ Pp. 79–96 in Ed. Busse, Kristina – Hellekson, Karen. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Jefferson, NC: McFarland.
- Ellis, John. 2000. *Seeing things: Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B. Tauris.
- Evans, Alison. 2006. *The Global Playground: Fan Fiction in Cyberspace*. Roehampton University.
- Fafejta, Martin. 2014. *Sexualita a sexuální identita. Sociální povaha přirozenosti*. Praha: Portál.
- Fiske, John. 1992a. „The Cultural economy of fandom.“ Pp. 30–49 in Ed. Lewis, Lisa. *The Adoring Audience. Fan culture and Popular Media*. London: Routledge.
- Fiske, John. 1992b. *Understanding Popular Culture*. London, New York: Routledge.
- Fiske, John. 2003. *Television Culture*. London: Routledge.
- George, Alexander L. – Bennett, Andrew. 2005. *Case studies and theory development in the social sciences*. London: MIT Press.
- Gerbner, George – Gross, Larry – Morgan, Michael – Signorielli, Nancy – Shanahan, James. 2002. „Growing up with television: Cultivation processes.“ Pp. 43-67 in Ed. Jennings, Bryant – Zillmann, Dolf. *LEA's communication series. Media effects: Advances in theory and research*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Gladwell, Malcom. 2000. *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Little Brown.
- Gray, Jonathan – Sandvoss, Cornel – Harrington, Lee. 2007. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York. NYU Press.

- Hall, Stuart. 1980. „Encoding, decoding.“ Pp. 128–138 in Ed. Centre for Contemporary Cultural Studies. *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Routledge.
- Hartley, John. 2004. *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*. London, New York: Routledge.
- Hartley, John. 2008. *Television Truths: Forms of Knowledge in Popular Culture*. London: Blackwell.
- Hendl, Jan. 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Herzing, Melissa J. 2005. *The internet world of fan fiction*. Richmond, Virginia: Virginia Commonwealth University.
- Hills, Matt. 2002. *Fan Cultures*. London, New York: Routledge.
- Hubík, Stanislav. 2013. *Média a rychlost: Dromoskopická dromologie dromosférické dromokracie*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.
- Chlumská, Eva – Jansová, Iveta – Jedličková, Jana. 2015. *Boření mýtů. K současné neheteronormativní televizní seriálové produkci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Jenkins, Henry. 1992a. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Studies in culture and communication. London, New York: Routledge.
- Jenkins, Henry. 1992b. „Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community.“ Pp. 208–237 in Ed. Lisa A. Lewis. *Adoring Audiences*. London, New York: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2006a. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Jenkins, Henry. 2006b. *Fans, Bloggers and Gamers*. New York NYU Press.
- Jenkins, Henry – Ford, Sam – Green, Joshua. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture (Postmillennial Pop)*. New York: NYU Press.
- Jenkins, Henry – Tulloch, John. 1995. *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. London: Routledge.
- Katz, Elihu – Lazarsfeld, P. Felix. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Kolář, Jan. 2017. „Kapitán Certeau a poručík Jenkins v síti metafor. Fanfikce mezi subversivní imaginací a empirickou konformitou.“ Pp. 350–377 in Ed. Bílek, Petr. A. –



- Šebek, Josef. *Česká populární kultura. Transfery, transponování a další tranzitní procesy*. Praha: Univerzita Karlova.
- Korda, Jakub. 2011. *České televizní krimi série po roce 1989 a jejich žánrové souvislosti*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Dizertační práce (Ph.D.).
- Lazarsfeld, P. Felix – Berelson, Bernard – Gaudet, Hazel. 1940. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia: Columbia University Press.
- Macek, Jakub. 2013. *Poznámky ke studiím nových médií*. Brno: Masarykova Univerzita.
- Macek, Jakub. 2015. *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*. Brno: Masarykova Univerzita.
- McGuigan, Jim. 1992. *Cultural Populism*. New York, London: Routledge.
- McQuail, Denis. 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Misiroglu, Gina. 1993. *American Countercultures: An Encyclopedia of Nonconformists, Alternative Lifestyles and Radical Ideas in U.S. History*. New York: Routledge.
- Morley, David. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. New York: Routledge.
- Moore, Shaun. 1993. *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. New York: SAGE.
- Napoli, Philip M. 2010. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia: Columbia University Press.
- Ndalianis, Angela. 2005. „Television and the Neo-Baroque.“ Pp. 83-101 in Ed. Hammond, Michael – Mazdon, Lucy. *The Contemporary Television Series*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Pugh, Sheenagh. 2005. *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Contest*. Bridgend: Seren.
- Radway, Janice. 1991. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. The University of North Carolina Press.
- Ross, Sharon. 2008. *Beyond the Box: Television and the Internet*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Shearon, Lowery. 1995. *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. USA: Longman Publishers.
- Schäfer, Mirko T. 2011. *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Spigel, Lynn. 2004. *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham and London: Duke University Press.

Staiger, Janet. 2005. *Media Reception Studies*. New York, London: New York University Press.

Storey, John. 1996. *Cultural Studies and the Study of the Popular Culture*. Athens, GA: university of Georgia Press.

Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave: The classic study of tomorrow*. New York: Bantam.

#### CITOVANÉ STATĚ A INTERNETOVÉ ODKAZY

Alvermann, Donna E. – Hagood, Margaret C. 2000. “Fandom and critical media literacy.” Pp. 436–446 in *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, r. 43, č. 5.

Andrejevic, Mark. 2008. „Watching Television Without Pity: The productivity of Online Fans.“ Pp. 24-46 in *Television & New Media*, r. 9, č. 1.

Armitage, Amy. 2010. *What is the Semantic Web?* <http://ezinearticles.com/?What-is-the-Semantic-Web?&id=3665455> (20. 5. 20047)

Bennett, Lucy. 2014. „Tracing *Textual Poachers*: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. Pp. 5–20 in *Journal of Fandom Studies*, r. 2, č. 1.

Bennett, Tony. 1980. „Popular Culture: A Teaching Object“. Pp. 18–29 in *Screen Education*, r. 1.

Bird, Elizabeth. 2011. „Are We All Producers Now?“. Pp. 502–516 in *Cultural Studies*, r. 25, č. 34–5.

Bolin, Göran. 2012. The Labour of Media Use: The Two Active Audiences. Pp. 796–814 in *Information, Communication & Society*, r. 15, č. 6.

Booth, Paul. 2013. „Augmenting fan/academic dialogue: New directions in fan research.“ Pp. 119–137 in *Journal of Fandom Studies*, r. 1, č. 2.

Bruns, Axel. 2006. „Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production.“ [http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863\\_1.pdf](http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863_1.pdf) (20. 5. 2017)

Coppa, Francesca. 2014. „Fuck yeah, Fandom is Beautiful.“ Pp 73-82 in *Journal of Fandom Studies*, r. 2, č. 1.

Earl, Jennifer – Kimport, Katrina. 2009. „Movement Societies and Digital Protest: Fan Activism and Other Nonpolitical Protest Online.“ Pp. 220–243 in *Sociological Theory*, r. 27.

- FFUK. 2014. *Budování scény: česká a slovenská kultura fanzinů od státního socialismu k post-socialismu*. <http://ucd.ff.cuni.cz/budovani-sceny-ceska-a-slovenska-kultura-fanzinu-od-statniho-socialismu-k-post-socialismu/> (18. 10. 2017)
- Ford, Sam. 2014. „Fan studies: Grappling with an ‚Undisciplined‘ discipline.“ Pp. 53-71 in *Journal of Fandom Studies*, r. 2, č. 1.
- Fuckingsalad. <http://fuckingsalad.tumblr.com/post/23164244592/ive-just-watched-yesterdays-episodes-and-i>. (29. 5. 2017)
- Gerbner, George – Gross, Larry. 1976. „Living with Television: The Violence Profile“. Pp. 173–199 in *Journal of Communication*, r. 26, č. 2.
- GLAAD. 2015. *Where We Are on TV Report – 2015*. <https://www.glaad.org/whereweareontv15> (16. 6. 2017)
- GLAAD. 2016. *Where We Are on TV Report – 2016*. <https://www.glaad.org/whereweareontv16> (16. 6. 2017)
- Gonzales, Victoria M. 2016. „Swan Queen, shipping, and boundary regulation in fandom.“ In *Transformative Works and Cultures*, č. 22. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/669/717> (30. 8. 2017)
- Guerrero-Pico, Mar. 2017. „#Fringe, Audiences, and Fan Labor: Twitter Activism to Save a TV Show From Cancellation.“ Pp. 2071-2092 in *International Journal of Communication*, r. 11.
- Herzog, Alexandra. 2013. „The Power of ‚AH, E/B, Very OOC‘: Agency in Fanfiction Jargon.“ In *Current Objectives of Postgraduate American Studies*, r. 14, č. 1. <https://copas.uni-regensburg.de/article/view/158/204> (20. 5. 2017)
- Hills, Matt. 2002. *Fan Cultures*. London, New York: Routledge.
- Hills, Matt. 2013. „Fiske’s ‘textual productivity’ and digital fandom: Web 2.0 democratization versus fan distinction?“ Pp. 130-153 in *Participations Journal of Audience & Reception Studies*, r. 10, č. 1.
- Hills, Matt. 2017. „From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom.“ Pp. 856-883 in *Palabra Clave*, r. 20, č. 4.
- Jansová, Iveta. 2014. „Rizzles – fenomén femslash ve svém několikerém podobnosti.“ Pp. 433–440 in Ed. Ballay, Miroslav a spol. *Minority v subsystemu kultúry. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Košice: Equilibria s.r.o.
- Jansová, Iveta. 2016a. „Náprava škod. Femslash Fanouškovství“. Pp. 70–73 in *Cinepur*, r. 22, č. 105.

- Jansová, Iveta. 2016b. „Proměnlivost pojmu populární kultura v prostředí britských kulturálních studií i mimo ně“. Pp. 50–67 in *Mediální studia*, č. 1.
- Jansová, Iveta. 2016c. „Zpochybňování heteronormativní ideologie ve femslash fanouškovských pracích a jeho dopad na původní mediální obsahy“. Pp. 14–24 in Ed. Marková, Dagmar – Lechová, Jana. *SEXUALITY IX. Sborník příspěvků z vědecké mezinárodní konference*. Brno: Institut mezioborových studií, s.r.o.
- Jansová, Iveta. 2017a. „Fanouškovský jazyk jako exemplář fanouškovských aktivit s mocenským potenciálem.“ Pp. 167–187 in *Mediální studia*, č. 2.
- Jansová, Iveta. 2017b. „Televizní fenomén: bury your gays.“ In *25fps*. <http://25fps.cz/2017/televizni-fenomen-bury-your-gays/> (20. 7. 2017)
- Jansová, Iveta. 2018a. „Případová studie číslo 1 – Rizzles: fenomén femslash ve svém několikerém podobenství.“ Brno, archiv autorky. (Lze zažádat na [iveta.jansova@upmedia.cz](mailto:iveta.jansova@upmedia.cz))
- Jansová, Iveta. 2018b. „Případová studie číslo 2 – Fenomén seriálu Glee a fanouškovství v jeho kontextu.“ Brno, archiv autorky. (Lze zažádat na [iveta.jansova@upmedia.cz](mailto:iveta.jansova@upmedia.cz))
- Jansová, Iveta. 2018c. „Případová studie číslo 3 – Jiná normalita – TV seriál Faking it.“ Brno, archiv autorky. (Lze zažádat na [iveta.jansova@upmedia.cz](mailto:iveta.jansova@upmedia.cz))
- Jansová, Iveta. 2018d. „Případová studie číslo 4 – Web seriál Carmilla.“ Brno, archiv autorky. ((Lze zažádat na [iveta.jansova@upmedia.cz](mailto:iveta.jansova@upmedia.cz))
- Jenkins, Henry. 2006c. *Welcome to Convergence Culture*. [http://henryjenkins.org/2006/06/welcome\\_to\\_convergence\\_culture.html](http://henryjenkins.org/2006/06/welcome_to_convergence_culture.html) (29. 1. 2017)
- Jenkins, Henry – Carpentier, Nico. 2013. „Theorizing participatory intensities. A conversation about participation and politics.“ Pp. 265–286 in *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, r. 19, č. 3.
- Jenkins, Henry. 2014a. *Where Fandom Studies Came From: An Interview with Kristina Busse and Karen Hellekson* (Part One). <http://henryjenkins.org/2014/11/where-fandom-studies-came-from-an-interview-with-kristina-busse-and-karen-hellekson-part-one.html> (5. 4. 2017)
- Jenkins, Henry. 2014b. *Where Fandom Studies Came From: An Interview with Kristina Busse and Karen Hellekson* (Part Two). <http://henryjenkins.org/2014/11/where-fandom-studies-came-from-an-interview-with-kristina-busse-and-karen-hellekson-part-two.html> (5. 4. 2017)

- Jenkins, Henry – Shresthova, Sangita. 2012. „Up, up, and away! The power and potential of fan activism.“ In *Transformative Works and Cultures*, č. 10. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/435/305> (1. 1. 2018)
- Jenner, Mareike. 2015. „Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom.“ Pp. 1–17 in *International Journal of Cultural Studies*. London: SAGE.
- Katz, Elihu – Blumer, Jay G. – Gurevitch, Michael. 1973. „Uses and Gratification Research“. Pp. 509–523 in *Public Opinion Quarterly*, r. 37, č. 4.
- Kustritz, Anne. 2003. „Slashing the Romance Narrative.“ Pp. 371–384 in *The Journal of American Culture*, r. 26, č. 3.
- LaChev, Anik. 2005. „Fan Fiction: A Genre and its (final?) frontiers.“ Pp. 83-94 in *Spectator – The University of Southern California Journal of film and Television*. Los Angeles, California.
- Lapčík, Marek. 2009. „K epistemologii komunikace/médií: je třeba hledat nové paradigma?“ Pp. 11–34 in Ed. Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr. *Kultura – média – komunikace. Myšlení komunikace a médií. Diskurs(ivní analýza) zpravodajství*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2.
- McChesney, Robert W. 1996. „Communication for the hell o fit: The triviality of U.S. broadcasting history.“ Pp. 540–552 in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, r. 40, č. 4.
- Mittel, Jason. 2013. *Forensic fandom and the drillable text*. <http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.Wu1bVYiFNPY> (1. 1. 2018)
- Morrissey, Katherine E. 2013. „Fan/dom: People, Practices and Networks.“ In *Transformative Works and Culture*, č. 14. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/532/408> (20. 8. 2017)
- Noelle\_Neumann, Elisabeth. 1974. „The spiral of silence: a theory of public opinion.“ Pp. 42–51 in *Journal of Communication*, r. 24, č. 2.
- Nováková, Viera. 2009. „Modifikácia naratívnych štruktúr fanfiction vo vzťahu k originálnym naratívam seriálov.“ Pp. 476–485 in *Varia XVIII : Zborník príspevkov z XVIII. kolokvia mladých jazykovedcov*.
- O'Reilly, Tim. 2005. „What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (18. 7. 2017)

Reagin, Nancy – Rubenstein, Anne. 2011. „I'm Buffy, and you're history': Putting Fan Studies into History." In *Transformative Works and Cultures*, č. 6. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/272/200> (15. 6. 2017)

Shimpach Shawn. 2005. „Working Watching: The Creative and Cultural Labor of the Media Audience.“ Pp. 343–360 in *Social Semiotics*, r. 15, č. 3.

Sedláková, Renáta. 2008. „Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých.“ Pp. 145–160 in Ed. Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr. *Média dnes – reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: UP.

Stanfill, Mell. 2011. „Doing Fandom, (Mis)doing Whiteness: Heteronormativity, Racialization, and the Discursive Construction of Fandom.“ In *Transformative Works and Cultures*, č. 8. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/256/243> (20. 7. 2017)

Statistics. 2016. <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html> (20. 5. 2017)

Statisticbrain. 2016. *YouTube Company Statistics*. <http://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/> (20. 5. 2017)

Technologia. 2014. “Assessing the Impact of the Second Screen.” [http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/technology-research/2014/Second\\_Screens\\_Final\\_report.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/technology-research/2014/Second_Screens_Final_report.pdf) (5. 12. 2017).

Terranova, Tizana. 2000. „Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy.“ Pp. 33-58 in *Social Text* 63, r. 18, č. 2.

Thomas, Gary. 2011. „A Typology for the case study in social science following a review of definition, discourse and structure.“ Pp. 511–521 in *Qualitative Inquiry*, r. 17, č. 6.

Vesnić-Alujević, Lucia – Murru, Maria F. 2016. „Digital audiences' disempowerment: Participation or free labour.“ Pp. 422–430 in *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*.

Wasko, Janet. 2014. „The study of the political economy of the media in the twenty-first century.“ Pp. 259-271 in *International Journal of Media and Cultural Politics*, r. 10, č. 3.

Wigler, Josh. 2016. „‘Xena’ Writer Opens Up About Reboot's Approach to Sexuality Amid ‘The 100’ Backlash.“ In *The Hollywood Reporter*. <http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/xena-writer-opens-up-reboots-875759> (11. 10. 2017)

Wilson, Sherryl. 2016. „In the Living Room: Second Screens and TV Audiences.“ Pp. 174-191 in *Television & New Media*, r. 17, č. 2.

#### ROZVÍJEJÍCÍ MONOGRAFIE A KAPITOLY V MONOGRAFIÍCH

Adorno, Theodor. W. – Horkheimer, Max. 2009. *Dialektika osvícenství*. Praha: Oikoymenth.

Allan, Jay. 1989. *Bloody Casuals: Diary of a Football Hooligan*. Glasgow: Famedram.

Alasuutari, Pertti. 1999. *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. London: SAGE.

Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. New York: Routledge.

Bacon-Smith, Camille. 1991. *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. University of Pennsylvania: Penn Press.

Bacon-Smith, Camille. 2000. *Science Fiction Culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Berger, Peter. L. - Luckmann, Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality*. Brno: CDK.

Berzano, Luigi. – Genova, Carlo. 2015. *Lifestyles and Subcultures. History and New Perspective*. New York: Routledge.

Butler, Judith. 1993. *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of ‚sex‘*. Bloomberg: Psychology Press.

Collier, Cassandra. M. 2015. *The love that refuses to speak its name: examining queerbaiting and fan-producer interactions in fan cultures*. ThinkIR: University of Louisville. Dizertační práce (Ph.D.).

Cunningham Osborne, Anne – Sarver Coombs, Danielle. 2016. *Female Fans of the NFL: Taking Their Place in the Stands*. New York: Routledge.

DeFleur, Melvin L. – Ballová-Rekeachová, Sandra J. 1996. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum.

Dunning, Eric. 2002. *Fighting Fans: Football Hooliganism as a World Phenomenon*. Dublin: University College Dublin Pr.

Fiske, John. 1982. *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge.

Frosdick, Steve and Peter Marsh. 2011. *Football Hooliganism*. New York: Routledge.

Gelder, Ken. 2007. *Subcultures: Cultural Histories and Social Practice*. London, New York: Routledge.

- Gosling, John. 2009. *Waging The War of the Worlds: A History of the 1938 Radio Broadcast and Resulting Panic*. North Carolina: McFarland & Company.
- Hall, Stuart – Jefferson, Tony. 1993. *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London, New York: Routledge.
- Hebdige, Dick. 2012. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin.
- Hovland, Carl. I. – Lumsdaine, Arthur, A. – Sheffield, Frederic D. 1949. „Experiments on Mass Communication“. In *Studies in Social Psychology in World War II*, 3. Princeton University Press.
- Hroch, Miloš a spol. 2017. *Křičím: „To jsem já.“: Příběhy českého fanziny od 80. let po současnost*. Praha: PageFive.
- Kadushin, Charles. 2012. *Understanding Social Networks: Theories, Concepts and Findings*. Oxford: Oxford University Press.
- Kaveney, Roz. 2001. *Reading the Vampire Slayer*. London: I.B. Tauris
- Křivánková, Anna – Tesař, Antonín – Veselý, Karel. 2017. *Planeta Nippon*. Praha: Crew.
- Lasswell, Harold. 1971. *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge and London: The M.I.T. Press.
- Lembo, Ron. 2000. *Thinking through Television*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lévy, Pierre. 1997. *Collective Intelligence – Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Perseus Books.
- Lewis, Lisa A. 1992. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.
- Macek, Jakub. 2006. *Fandom a text*. Praha: Triton.
- Marx, Karel. 1978. *Kapitál I*. Praha: Svoboda.
- Millard, André. 2012. *Beatlesmania: Technology, Business, and Teen Culture in Cold America*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Morley, David. 1980. *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Moores, Shaun. 1993. *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. New York: SAGE.
- Peele, Thomas. 2001. *Composition Studies, Heteronormativity, and Popular Culture*. Boise State University.



Penley, Constance. 1991. „Brownian Motion: Women, Tactics, and Technology.“ Pp. 135–161 in Ed. Penley, Constance – Ross, Andrew. *Technoculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Rios, Mauro – Petrella, Carlos. 2014. *The Chimera of Social Networks*. Bubok España.

Scott, John. 2009. *Social Network Analysis*. London: Sage.

Smolík, Josef. 2010. *Subkultury mládeže. Uvedení do problematiky*. Praha: Grada.

Snickars, Pelle – Vondrerau, Patrick. 2009. *The YouTube Reader*. National Library of Sweden.

Stott, Clifford and Geoff Pearson. 2007. *Football 'Hooliganism': Policing and the War on the English Disease*. London: Pennant Books.

Thorton, Sarah. 1995. *Club Cultures: music, Media, and Subcultural Capital*. Wesleyan.

Tushnet, Rebecca. 2007. „Copyright Law, Fan Practices and the Rights of the Author.“ Pp. 60–71 in Ed. Gray, Jonathan – Sandvoss, Cornel – Harrington, Lee. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York. NYU Press.

Wolf, Naomi. 2000. *Mýtus krásy*. Praha: Aspekt.

#### **ROZVÍJEJÍCÍ STATĚ A INTERNETOVÉ ODKAZY**

Benito-Osorio, Diana a spol. 2013. „Web 5.0: the future of emotional competences in higher education.“ Pp. 247–287 in *Global Business Perspectives*, r. 1, č. 3.

Bergström, Annika. 2008. „The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context.“ Pp. 60–80 in *Westminster Papers in Communication and Culture*, r. 5, č.2.

Brennan, Joseph. 2016. „Queerbaiting: The ‚playful‘ possibilities of homoeroticism.“ Pp. 189–206 in *International Journal of Cultural Studies*, r. 21, č. 2.

Buonanno, Milly (ed.). 2016. „(Not Yet) the End of Television.“ *Media and Communicaton*, r. 4, č. 3.

Connell, Raewyn – Msserschmidt, James W. 2005. „Hegemonic masculinity: Rethinking the Concept.“ Pp. 829–859 in *Gender And Society*, r. 25, č. 6.

Coombe, Rosemary J. – Herman, Andrew. 2001. „Culture Wars on the Net: Intellectual Property and Corporate Propriety in Digital Environments.“ Pp. 919-947 in *South Atlantic Quarterly*, r. 100, č. 4.

Coppa, Francesca. 2009. „A Fannish Taxonomy of Hotness.“ Pp. 107–113 in *Cinema Journal*, r. 48, č. 4.

- Crenshaw, Kimberle. 1991. „Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color.“ Pp. 1241–1299 in *Stanford Law Review*, r. 43, č. 6.
- Ellison, Nicole B. 2007. „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.“ Pp. 210–230 in *Journal of Computer-mediated Communication*, r. 13, č. 1.
- Hermes, Joke. 2010. „The ‚Ethnographic Turn‘: The Histories and Politics of the New Audience Research.“ <http://www2.le.ac.uk/projects/oer/oers/media-and-communication/oers/ms7500/mod1unit6/mod1unit6cg.pdf> (28. 12. 2017)
- Horan, Tyler J. 2013. „‘Soft‘ versus ‚hard‘ news on microblogging networks. Semantic analysis of Twitter produsage.“ Pp. 43–60 in *Information, Communication & Society*, r. 16, č. 1.
- Kolářová, Marta. 2008. „Na křižovatkách nerovností: gender, třída a rasa/etnicita.“ Pp. 1–10 in *Gender, rovné příležitosti, výzkum*, r. 8, č. 2.
- Lull, James. 1980. „The Social Uses of Television“. Pp. 197–209 in *Human Communication Research*, r. 6, č. 3.
- McChesney, Robert W. 1996. „Communication for the hell o fit: The triviality of U.S. broadcasting history.“ Pp. 540–552 in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, r. 40, č. 4.
- Petersen, Søren, M. 2008. „Loser generated content. From participation to exploitation.“ In *Frist Monday*, r. 13, č. 3. <http://firstmonday.org/article/view/2141/1948> (10. 12. 2017)
- Postigo, Hector. 2008. „Video Game Appropriation through Modifications: Attitudes Concerning Intellectual Property among Modders and Fans.“ Pp. 59–74 in *Convergence*, r. 14, č. 1.
- Rubin, Alan M. 1988. „A Methodological Examination of Cultivation“. Pp. 107–134 in *Communication Research*, r. 15, č. 2.
- Schröder, Kim Ch. 1994. „Audience Semiotics, Interpretive Communities and the ‚Ethnographic Turn‘ in Media Research.“ Pp. 337–347 in *Media, Culture & Society*, č. 16.
- Švelch, Jan – Kotrbová, Tereza. 2016. „Historizing video game series through fan art discourses.“ In *Transformative Works and Cultures*, č. 22. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/786/708> (17. 10. 2017)

## **POUŽITÉ ZDROJE**

### **Internetové zdroje**

*Archive of Our Own*. 2009. <http://archiveofourown.org/> (20. 5. 2017)

*Facebook*. 2004. <https://www.facebook.com/> (20. 5. 2017)

*FanFiction. Unleash your imagination*. 1998. <https://www.fanfiction.net/> (20. 5. 2017)

*ToastyStats: Fandom statistical analyses*. <http://toastystats.tumblr.com/> (20. 5. 2017)

*Tumblr*. 2006. <https://www.tumblr.com> (20. 5. 2017)

*Twitter*. 2006. <https://twitter.com/> (20. 5. 2017)

### **Digitální zdroje**

*Carmilla*, 3 sezóny (109 epizod). Web seriál, KindaTV, 2014–2016. Dostupné z: [https://www.youtube.com/user/VervegirlMagazine/playlists?view=50&sort=dd&shelf\\_id=25](https://www.youtube.com/user/VervegirlMagazine/playlists?view=50&sort=dd&shelf_id=25) (20. 5. 2017)

*Faking it*, 3 sezóny (38 epizod). TV seriál, DVD disk, MTV, 2014–2016.

*Glee*, 6 sezón (121 epizod). TV seriál, DVD disk, Fox, 2009–2015.

*Rizzoli & Isles*, 7 sezón (105 epizod). TV série, DVD disk, TNT, 2010–2016.

### **Další zmiňované knihy**

*Canterbury Tales/Canterburské povídky*

*Harry Potter*

*Sherlock Holmes*

*Pride and Prejudice/Pýcha a předsudek*

### **Další zmiňované seriály**

*2 broke girls/Socky*

*Agent Carter*

*Agents of S.H.I.E.L.D.*

*Angel*

*Anyone but me*

*Arrow*

*Až po uši*

*Black Lightning*

*Buffy the Vampire Slayer/Buffy, přemožitelka upírů*

*Cagney & Lacey*

*DC's Legends of Tomorrow*

*Firefly*

*Franklin & Bash*  
*Fringe*  
*Girls Just Don't Do That*  
*Grey's Anatomy/Chirurgové*  
*Hand aufs Herz*  
*How I Met Your Mother/Jak jsem poznal Vaši Matku*  
*Chicago PD*  
*Chuck*  
*Jericho*  
*Law & Order: Special Victims Unit/Zákon a pořádek: Útvar pro zvláštní oběti*  
*Los Hombres de Paco*  
*Lost/Ztraceni*  
*Lost Girl*  
*Nicky & Nora: The N & N Files*  
*Once Upon a Time/Bylo nebylo*  
*One Day at a Time*  
*Orange is the New Black*  
*Orphan Black*  
*Pretty Little Liars/Prolhané krásky*  
*Sherlock*  
*Star Trek*  
*Super Fun Night*  
*Supernatural*  
*Supergirl*  
*Transparent*  
*The 100*  
*The Big Bang Theory/Teorie velkého třesku*  
*The Flash*  
*The Glee Project*  
*The Lizzie Bennet Diaries*  
*The L Word/Láska je láska*  
*The ,Other' Love Story*  
*The Vampire Diaries/Upíří Deníky*

*The X Files/Akta X*

*Twin Peaks/Městečko Twin Peaks*

*Unclassified the Series*

*Venice*

*Veronica Mars*

*Wentworth*

*Xena Warrior Princess/Xena*

**Další zmiňované filmy**

*50 Shades of Grey/50 odstínů šedi*

*Atomic Blonde/Atomic Blonde: Bez lítosti*

*But I'm a Cheerleader*

*Bound*

*Carol*

*Desert Heart*

*Freeheld*

*Frozen/Ledové Království*

*Harry Potter*

*Maleficent/Zloba*

*Lord of the Rings/Pán prstenů*

*Star Wars/Hvězdné války*

*The Bodyguard/Osobní strážce*

*Twilight/Stmívání*

*Wonder Woman*

**Zmiňované hudební skupiny**

*One Direction*

## SLOVNÍK POJMŮ

### **Aca-fan**

*Akademický fanoušek, fanoušek, který je zároveň akademikem a zkoumá fanoušky.*

---

### **Antifans/antifanoušci**

*Zvláštní druh fanoušků projevující nevěli až nenávist k určitému mediálnímu textu či jeho paratextům.*

---

### **AR/AU/AT**

*Signalizace pro čtenářstvo konkrétní fanouškovské fikce, že se jedná o alternativní zpracování původní předlohy s tím, že se mění buď realita (**alternative reality** – AR), prostor (**alternative universe** – AU) nebo čas (**alternative time** – AT). S konkrétními hrdiny a hrdinkami se proto lze setkat v jiných profesích, jiném historickém období apod.*

---

### **BNF**

*Big name fan – fanoušek s velkým následováním od jiných fanoušků, např. velmi oblíbený/á a čtený/á autor/ka. Takoví fanoušci mají mnohdy moc určovat, jaké interpretace jsou v rámci daného fandomu či subfandomu dominantní.*

---

### **Canon/Kánon**

*Původní mediální obsah (kniha, film, TV seriál), na nějž navazují jednotlivé fanouškovské práce. Jedná se o příběh, postavy, umístění apod., jakákoli alternativa k původnímu – kanonickému – textu je pak považována za tzv. fánon.*

---

### **Con/y**

*Organizovaná setkání fanoušků s předem zvolenou tematikou. Časté jsou tzv. comic cony, které slouží jako promoční platforma pro seriály a filmy s primárně fantasy a sci-fi tematikou velice často odvozenou od komiksů. Fanoušci mají možnost se setkat s hrdinkami a hrdiny daných mediálních počinů (např. s představiteli seriálových postav jako jsou Supergirl, Flash, Agent Carter apod.)*

---

### **Cosplay**

*Neboli costume play, převlékání se do klasických kostýmů oblíbených postav.*

---

### **Crackfic**

*Příběh parodicky zpracovává události následovaného obsahu.*

---

### **Curtainfic**

*Příběh o postavách, které jsou si velmi blízké a natolik spolu sžité, že spolu buď plánují bydlet, nebo už bydlí a tzv. nakupují závěsy. Většinou popis neheterosexuálního párování.*

---

### **Darkfic**

*Temný příběh, většinou velmi násilný, sexuální a jiné násilí, běžně v něm umírají postavy.*

---

### **Deathfic**

*Příběh, v němž zemře hlavní postava.*

---

## **Drabble**

*Velice krátký fanouškovský příběh, který obsahuje maximálně sto slov.*

---

## **Episode fix**

*Okamžitá reakce na konkrétní epizodu TV seriálu, v níž autorská osobnost přepracuje to, co bylo fanoušky vnímané jako špatné.*

---

## **Fanoušek**

*Osobnost věnující předmětu svého nadšení značnou pozornost a citovou investici, které jsou záměrné a předem promyšlené. Může se jednat o různé mediální artefakty (knihy, filmy, seriály, digitální hry apod.), jednotlivé osobnosti (herečky, zpěvačky apod.), sporty (fotbal, hokej aj.) a mnoho dalších. Na rozdíl od běžných příjemců se fanoušci vyznačují zvýšenou loajalitou k následovanému artefaktu/subjektu, mnohdy také aktivitou či aktivismem. Velká část fanoušků se však také projevovat (kreativně/aktivisticky) nemusí.*

---

## **Fan art (fanouškovské umění)**

*Fan art je zastřešujícím pojmem fanouškovské umělecké činnosti, do níž spadá, jak psaná, kreslená, grafická, tak i audiovizuální a další tvorba. Často se jako zastřešujícího pojmu užívá i fan fiction, ta ale spíše konotuje psanou podobu fanouškovské kreativity, kdežto označení fan art se častěji používá ve spojitosti s kreslenou/obrazovou podobou.*

*Fanouškovské umění je odvozeno od postulatů oficiální kultury (seriálů, filmů, knih, komiksů apod.), jež dále rozvíjí, případně modifikuje a alternuje podle individuálních potřeb.*

---

## **Fandom**

*Množina jedinců následující stejný program, hereckou osobnost, konkrétní médium apod. Člověk se stává součástí fandomu nikoli prostřednictvím kategorií, jako jsou věk, gender, rasa, náboženství atd., ale svou náležitostí ke konkrétnímu mediálnímu počínu/konkrétní osobnosti. (Př. fandom knih Harry Potter, fandom zpěvačky Lady Gaga, fandom herečky Meryl Streep apod.) Různé druhy fandomů – žánrový, zdrojového materiálu, tvůrce či umělce, platformy.*

---

## **Fan fiction (fanouškovská fikce)**

*Viz fan art. Nejčastěji vnímáno jako synonymum psané fanouškovské fikce.*

---

## **Fangirl/fangirling**

*Původně označení pro teenage fanynky, v současnosti slouží jako obecné označení mužů i žen, kteří jsou velmi investovaní a citově zapojení do určitého obsahu. Slovesná podoba pak vystihuje nadšené praktiky radosti. V současnosti se stále častěji objevuje i termín fanboy.*

---

## **Fan Service**

*Plnění přání fanoušků v rámci mediálního obsahu, odpověď na jejich loajalitu, poděkování za přízeň. Odkazy na další díla z oblíbené franšízy (Star Wars, Marvel apod.). Příkladem může být epizoda seriálu Sherlock, v níž se odehrává scéna inspirovaná fanouškovskými interpretacemi (S03E01). V rámci herních studií také tzv. easter eggs.*

---

### **Fan studies (fanouškovská studia)**

Fanouškovská studia úzce souvisí s odbornými oblastmi, jako jsou kulturní studia, mediální studia či teorie publika. Jejich předmětem zájmu je fanoušek či množina fanoušků určité (např. mediálně-kulturní) entity, takzvaný fandom.

Jedná se interdisciplinární výzkumné pole, které se větví především dvěma směry, a to na studium fanoušků samotných a jejich specifik či na studium produktů fanouškovské investice, tedy jejich tvorby.

---

### **Fanon/fánon**

Termín odvozený od slova kánon, tedy původní text. Fánon je rozpracováním kanonických událostí, jakákoli alternace původního textu je považována za fánon.

---

### **Fanpedia/e**

Fanouškovská encyklopedie, v níž lze nalézt zejména pojmy globálního fanspeaku. Dostupné zejména na různých internetových portálech.

---

### **Fanspeak**

Fanspeak je v překladu fanouškovský jazyk, lze jej chápat jako specifický zájmový žargon konkrétních skupin fanoušků (sub/fandomů).

Fanoušci prostřednictvím jazyka vytváří pomyslnou lingvistickou hranici, jak sami mezi sebou, tak mezi sebou a „nefanoušky“. Fanouškovský jazyk hraje ve fan fiction zásadní roli, je přítomen stále, minimálně každý popis příběhů (lze si představit jako novinový perex) jej obsahuje. Skrze určité výrazy fanspeaku dokáže zkušený čtenář okamžitě rozpoznat klíčové informace z hlediska obsahu, zaměření a časoprostoru textu.

Existuje všeobecný, globální fan slang, který se ještě dělí na dilčí, lokální, slangy, jež jsou typické pro konkrétní fandomy.

---

### **Fanzin**

Fanouškovský magazín, jeden z nejstarší artefaktů a důkazů fanouškovské aktivity. Objevuje se i v prostředí subkultur jakožto subkulturní periodikum.

---

### **Femslash**

Výraz femslash je druhem autorských prací samotných fanoušků, fan fiction/fanouškovské fikce. Femslash fan fiction je druhem odvozeným ze sexuální orientace hlavního páru. Váže se ke staršímu výrazu slash označujícímu homoerotické spárování dvou mužů. Femslash znamená párování dvou žen ve vztahu lesbickém. Femslash je ve výsledku (stejně jako ostatní fanouškovské práce) specifické místo, kde se autorky/autoři mohou vymezovat k převážně heteronormativním mediálním obsahům a poukazovat na nedostatky v zobrazování lesbických postav, lesbických příběhů a vztahů, případně na jejich nedokonalosti, nedůvěryhodnost atp. Tyto příběhy bývají odrazem vlastních zkušeností a tužeb autorek/autorů a nápravou či doplněním toho, co doposud nebylo sděleno vůbec nebo bylo sděleno proti přáním (představám) fanoušků.

---

### **Fluff**

Romantický příběh s roztomilými momenty mezi vybraným párem/vybranými páry.

---

### **G!peen**

Příběh, v němž má ženská postava penis.

---



## **Gen**

Vykreslení postav příběhu bez romantického vztahu, vztahy zejm. sourozenecké či přátelské.

---

## **Gift economy/darová ekonomie**

Jedná se o popis procesu směnného systému v rámci fanouškovských skupin, v nichž vznikají vlastní práce fanouškovské kreativity. Jsou vytvářeny zdarma pro ostatní fanoušky a tvoří je aktivnější jedinci fandomů. Je to vztah vyžadující reciproci, aktivní fanoušci očekávají reakce v podobě lajkování, sdílení, komentování apod. od netvůrčích jedinců.

---

## **Headcanon**

V důsledku se jedná o druh fánonu, je to víra či domněnka o příběhu, která se neobjevuje v kánonu, ale je brána za platnou/existující buď konkrétním fanouškem, nebo celým (sub)fandomem. Když je tato domněnka potvrzena samotnými tvůrci, stává se součástí kánonu.

---

## **Het**

Heterosexuální párování v rámci daného příběhu/obsahu.

---

## **Kanonická (fem)slash**

V dnešní (nejen) televizní tvorbě přibývá postav s neheterosexuální orientací. Fanouškovské práce však vznikají i s využitím těchto párů. Podle klasické definice fem/slash tvorby lze práce navázané na kanonické homosexuální postavy nazvat **kanonická (fem)slash**. Příkladem takových dvojic jsou Calie a Arizona (Calzona) či Paige a Emily (Paily) ze seriálu *Pretty little liars*.

---

## **LARP**

Life Action Role Play, jedná se o hraní her založených na zpodobňování konkrétní postavy. V rámci fanouškovství se jedná většinou o sehrávání konkrétních scén z původních obsahů či vymyšlení nových událostí, které by mohli fanoušci v rolích svých oblíbených hrdinů a hrdinek sehrávat.

---

## **Lemon**

Více než přátelská aktivita či explicitní ukázka intimity mužských homosexuálních párů. Lesbický ekvivalent **lime**. Pravděpodobně pochází ze slovního spojení „pressed lemon“, termín označuje nevyoutované neheterosexuálního jedince.

---

## **Lurker/s – lurking**

Označení pro osoby, jež nejsou aktivní v rámci fandomu. Jsou to fanoušci, kteří pouze konzumují výdobytky fanouškovské tvorby jiných, ale sami netvoří, pouze čtou, sledují apod. Pojem má negativní charakter, v překladu by znamenal doslova „načumování“. Ostrakizováno aktivními fanoušky, nesplňuje totiž podmínky tzv. darové ekonomie.

---

## **Mary Sue**

Je označení příběhu, v němž vystupuje perfektní postava, většinou odvážná, krásná, talentovaná. Ta vstupuje do kánonu a vyřeší všechny problémy; hlavní postava příběhu, případně oblíbená postava autora/autorky, se většinou do Mary Sue

zamiluje. *Mary Sue* je zpodobněním samotného autorského subjektu, který se tímto stává součástí příběhu. Mužským ekvivalentem *Mary Sue* je *Marty Sam*.

---

### **Mpreg!**

Příběh, v němž je mužská postava těhotná.

---

### **Newbies**

Nováčky v určitém (sub)fandomu.

---

### **OC**

Original character, označení originální postavy dané autorské osobnosti, která je přiřazena k dalším postavám vypůjčeným z mediálního obsahu.

---

### **OTP**

Zkratka pro one true pairing je označení nejoblíbenější pár konkrétní osoby. Lze se setkat také se zkratkou NOTP, která označuje nejméně oblíbené párování dané fanouškovské osobnosti.

---

### **PWP**

Podobné s pojmem smut. Zkratka porn without a plot (pornografie bez hlubšího příběhu) či plot what plot (totožný význam).

---

### **Queerbaiting**

Lživá komerční strategie tvůrců mediálních sdělení, která naznačuje neheterosexuální romantický vztah. Zůstává vždy pouze u náznaků, nikdy nedochází k realizaci. Strategie se zaměřuje na všechny druhy publik a snaží se „udržet u obrazovek“, jak konzervativní, tak queer friendly publikum.

---

### **Real person fiction (RPF)**

Fanouškovská fikce, která dále nerozpracovává příběhy vypůjčené z oficiálních médií, ale příběhy reálných osob (herců, hereček, zpěvaček, autorek atp.) ve svých fikčních příbězích. Druh RPF je real person slash.

---

### **RPG**

Neboli role playing game(s) je zkratka pro události aktivity, které zahrnují zpodobnění původních postav následovaného obsahu jejich diváky. Fanoušci si tak vybírají postavu, kterou v konkrétní hře sehrávají.

---

### **RPS**

Real person slash, neheterosexuální fikční párování skutečných postav, tedy herců, hereček, zpěváků, zpěvaček apod.

---

### **Round Robin**

Multiautorská psaná tvorba, každý autor dodá část textu a pošle dál, každý může napsat pouze jednu část. Výsledkem je fikce v rámci určitého fandomu.

---

### **Ship(ping)**

Preferované párování konkrétních fanoušků, užíváno zejména v podobě verba shiping. Termín je odvozen ze slova vztah – relationship. Běžné jsou tzv. shiping wars – války párů – jednotliví fanoušci se v nich prou o to, které z jejich oblíbených párování je lepší. Shipping se manifestuje skrze zkratku jmen či příjmení dvou

*párovaných postav (shipping name). Například Spencer a Aria ze seriálu Pretty Little Liars jsou známy pod zkratkou Sparia. Ten, kdo shipping provádí, je nazýván shipper.*

---

### ***Smut***

*Pornografický příběh vyskytující se v podobě bez hlubšího propracování psychologie postav či příběhu, ale i s ním. Může mít podobu dlouhých i krátkých zpracování. V případě dlouhých příběhů může docházet k propracovanosti a pojem označuje výskyt erotických či pornografických scén.*

---

### ***Slash***

*Výraz slash fan fiction (zkráceně slash) odkazuje k příběhům psaným amatérskými autory/autorkami, ve kterých prožívají minimálně dva mužští hrdinové v kanonické předloze se nevyskytující romantický vztah. V současnosti se však může jednat i o příběhy navazující na kanonicky existující gay dvojice.*

---

### ***Subfandom***

*Dílčí část větších fandomů lišících se svými interpretacemi. Velice často neheterosexuální fandomy slash a femslash. Jednotlivé subfandomy se vůči sobě mohou vymezovat, vymezují se také vůči dominantní části fandomů a ty zase k nim.*

---

### ***Stan***

*Synonymum pro značně horlivého až manického fanouška konkrétní slavné osobnosti (např. sportovkyně nebo zpěvačka, herečka aj.)*

---

### ***Squeeing***

*Squeel of excitement – výkřik radosti, radostné výskání. Vnímáno jako běžná aktivita zejména mladších fanoušků a fanynek.*

---

### ***TPTB***

*Je zkratkou pro termín **The Power That Be**, jež je označením původních autorů, tedy autorských osobností zdrojového textu (režiséři, scénáristé, spisovatelé apod.).*

---

### ***Vidders***

*Tvůrci/tvůrkyně fanouškovských videí.*

---

### ***Word of god***

*Interpretace kánonu, kterou potvrzuje někdo z oficiálních tvůrců (scénáristé, režiséři apod.).*

---