

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií

BAKALÁŘSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Fanyňky a fanoušci žánru Boys' Love v České republice a na Slovensku

Fans of Boys' Love genre in the Czech republic and Slovakia

OLOMOUC 2023 Sabina Vítková

vedoucí diplomové práce: Mgr. Halina Zawiszová, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla veškeré použité prameny a literaturu.

V Olomouci, dne 27. června 2024

Podpis

Jméno autorky: Sabina Vítková

Jméno vedoucí práce: Mgr. Halina Zawiszová, Ph.D.

Fakulta a katedra: Filozofická fakulta – Katedra asijských studií

Název práce: Fanyanky a fanoušci žánru Boys' Love v České republice a na Slovensku

Počet stran: 59

Počet znaků (s mezerami): 106310

Počet použité literatury, pramenů, webových zdrojů: 44

Anotace

Tato bakalářská práce se zaměřuje na fanyanky a fanoušky japonského žánru *Boys' Love (BL)* v České republice a na Slovensku. Jejím cílem je pomocí dotazníkového šetření, virtuální etnografie a auto etnografie popsat fanyanky a fanoušky žánru *BL* z České republiky a Slovenska, co je charakterizuje, jaká média spadající do tohoto žánru tyto fanyanky a fanoušci konzumují, jaké praktiky s tímto žánrem související provádějí, jaké jsou jejich motivace pro konzumaci tohoto žánru, a nakonec zda tyto fanyanky a fanoušci tvoří komunitu. Vlastní zjištění budou následně porovnána se závěry výzkumů o fanynkách a fanoušcích *BL* z jiných zemí.

Klíčová slova: *Boys' Love*, *BL*, fanouškovská studia, fanoušek, *fudžoši*, *fudanši*, *jaoi*, *šónen ai*

Poděkování

Především bych ráda poděkovala vedoucí této práce Mgr. Halině Zawiszové, Ph.D. za čas, který mi při konzultacích věnovala, a také za její trpělivost, cenné rady a podporu. Dále bych ráda poděkovala své rodině, která mě během studia ve všech směrech podporovala, a nakonec mým přátelům, kteří mi byli při psaní této práce oporou.

Obsah

Seznam obrázků	6
Ediční poznámka	7
Úvod	8
1. Žánr Boys' Love	10
1.1 Základní charakteristika	10
1.2 Historie	11
1.3 Média spadající do žánru BL	13
2. Fanouškovství.....	16
2.1 Fanoušek, fandom, fanouškovská komunita	16
2.2 Fanyanky a fanoušci žánru <i>BL</i>	17
3. Metoda výzkumu a data	22
4. Konzumace médií a související praktiky	27
4.1 Způsoby seznámení s žánrem <i>BL</i>	27
4.2 Média.....	29
4.3 Způsoby konzumace.....	30
4.3.1 Pirátské stránky a oficiální zdroje	32
5. Fanouškovská tvorba a aktivita	38
5.1 Merch	40
5.2 Akce	42
6. Motivace.....	44
Závěr.....	49
Resumé	52
Bibliografie.....	53
Seznam příloh.....	59
Příloha 1.: Otázky dotazníku Fanoušci a fanyanky žánru <i>BL</i> v České republice a na Slovensku	60

Seznam obrázků

Obrázek 1- Věkové zastoupení respondentů	24
Obrázek 2 - Míra fanouškovství respondentů.....	24
Obrázek 3 - Délka zájmu respondentů o žánr BL.....	25
Obrázek 4 - Média konzumovaná respondenty	29
Obrázek 5 - Jazyky, ve kterých respondenti nejčastěji konzumují média.....	30
Obrázek 6 - Databáze komiksů manga na pirátské zahraniční stránce A	33
Obrázek 7 a Obrázek 8 - Vyhledávání komiksů manga na pirátské zahraniční stránce B.....	34
Obrázek 9 - Český fanouškovský překlad komiksu Hitoridžime mai hীরó (ひとりじめマイ ヒール, „Můj vlastní hrdina“, 2012) z české pirátské stránky C	37
Obrázek 11 - Aktivita fanynek a fanoušků na sociálních sítích.....	39
Obrázek 10 - Frekvence nákupu zboží merch	41
Obrázek 12 - Motivace respondentů ke konzumaci žánru BL	44
Obrázek 13 - Frekvence konzumace děl obsahujících explicitní sexuální scény	45

Ediční poznámka

Tato práce využívá české transkripce pro přepis japonských slov. Výjimkou jsou japonská jména anglicky publikující autorů, která jsou zachována v původní anglické transkripci. Jména jsou uvedena v japonském pořadí, tedy v pořadí příjmení a jméno. Všechny překlady japonských titulů, které jsou v této práci zmíněny, jsou doplněny o jejich originální znění a český překlad, který není oficiální, ale můj vlastní.

Úvod

Žánr zvaný *Boys' Love* (ボーイズラブ, „chlapecká láska“, *BL*), *jaoi* či *šónen ai* je žánr japonských populárních médií, který se zaměřuje na romantický vztah mezi dvěma, nebo i více, muži. Tato díla jsou tvořena převážně ženami pro ženy. Žánr *BL* znikl v Japonsku v 70. letech 20. století a od té doby nabývá na popularitě nejen v Japonsku, ale také po celém světě. Sama ho konzumuji již přibližně 10 let. Hlavně v posledních letech si všímám jeho rostoucí popularity na Západě i u nás v České republice a na Slovensku v souvislosti se stále rostoucí popularitou japonské populární kultury jako takové. Najdeme v jeho rámci různá média, jako jsou anime, manga, drama, videohry a další. Tento žánr oslovuje široké spektrum fanoušků od mladých dívek až po dospělé ženy. Taktéž muži o tento žánr projevují zájem.

Fanoušci a fanyanky žánru *BL* jsou různí, někteří svá oblíbená média pasivně konzumují, zatímco jiní se aktivně zapojují do komunity, sdílejí své oblíbené příběhy, vytvářejí vlastní fanouškovská díla a přispívají k šíření tohoto žánru. Také se účastní diskuzí s ostatními fanynkami a fanoušky online nebo na různých setkání. V této práci se pokusím přiblížit, kdo jsou tyto fanyanky a fanoušci, co je charakterizuje, a co přesně je na tomto žánru přitahuje a motivuje je k jeho konzumaci.

Cílem této práce je popsat fanyanky a fanoušky žánru *BL* z České republiky a Slovenska, co je charakterizuje, jaká média spadající do tohoto žánru fanyanky a fanoušci konzumují, jaké praktiky s tímto žánrem související provádějí, jaké jsou jejich motivace pro konzumaci tohoto žánru, a nakonec zda tyto fanyanky a fanoušci tvoří nějakou komunitu. Vlastní zjištění budou následně porovnána se závěry jiných existujících výzkumů o fanynkách a fanoušcích *BL*.

Tato práce je rozdělena do šesti hlavních kapitol. První kapitola se zabývá teoretickým zasazením žánru *BL* do kontextu japonských populárních médií, jeho charakteristikou a historií. V druhé kapitole se pokusím nastínit, co je to fanoušek a fanouškovská komunita. Dále popíšu fanyanky a fanoušky žánru *BL* z různých zemí a nahlédnu i do jejich motivací pro konzumaci tohoto žánru. Třetí kapitola je věnována metodologii výzkumu, kde popisují použité techniky sběru dat a analytické postupy a popíšu zde i základní demografii respondentů, kteří se účastnili mého výzkumu. Ve čtvrté kapitole na základě mého výzkumu rozeberu způsoby konzumace médií žánru *BL* a s tím související praktiky u nás v České republice a na Slovensku. Pátá kapitola se věnuje fanouškovské tvorbě a různým aktivitám, které fanyanky a fanoušci u nás provozují. V šesté kapitole se budu zabývat motivacemi českých a slovenských fanynek a fanoušků žánru *BL*, které je přivádí ke konzumaci tohoto

žánru a zároveň je porovnám s motivacemi fanynek a fanoušků z jiných zemí. V závěru práce shrnu výsledky mého výzkumu.

1. Žánr Boys' Love

V této kapitole se budu v samostatných podkapitolách věnovat základní charakteristice japonského žánru *Boys' Love*, jeho historii, názvům, kterými se označuje, a také médiím, která jsou jeho součástí.

1.1 Základní charakteristika

Žánr *Boys' Love* (dále jako *BL*) zachycuje homosexuální lásku mezi dvěma muži, přičemž díla, která do něj spadají, jsou typicky tvořena ženami pro heterosexuálně orientované ženy (např. McLelland et al. 2015; Levi et al. 2010; Wood 2006; Mizoguchi 2003 ad.). Tento žánr je charakterizován dvěma hlavními mužskými postavami *seme* (攻め) a *uke* (受け) a jejich romantickým nebo sexuálním vztahem. Slovo *seme* pochází z japonského slovesa *semeru* (攻める, „zaútočit“) a *uke* ze slovesa *ukeru* (受ける, „přijmout“). Tyto termíny původně pocházejí z oblasti bojových umění a v rámci žánru *BL* označují role při pohlavním styku hlavních postav, kdy *seme* je ten aktivní, který penetruje neboli „útočí“, a *uke* je ten pasivní, který je penetrován neboli „přijímá útok“¹. Co se týče dynamiky mezi postavami, *seme* většinou (i když ne vždy) bývá stereotypně ten dominantní partner s více maskulinními rysy, zatímco *uke* bývá submisivní s femininními rysy.

I když jsou tyto role nedílnou součástí žánru a bez nich by se těžko dal označit jako žánr *BL*, ne vždy se v dílech vyskytují explicitní scény, podle kterých by se dalo jasně určit, která z dvou hlavních postav zaujímá kterou roli. Někdy je tedy na konzumentech, aby si domysleli role postav. Někteří fanoušci dokonce preferují, když jsou role hlavních postav vágní a mohou nad tím polemizovat. Občas se v rámci komiksů manga žánru *BL* můžeme setkat se slangovým pojmem *seke*, který je kombinací slov *seme* a *uke* a znamená, že se hlavní postavy v pozicích střídají. To však není v rámci tohoto žánru příliš běžné.

Média spadající do tohoto žánru jsou v dnešní době již velmi rozmanitá. Můžeme v něm najít novely, komiksy manga, seriály anime, televizní dramata, videohry, a kromě toho také různou fanouškovskou tvorbu *dódžinši* (同人誌). Pod tímto žánrem také můžeme najít širokou škálu subžánrů.

¹ Občas se můžou v některých dílech objevit termíny *neko* (ネコ) a *tači* (タチ) ve významu *uke* a *seme*. Tyto termíny se používají v homosexuálních vztazích mezi dvěma muži v reálném životě mimo žánr *BL*. Můžeme na ně narazit např. v manze *Yarichin Bitch Club* (ヤリチン☆ビッチ部, „Klub děvek a sukničkářů“, 2012).

1.2 Historie

Historie žánru *BL* je poměrně krátká a sahá přibližně 50 let do minulosti. V této podkapitole zmíním pouze důležité milníky ve vývoji tohoto žánru, přičemž využiji rozdělení historie žánru *BL* do tří etap, které ve své práci představuje Mizoguchi (2003).

První etapou jsou roky 1961 až 1978 (Mizoguchi 2003, s. 52). Průkopnicí je, i přes její nesouhlas (Hartley 2015, s. 24), často označována autorka Mori Mari, dcera významného japonského autora Moriho Ógaie. Její román *Koibitotači no mori* (恋人たちの森, „Les milenců“), který byl vydán v roce 1961, bývá označován jako první dílo tohoto žánru, jelikož obsahoval motivy, které se v dalších dílech stále opakovaly. Mezi opakující se motivy patřily: krásní mladí muži, děj, který se odehrává v Evropě (většinou na internátní škole) a zápletka, která končí tragickou smrtí jednoho nebo obou protagonistů (Mizoguchi 2003, s. 52). Tato etapa je spíše prehistorií žánru *BL* (Welker 2015, s. 45).

V 70. letech 90. století můžeme pozorovat rozmach komiksů *šódžo manga* (少女漫画, „komiksy pro dívky“), do níž žánr *BL* spadal jako subžánr. Tato díla vyobrazovala „ideální“ vztah a lásku či velmi blízké přátelství mezi dvěma androgynními, krásnými mladými protagonisty, kteří pro dívky měli představovat idealizovaný obraz sebe sama (Mizoguchi 2003, s. 53). Dále často obsahovala výše zmíněné opakující se motivy a děj se často odehrával spíše v idealizované minulosti než přítomnosti (Welker 2015, s. 51). V té době se díla označovala jako *šónen ai* (少年愛, „chlapecká láska“) či *bišónen manga* (美少年漫画, „komiksy o krásných mladých mužích“).

Jako další etapu Mizoguchi (2003, s. 54) vymezuje období od roku 1978 do roku 1991, kdy se objevují amatérské fanziny (japonsky označované jako *dódžinši*), tj. samostatně vydávané amatérské publikace fanoušků. Amatérští autoři tímto získali platformu, skrze kterou mohli publikovat svá díla. Prvním časopisem, ve kterém se zveřejňovala čistě tato díla, byl časopis *June*, který začal vycházet v roce 1978 (tamtéž). Díla publikovaná prostřednictvím tohoto časopisu měla společné rysy jako např. typický děj, kde se objevuje „mladý a pohledný pár, jejichž vztah začíná romanticky, ale končí tragédií“ (Yue Liu 2021, s. 2574) a ve kterých byl zobrazen „projev dekadentního půvabu mužského eroticismu“ (Pagliassotti, Nagaike a McHarry 2013, s. 2), což vedlo ke vzniku dalších názvů pro tento druh děl, jako *tanbi mono* (耽美物, „estetické věci/příběhy“) či *June mono* (ジュネ物, „příběhy ve stylu June“) (Yue Liu 2021, s. 2574). Právě *June mono* nastavilo v příbězích stereotypní role *seme* a *uke* (tamtéž). Dále se v těchto dílech často objevoval motiv lásky, která v jednom z protagonistů hojí jeho opuštěné vnitřní dítě (Mizoguchi 2003, s. 55). V tomto časopise byla publikovaná

pouze díla ve stylu June, která byla umírněná, co se týče sexuální stránky, a proto se mnoho autorů necítilo motivováno do něj přispívat (tamtéž).

V roce 1979 byl ve speciálním vydání fanouškovského magazínu *Rappori* (らっぽりやおい特集号, „Rappori: Speciální vydání *jaoi*“) poprvé použit název *jaoi* (やおい) (Ishikawa 2016, s. 30-31), který vznikl zkrácením japonských slov *jama naši*, *oči naši*, *imi naši* (山なし、落ちなし、意味なし), což v překladu znamená „žádné vyvrcholení, žádný děj, žádný význam“ (Yue Liu 2021, s. 2573). V té době termín *jaoi* vyjadřoval sebe podcenění a označovala se jím především nekomerční fanouškovská díla *dódžinši*, a to jak samotnými autory, tak i čtenáři těchto děl (tamtéž). Jako název pro tento žánr se termín *jaoi* začal používat až na konci 80. let, kdy byla popularita fanouškovských děl *dódžinši* na svém vrcholu (Ishikawa 2016, s. 31).

Poslední etapa podle Mizoguchi (2003) započala v roce 1991 a podle Liu (2021, s. 2574) trvá dodnes. V 90. letech se tento žánr stal populární, začal se ve velké míře šířit v rámci Japonska díky shromáždění autorů *dódžinši* zvaného Comiket a stal se komerčním (Malone 2010, s. 23). Na začátku 90. let byl jako označení žánru v komerční sféře poprvé použit název *Boys' Love* (ボーイズラブ) (McLelland a Welker 2015, s. 5). Na konci 90. let se rozšířil také v rámci východní Asie a později i na Západě, kde má v současnosti širokou a solidní fanouškovskou základnu. Lze také říct, že v posledních letech se žánr *BL* stal mainstream.

Z různých názvů, kterými byl tento žánr po dobu své historie označován, se mezi fanynkami a fanoušky ustálily názvy: *jaoi*, *Boys' love*, často jen zkráceně iniciály *BL* (ビーエル), a *šónen ai*. Název *jaoi* je občas stále vnímán jako negativní i když se s postupem času odchýlil od předešlého významu a spíše, než na sexuální stránku se díla do něj spadající začala soustřeďovat více na romantický vztah a emoce (Yue Liu 2021, s. 2573). Hlavně fanoušci mimo Japonsko v dnešní době ve velké míře používají názvy *jaoi* a *šónen ai*. *Jaoi* používají k označení explicitních děl, která obsahují sexuální scény a *šónen ai* používají k označení děl, která tyto scény neobsahují vůbec nebo se v nich objevují jen jejich implikace (Malone 2010, s. 60). Pravděpodobně tomu tak je především vlivem pirátských stránek pro distribuci médií žánru *BL*, které používají tagy a kategorizace, kde tato díla takto rozdělují. V Japonsku se naopak název *šónen ai* skoro vůbec nepoužívá. Je totiž stejný jako označení pro pederastie, tedy homosexuálního vztahu mezi dospělým mužem a chlapcem, a nese pedofilní či efebofilní konotace (McLelland a Welker 2015, s. 5). Místo toho se v Japonsku mezi fanoušky i v komerční sféře od 90. let 20. století používá pouze jeho anglický ekvivalent *Boys' love /BL*, který tyto konotace nenesí a pod nímž tento žánr můžeme najít v japonských obchodech

(tamtéž). Tento název lze vnímat jako univerzální pojem označující díla napříč všemi médii žánru *BL*, a to jak komerční, tak nekomerční.

1.3 Média spadající do žánru *BL*

Žánr *BL* je poměrně rozmanitý a zahrnuje různé formy médií. Níže je stručně představím a popíšu.

V rámci tohoto žánru můžeme najít romány či novely, v japonštině *šósecu* (小説). Velmi běžná pro tento žánr je konkrétně *raitto noberu* (ライトノベル, „lehký román“), což je druh novel, které využívají ilustrací a jsou především určené pro žáky středních škol v rámci japonského systému školství čili pro děti a mladistvé ve věku zhruba 12 až 18 let (např. Sugimoto 2019). Populárními romány v rámci žánru *BL* jsou například *Ai no kusabi* (間の楔, „Klín“, 1987) nebo *Ucukušii kare* (美しい彼, „Krásný muž“, 2014) atp.

Dále je nedílnou součástí tohoto žánru manga (漫画), což je japonský styl komiksu, typicky většinou v černobílé barvě a čte se zprava doleva. V tomto formátu můžeme najít širokou škálu žánrů od romantiky až po sci-fi, horor nebo sportovní náměty atp. Tyto komiksy jsou rozděleny také podle věkových kategorií: *šónen* (pro mladé chlapce), *šódžo* (pro mladé dívky), *seinen* (pro muže) a *džosei* (pro ženy). Japonské komiksy manga jsou velmi populární po celém světě (např. Johnson-Woods 2010). Mezi známé komiksy manga žánru *BL* patří například *Gravitation* (グラヴィテーション, „Přitažlivost“ 1996), *Raburesu* (ラブレス, „Bez lásky“, 2002), *Faindá šírizu* (ファインダーシリーズ, „Hledáček, série“ 2007), *Ten kaunto* (テンカウント, „Deset bodů“, 2013) atp.

V 80. letech 20. století se žánr *BL* rozšířil do animované podoby. Anime (アニメ) z japonského slova *animéšon* (アニメーション), převzatého z anglického *animation* („animace“), je japonská animovaná tvorba. Tato animovaná tvorba je pro Japonsko specifická a liší se od té západní (např. Drazen 2014; Yusof et al. 2023 ad.). Své diváky přitahuje svou vizuální estetikou a často odráží aspekty japonské kultury (Yusof et al. 2023, s. 493). V rámci jiných žánrů můžeme pozorovat, že mnoho anime využívá tzv. *fujoshi bait* (doslova „návnada na *fudžoši*“), tedy obsah navržený tak, aby přilákal fanynky žánru *BL* (Stark 2020, s. 3). Například se v anime tohoto typu objevují romantické momenty mezi dvěma mužskými postavami, často bez žádné konkrétní souvislosti s dějem. Nebo je mezi těmito mužskými postavami velmi silné přátelství a zároveň je zde absence ženského milostného zájmu hlavní mužské postavy či celková absence ženských postav. Absencí ženských postav a silným přátelstvím mezi dvěma mužskými postavami jsou známé anime a

komiksy manga, které se věnují sportovním tématům, ale můžeme si *fujoshi bait* všimnout napříč ostatními žánry a médii mimo žánr *BL* (Stark 2020, s 2). Populárními anime v rámci žánru *BL* jsou např. série *Džundžó romančika* (純情ロマンチカ, „Čistá romantika“, 2008), *Sekaiči hacukoi* (世界一初恋, „Největší první láska na světě“, 2011) nebo novější série *Givun* (ギヴン, „Dáno“, 2019).

Dalším médiem je *dorama* (ドラマ, dále jako „drama“), což je termín, kterým označujeme hrané televizní seriály. Drama žánru *BL* se dají označit jako „nejsilnější forma obsahu queer“²(Shimauchi 2024, s. 2), jelikož hrané seriály jsou z *BL* médií ty, které jsou nejbližší realitě, vzhledem k tomu, že role hrají opravdoví lidé. Populárními drama sériemi jsou např. *Ossanzu rabu* (おっさんずラブ, „Láska starého muže“, 2016), nebo série *Sandžú sai made dótei da to mahócukai ni narerurašii* (30歳まで童貞だと魔法使いになれるらしい, „Zdá se, že když zůstaneš panicem do 30 let, staneš se kouzelníkem“, 2020). Jsou zde také hrané filmy, například *Takumi kun širizu* (タクミくんシリーズ, „Série Takumi kun“, 2007).

Dále je nedílnou součástí tohoto žánru manga (漫画), což je japonský styl komiksu, typicky většinou v černobílé barvě a čte se zprava doleva. V tomto formátu můžeme najít širokou škálu žánrů od romantiky až po sci-fi, horor nebo sportovní náměty atp. Tyto komiksy jsou rozděleny také podle věkových kategorií: *šónen* (pro mladé chlapce), *šódžo* (pro mladé dívky), *seinen* (pro muže) a *džosei* (pro ženy). Japonské komiksy manga jsou velmi populární po celém světě (např. Johnson-Woods 2010). Mezi známé komiksy manga žánru *BL* patří například *Gravitation* (グラヴィテーション, „Přitažlivost“ 1996), *Raburesu* (ラブレス, „Bez lásky“, 2002), *Faindá širizu* (ファインダーシリーズ, „Hledáček, série“ 2007), *Ten kaunto* (テンカウント, „Deset bodů“, 2013) atp.

Obzvláště fanouškovská tvorba *dódžinši* je nedílnou součástí žánru *BL*. Jak už bylo zmíněno v předchozí kapitole o historii, fanouškovská tvorba je zakládajícím kamenem pro tento žánr. V rámci fanzinů *dódžinši* existuje různá tvorba. Často s *dódžinši* bývají spojené komiksy manga, ale najdeme zde i webové komiksy, videohry anime a jiná nekomerční díla (McLelland a Welker 2015, s. 4). „*Dódžinši* jsou vytvářeny a distribuovány malými kruhy „sakuru“ (サークル) *dódžin* (同人), tedy jednotlivců se stejnými zájmy“ (tamtéž). Můžou

² Zastřešující pojem označující osoby, které nejsou heterosexuální, nebo jejichž pohlaví neodpovídá jejich genderové identitě.

obsahovat jak originální příběhy s propůjčenými postavami, tak i přepracované verze originálních příběhů a umožňují fanouškům sdílet své vlastní interpretace a příběhy.

Videohry v rámci žánru *BL* jsou často ve formátu vizuálních novel, kde hráči dělají rozhodnutí, která ovlivňují příběh a vztahy (Glasspool, 2013). Mezi populární hry spadající do žánru *BL* patří *Doramačikaru mádá* (ドラマティカルマダー, „Dramatická vražda“, 2012) a *Togainu no či* (咎狗の血, „Krev odsouzeného psa“, 2005), obě vyvinuté společností Nitro+CHiRAL.

Existují zde i takzvané „drama CD“, nebo také „audio drama“, které poskytují zvukový zážitek příběhu. Důležitou roli zde hrají dabéři seijú (声優, doslova „hlasoví herci“), kteří „dávají postavám život“. Často mají jako podklad originální novely nebo komiksy manga (Suzuki 2015, s. 94).

2. Fanouškovství

V této kapitole se v první řadě pokusím definovat, co to je fanoušek, fandom a fanouškovská komunita. Dále se zde budu zabývat konkrétně fanoušky žánru *BL*, jejich motivací ke konzumaci tohoto žánru a praktikami, které vykonávají.

2.1 Fanoušek, fandom, fanouškovská komunita

Dá se říci, že definovat fanouška či fanouškovskou komunitu může být náročné. Existuje široká škála přístupů k tomu, co definuje fanouška, a to také v závislosti na jeho typu (sportovní, mediální, herní, politický atp.). Obecně však bývá fanoušek definován jako osoba, která projevuje silný zájem či náklonnost k určitému subjektu. Někteří výzkumníci v rámci fanouškovských studií vnímají jako fanouška i pasivního jedince, který si z daného média nebo objektu bere nějaký emocionální užitek a pasivně sleduje dění ve fanouškovských komunitách, na stránkách či v diskuzích na sociálních sítích atd.; jiní zase jako fanouška vnímají aktivního jedince, který se angažuje ve fanouškovské komunitě a něčím do ní přispívá, produkuje svou vlastní tvorbu spojenou se svým objektem zájmu, a tedy není pouhým konzumentem (Click a Scott 2018, s. 2).

Podle teorie participativní kultury Jenkinse (1992, s. 210) fanoušci nejsou jen pasivními konzumenty či pozorovateli, ale aktivními tvůrci a distributory obsahu. Zabývá se tedy jen aktivními jedinci, kteří produkují nějakou kreativní tvorbu a neustále se vrací ke svému předmětu zájmu, kterým je podle Jenkinse (1992) např. televizní show, kniha či film atd. Konkrétně u komunit fanoušků *BL* považují fanouškovskou aktivitu za důležitou, ale nepovažují ji za nutný aspekt fanouškovství jako takového, proto se přikláním k definici Sandvosse (2005, s. 8), který definuje fanouškovství jako „pravidelnou a emocionálně zaujatou konzumaci populárního příběhu nebo textu“. Za fanouška tedy považují ve své práci někoho, kdo projevuje stálý zájem či vášně k žánru *BL* bez ohledu na to, jestli tyto kreativní aktivity spojené se svým objektem zájmu vykonává.

Množinu fanoušků, kteří mají nějaký konkrétní společný zájem (celebrita, filmové nebo knižní série, hudební žánr, sportovní klub atd.) označujeme jako fandom (Jansová 2018, s. 31). Podobně bývá ve fanouškovských studiích výzkumníky jako jsou Sandvoss (2005), Hills (2013) nebo Jenkins (2019) chápána také „fanouškovská komunita“, kterou popisují jako skupinu lidí se společnými zájmy.

Konkrétně fanouškovskou komunitu okolo žánru *BL*, stejně jako Galbraith (2011, s. 211), vnímám jako „skupinu fanoušků, kteří konzumují média žánru *BL*, produkují svou vlastní

tvorbu nebo reprodukuje fiktivní romantické narativy inspirované japonskými médii jako jsou komiksy manga, anime atd., a to nejen pro svůj osobní požitek, ale také za účelem jejich sdílení a následné diskuzi s ostatními fanoušky.“

2.2 Fanyinky a fanoušci žánru *BL*

Fanyinky a fanoušci žánru *BL* se označují jako *fudžoši* (腐女子, doslova „zkažená dívka/žena“) a *fudanši* (腐男子, doslova „zkažený chlapec/muž“). Termín *fudžoši* byl poprvé použit na přelomu 20. a 21. století a stejně jako *jaoi* byl zpočátku sebe podceňujícím termínem, kterým se označovaly samotné fanyinky *jaoi* (Suzuki 2013). Tento termín vznikl ze slova *fudžoši* (腐女子, „žena“), ve kterém byl první znak *fu* 婦 zaměněn za znak *fu* 腐 s významem „zkažený“, což byla narážka na to, že fanyinky *jaoi* mají „zkažené myšlenky“. Původně se tak označovaly dívky a ženy, které četly/viděly věci „stylem *jaoi*“, tj. nacházely romantické vztahy mezi dvěma muži tam, kde takovéto vztahy v rámci daného příběhu nebyly nebo neměly být (tamtéž). Stejně jako *jaoi* se termín *fudžoši* postupem času zbavoval své negativní konotace a začal se používat jako neutrální označení fanynek žánru *BL*, avšak pro některé stále jisté negativní konotace může nést. Není přesně jasné kdy, ale v návaznosti vzniklo v rámci médií pro mužské protějšky ve stejném významu označení *fudanši*.

Fudžoši jsou považovány za ekvivalent mužského fanouška *otaku* (おたく) (McLelland a Welker 2015, s. 14). *Otaku*, podobně jako fanouška obecně, je složité definovat. Obecně se tak označuje fanoušek médií a žánrů japonské populární kultury, většinou komiksů manga, anime, her atp. Typické pro fanoušky i fanyinky *otaku* je, že se „sdržují a navzájem komunikují jak online, tak osobně, přes online komunikační platformy a na shromážděních. Tvoří obsah jako „fan art“ neboli „fanouškovské umění“, fanouškovské webové stránky, fanfikce³, *dódžinši*, videa nebo provozují *kosupure* (コスプレ, doslova „kostýmová hra“, dále jako cosplay) atd. *Otaku* mohou sbírat a distribuovat informace a předměty související s jejich zájmy, a často vytvářejí významný vliv, který má schopnost ovlivnit samotný průmysl, jenž tento původní obsah produkuje“ (Booth 2018), což se převážně shoduje s již zmíněnými aktivitami, které považuje Galbraith (2011) jako nedílnou součást fanouškovské komunity okolo žánru *BL*. Podobně také podle výsledků studie od Rahmawati et al. (2020, s. 449-450) je pro fanyinky žánru *BL*, tedy *fudžoši*, typické, že sbírají merch⁴, produkuje svou

³ Fan-fiction, dále jen fanfikce, jsou fanouškovská literární díla založena na již existujících dílech.

⁴ Zboží určeno pro fanoušky.

vlastní tvorbu (fan fikce, fan art⁵, cosplay atp.), diskutují spolu a organizují události spojené s žánrem *BL*. Studie tohoto typu však bohužel často vynechávají jejich mužské protějšky *fudanši*. Jelikož jsou ale *fudžoši* a *fudanši* stejným typem fanouška se stejným objektem zájmu, se dá říct, že je toto relevantní i pro fanoušky *fudanši*.

Nejsou zde statistiky, které přesně ukazují, kolik žen a mužů konzumuje žánr *BL*, ale jak už bylo zmíněno, převážně ho konzumují ženy. Žánr konzumují i muži, a to jak v Japonsku, tak i na celém světě (např. Nagaike 2019; McLelland et al. 2015, Galbraith 2011 ad.). Věkové rozmezí fanynek a fanoušků z celého světa také není přesně známo. Podle Saito (2018) je většina japonských fanynek ženami ve věku 15 až 35 let. Např. podle dotazníku z roku 2012 většinu fanynek a fanoušků z Číny tvořili lidé ve věku 16 až 22 let (Zsila et al. 2018). Podle Madill a Zhao (2021) čínští respondenti jejich dotazníku byli lidmi ve věku 12 až 37 let, zatímco respondenti z anglicky mluvících zemí byli lidmi ve věku 11 až 70 let. Dalo by se tedy říct, že fanouškovská základna žánru *BL* je v průměru převážně mladá.

Sexuální orientace fanynek a fanoušků *BL* je různorodá. Ačkoli *BL* cílí hlavně na mladé, heterosexuální ženy, studie ukazují, že fanyanky a fanoušci se identifikují různými genderovými identitami a sexuálními orientacemi. Bisexuální a homosexuální ženy tvoří značnou část fanynek (Zsila et al. 2018). Fanoušci se často identifikují jako heterosexuálové, ale existuje řada dotazníků, kde se mnoho fanoušků identifikuje jako homosexuálové, bisexuálové nebo asexuálové (McLelland a Welker 2015, s. 14). Shimauchi (2024, s. 2) také uvádí, že je mezi konzumenty mnoho lidí s různými genderovými identitami a sexuálními orientacemi. A to „včetně těch, kteří se navenek identifikují jako ženy, které jsou považovány za hlavní publikum žánru *BL*, ale vnitřně se identifikují jako „queer“ (např. aromatičtí, asexuální nebo pansexuální jedinci)“ (tamtéž). I když se tedy obecně předpokládá, že fanyanky a fanoušci žánru *BL*, tedy *fudžoši* a *fudanši*, jsou heterosexuálními jedinci, jejich fanouškovství není ze své podstaty vázáno na jejich sexuální orientaci (Nagaike 2019, s. 82). Jinými slovy, být *fudžoši* nebo *fudanši* je spíše o jejich zájmu o obsah *BL* než o odrazu jejich vlastní sexuální identity.

Dále se zaměřím na motivace fanynek a fanoušků okolo žánru *BL*. Otázka, proč fanyanky a fanoušci konzumují *BL*, se částečně dá obecně zodpovědět teorií o tom, proč je vlastně pro lidi atraktivní fikce jako taková v tom nejširším smyslu. „Zapojení do fiktivních, imaginárních světů se zdá být mezikulturně univerzálním, druhově typickým fenoménem“ (Tooby a Cosmides 2001, s. 8). Dále Tooby a Cosmides (2001, s. 8.) uvádí, že „zapojení se do fikce se

⁵ Umění vytvářené fanoušky související s jejich předmětem zájmu.

zdá být vnitřně odměňující činností bez zjevného utilitárního přínosu“, čili i když to lidem nepřináší žádný praktický užitek, z nějakého důvodu tráví čas ve fiktivním světě. Jednou možnou teorií je následující: to, že si člověk užívá fikci, není přímý produkt evoluce, ale jakýsi nefunkční vedlejší produkt psychologických adaptací, které byly navrženy přírodní selekcí (přežitím nejzdatnějšího) k plnění jiných funkcí (Tooby a Cosmides 2001, s. 10). To znamená, že konzumace fikce není něco, co jsme navrženi dělat, ale něco, k čemu jsme náchylní, stejně jako např. k drogám (tamtéž). Místo nějaké specifické užitkové funkce tedy spíše přináší čistě jen potěšení (tamtéž). Dále je faktorem souvisejícím s konzumací fikce také oproštění se od reality, které je běžnou motivací pro konzumaci médií obecně. Myšlenka, že jedinci používají média k úniku od povinností, omezení a frustrací každodenního života, je dlouhodobě považována jako zásadní pro zkušenost konzumentů (např. Cova et al. 2018, Pearlin 1959 ad.). Otázkou tedy spíše je, proč fanoušci konzumují zrovna *BL* a čím přesně je pro ně tento žánr atraktivní. Dále v této části budu převážně vycházet z výsledků dotazníkových šetření výzkumníků Pagliassotti (2008), a Zsila et al. (2018) o motivacích konzumentů žánru *BL*. Tito výzkumníci však podotýkají, že je potřeba vykonat další extenzivní studie o těchto motivacích, jelikož o nich dosud nebyl proveden žádný spolehlivý empirický výzkum.

Prostřednictvím dotazníkového šetření provedeného (Pagliassotti 2008; 2017: cit. v Zsila et al. 2018, s. 3) bylo zjištěno deset různých možných faktorů motivujících anglofonní fanoušky žánru *BL* mimo Japonsko ke sledování tohoto typu obsahu.

Prvním faktorem je čistá láska bez ohledu na gender, kterou jako důležitým označuje také studie od Shimauchi (2024, s. 7). Druhým faktorem je pozitivita vůči homosexualitě / zakázaná láska, která se dá chápat jako láska překračující meze, jelikož je homosexualita ve společnosti často stále vnímána jako něco, co je tabu (Pagliassotti 2008; 2017: cit. v Zsila et al. 2018, s. 3). To může přitahovat konzumenty tím, že se v těchto příbězích prozkoumávají hranice toho, co je tradičně přijatelné. Třetím faktorem je identifikace / analýza sama sebe, přičemž konzumenti v postavách vidí sami sebe, identifikují se s nimi, a to jim pomáhá rozeznat svoje emoce a lépe pochopit svou vlastní identitu (tamtéž). Tyto příběhy pro konzumenty mohou sloužit jako nástroj, který jim umožňuje zpracovat své pocity a osobní výzvy prostřednictvím zážitků postav. Čtvrtým faktorem je melodramatická / emocionální stránka příběhu, která v konzumentech vyvolává silné emoce. Pátým faktorem je nechuť ke standartním heterosexuálním narativům, ze kterých jsou konzumenti znudění a hledají něco jiného, nekonvenčního, což nacházejí právě v těchto příbězích v rámci žánru *BL*. Pátým faktorem je narativ orientovaný na ženy v souvislosti s erotickou stránkou, který zohledňuje

preferance žen, vzhledem k tomu, že jsou ženy hlavními konzumenty tohoto žánru (tamtéž). Souvisí s tím to, že „zatímco v pornografii určené pro muže je žena prožívající sexuální potěšení zobrazena pouze zblízka, tělo muže, tedy aktivního penetrujícího partnera, kromě jeho pohlavního orgánu zmizí. V komiksu manga žánru *BL* jsou však jasně zobrazeny sexuální požítky obou milenců" (Nagaike a Aoyama 2015, s. 123). Podle některých teorií totiž na rozdíl od mužů, kteří se často soustředí na vizuální aspekty a jsou pro ně dostačující, ženy mohou silněji vnímat emocionální stránku sexuálních scén a sexu jako takového (Liu 2021, s. 2577). Tudíž může být pro ženy žánr *BL*, který se soustředí na požitek a emoce obou milenců, atraktivnější. Šestým faktorem je již zmíněné oproštění se od každodenní reality (Pagliassotti 2008; 2017: cit. v Zsila et al. 2018, s. 3). Liu (2021, s. 2579) ve své studii taktéž uvádí, že konzumace žánru *BL* je metoda, skrze kterou se mohou fanynky a fanoušci oprostít od reality. Sedmým faktorem je čistá zábava, kterou konzumace žánru *BL* pro jeho konzumenty přináší ((agliassotti 2008; 2017: cit. v Zsila et al. 2018, s. 3). V neposlední řadě studie také uvádí estetickou/vizuální stránku a sexuální stránku, která konzumenty vzrušuje (tamtéž).

V navazujícím výzkumu Zsila et al. (2018) provedeném dotazníkovým šetřením u respondentů převážně z Maďarska a USA je uvedeno 9 hlavních faktorů, které slouží jako motivace ke konzumaci žánru *BL*. Těchto 9 faktorů se shoduje s těmi předešlými s tím rozdílem, že faktory, kterými jsou čistá láska bez ohledu na gender a pozitivita vůči homosexualitě, byly sloučeny a uvedeny jako jeden faktor z toho důvodu, že byly velmi často mnoha respondenty uváděny zároveň (Zsila et al. 2018, s. 12). Podle tohoto novějšího výzkumu jsou nejdůležitějšími faktory, které konzumenty motivují: sexuální stránka, design a estetická stránka, narativ orientovaný na ženy / erotická stránka a identifikace/analýza sebe sama (Zsila et al. 2018, s. 13). Aspekty jako sexuální stránka a design a estetická stránka jsou pro konzumenty nejvíce atraktivní (tamtéž) což také koresponduje s dřívějšími studiemi např. od Mizoguchi (2003) (tamtéž).

Motivace se často mohou lišit v závislosti na kulturních vlivech. Např. konzumentky z Japonska mohou preferovat žánr *BL* mimo jiné i proto, že pro ně tyto příběhy slouží jako fantazie, která jim umožňuje uniknout od genderové nerovnosti, se kterou se ve společnosti setkávají (Hori a Mori 2020: cit. v Shimauchi 2024, s. 4). Navíc absence hlavní ženské postavy v žánru *BL* potenciálně eliminuje riziko, že by se ženy staly sexuálním objektem, což je v heterosexuální fikci běžné (tamtéž). V této práci se však primárně budu zabývat výše

uvedenými motivacemi, zjištěnými především z dotazníkového šetření o anglofonních konzumentech od Zsila et al. (2018), které jsou pro můj výzkum nejvíce relevantní.

Existuje také studie, která se zaměřila na výzkum nervových a behaviorálních reakcí fanynek při sledování explicitních obrázků a videí z žánru *BL* (Jiang et al. 2021). Tento experiment představil existenci nové a tabuizované sexuální orientace (tamtéž). Také indikuje, že konzumace explicitního sexuálního obsahu *BL* ovlivňuje konzumenty během puberty a tito jedinci pak tíhnou k závislosti (tamtéž). Je však třeba provést další studie, které tuto hypotézu potvrdí (tamtéž).

3. Metoda výzkumu a data

Jako základní metodu pro sběr dat jsem si vybrala dotazník. Dotazník, často používaný i ve fanouškovských studiích, mi umožnil za kratší dobu sesbírat odpovědi od většího množství respondentů a zároveň získat data jak kvalitativní, tak i kvantitativní. Sběr dat pomocí dotazníku jsem dále doplnila i virtuální etnografií, kdy jsem se jako výzkumnice postavila do role tzv. „insidera“ ve fandomu existujícího v online prostředí, kde fanoušci vytvářejí příspěvky a interagují spolu (Hansen 2016, s. 22). Tato metoda mi pomohla pozorovat chování, postoje fanoušků a další aspekty fandomu v online prostředí. Dále jsem virtuální etnografii také aktivně využívala během analýzy dat získaných z dotazníku. Konkrétně jsem navštěvovala respondenty zmiňované internetové stránky, různé profily na sociálních sítích a pozorovala různý obsah, komentáře atp., abych si detailněji přiblížila zjištění z dotazníku. Výzkum jsem také prováděla na třech pirátských stránkách, zaměřených na komiksy manga, a to na zahraničních pirátských stránkách A a B, a na české pirátské stránce B, u nichž pro anonymitu nebudu uvádět zdroj. Kromě virtuální etnografie jsem použila i auto etnografii. Sama jsem fanouškem tohoto žánru již po dobu téměř deseti let a část práce zakládám i na svém vlastním dlouhodobém pozorování a postřezích.

Dotazník byl vytvořen pomocí bezplatného softwaru Google Forms, který umožňuje anonymní sběr dat a patří mezi nástroje, se kterými lze předpokládat, že jsou běžní uživatelé internetu alespoň trochu seznámeni. Dotazník byl následně šířen online formou na sociálních sítích přibližně po dobu jednoho měsíce na jaře 2024. Zveřejněn byl v různých českých/slovenských facebookových skupinách, u kterých bylo zjevné, že se alespoň krajně zajímají o tematiku *BL*. Konkrétně se jedná skupiny Yaoi RolePlay CZ/SK, CZ Yaoi / Normal RPG + anime, Yaoi RPG CZ/SK a Yaoi CZ/SK. Dále jsem sdílela dotazník na svém facebookovém a instagramovém profilu pomocí funkce „příběh“. O sdílení mého dotazníku jsem také požádala několik známých a přátel, kteří ho taktéž sdíleli v příběhu na svém profilu na Instagramu i Facebooku. Příběh s odkazem na dotazník byl sdílen i na instagramovém a facebookovém profilu Katedry asijských studií Univerzity Palackého v Olomouci. Prostřednictvím soukromých zpráv na Instagramu a TikToku jsem oslovovala potenciální respondenty, jejichž profily byly věnované žánru *BL* a tvořili příspěvky s ním související.

V rámci fanouškovských studií je stěžejní etická stránka výzkumu, nehledě na použitou metodu, a dotazníkové šetření při práci s respondenty samozřejmě není výjimkou (Bennet 2018, s. 37). Proto jsem v krátké promluvě k respondentům v úvodu dotazníku uvedla informace o tom, kdo jsem, pro koho je dotazník určen, čeho se můj výzkum týká, za jakým

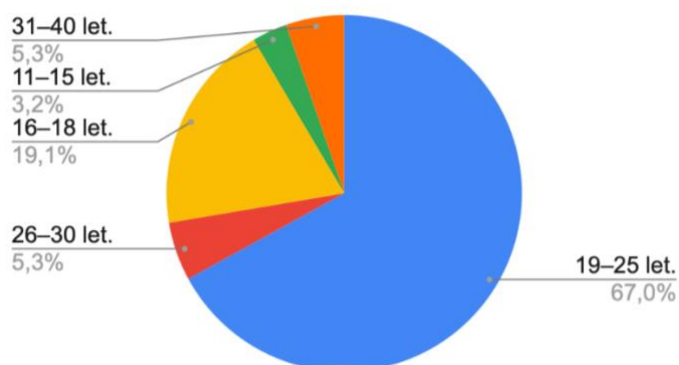
účelem tento výzkum provádím, jak budou odpovědi použity a kde mohou respondenti najít práci s výsledky mého výzkumu. Následně jsem také uvedla, že je dotazník zcela anonymní a zhruba kolik času respondentům jeho vyplnění zabere. Po tom, co respondenti odeslali dotazník, se jim ještě jednou zobrazila informace o tom, kde budou moct práci, ve které data sebraná pomocí dotazníku využiji, najít. V dotazníku jsem musela pro svůj výzkum zahrnout i citlivější otázky, konkrétně např. otázku na sexuální orientaci respondentů, avšak vždy jsem v případě tohoto typu otázek respondentům umožnila zdržet se odpovědi pomocí možnosti „nechci odpovídat“. Snažila jsem se tedy, aby se respondenti cítili co nejvíce komfortně a bezpečně.

V dotazníku se nacházelo 45 otázek a byl rozdělen na tři sekce: (1) Konzumace médií a související praktiky, (2) Motivace a (3) Komunita. Sekce a otázky byly pro respondenty rozděleny tak, aby na sebe logicky navazovaly a zároveň aby respondenti neztratili zájem či pozornost. Většina otázek zahrnuje výběr z možností, avšak u některých otázek respondenti měli možnost své odpovědi rozvést pomocí volných textových polí. U několika otázek respondenti odpovídali pomocí lineární stupnice neboli škály s body od 1 do 5, přičemž bod 5 byl uveden jako představující maximum. Většina otázek byla označena jako povinná, ale – jak jsem uvedla výše – v případě citlivějších demografických otázek v sekci Komunita měli respondenti možnost zdržet se odpovědi. Dotazník je přiložen na konci práce jako Příloha 1.

Zkoumanou skupinou, na kterou dotazník cílil, byli lidé z České republiky a Slovenska, kteří se považují za fanoušky či fanyanky japonského žánru *BL*. To, na koho dotazník cílil bylo explicitně uvedeno v úvodní části dotazníku. Celkem jsem získala odpovědi 94 respondentů, z nichž 61,7 % pochází z České republiky a 38,3 % ze Slovenska. Každá národnost má tedy v rámci výzkumu své zastoupení. Většinu respondentů (72,3 %) tvoří ženy, muži tvoří pouze 7,4 % (7) respondentů. 9,6 % respondentů uvedlo, že jsou nebinární. 7,4 % (7) svou genderovou identitu nechtělo uvést, 2,1 % (2) respondentů uvedlo že neví a (1,1 %) (1) respondentů uvedlo, že se identifikují jako gender fluid (1 %).

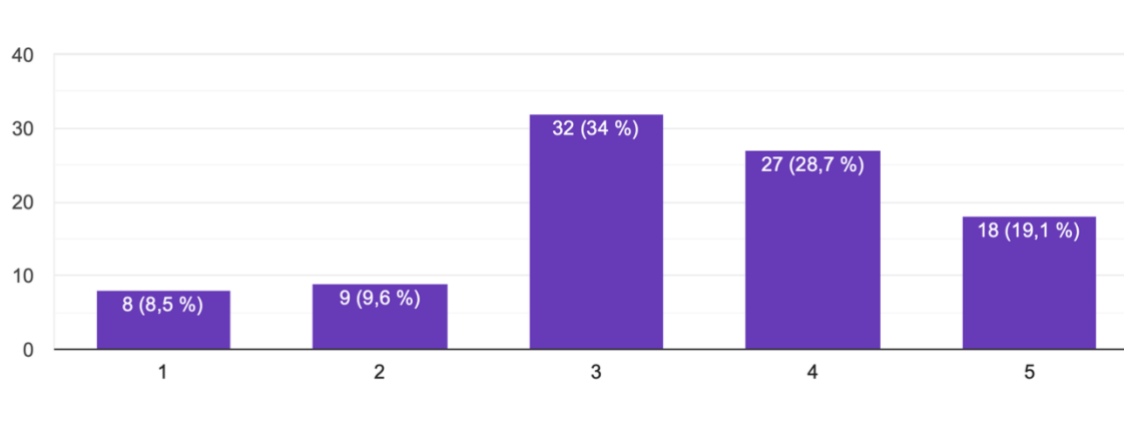
Jak vidíme na obrázku č. 1, největší část respondentů (67 %) spadá do věkové kategorie 19 až 25 let. Druhou nejvíce zastoupenou věkovou kategorií jsou respondenti ve věku 16 až 18 let (19,1 %). Dále 5 respondentů (5,3 %) spadá do věkové kategorie 26 až 30 let a 5 respondentů (5,3 %) do kategorie 31 až 40 let. Zbývá 3,2 % tvoří 3 fanyanky a fanoušci ve věku 11 až 15 let. Většina respondentů (66 %) má absolvovanou střední školu, 16 % respondentů získalo na vysoké škole bakalářský titul, 9,6 % respondentů má dokončenou jen základní

školu, nebo na základní škole momentálně studují. 5,3 % (5) respondentů absolvovalo vyšší odbornou školu a 3,2 % (2) respondentů získalo na vysoké škole magisterský titul.



Obrázek 1- Věkové zastoupení respondentů

Co se týče sexuální orientace, 22,3 % respondentů se identifikuje jako heterosexuální, 21,3 % jako bisexuální, 17 % uvedlo, že si nejsou jisti, 12,8 % se identifikuje jako pansexuální, 11,7 % jako asexuální a 8,5 % jako homosexuální. 3,2 % (3) respondentů uvedlo více kombinací sexuálních orientací a 3,2 % (3) respondentů svou sexuální orientaci nechtěli uvést. Mezi respondenty nebyl ani jeden heterosexuální muž. Respondenti, kteří uvedli že se identifikují jako heterosexuální, byly pouze ženy, což je zhruba jedna třetina všech respondentek (21 z 68).

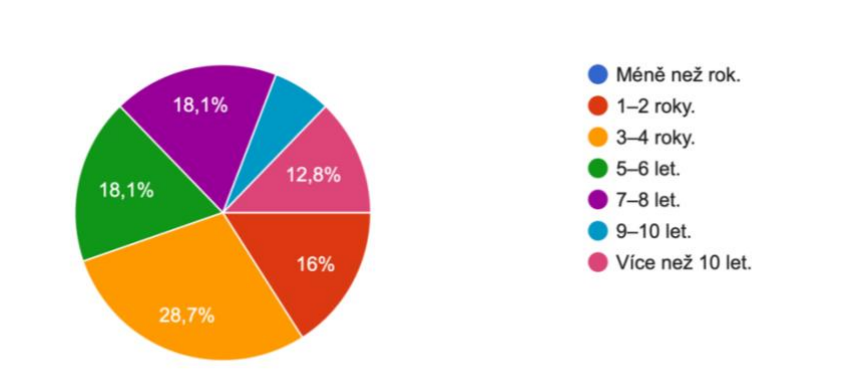


Obrázek 2 - Míra fanouškovství respondentů

Jak můžeme vidět na obrázku č. 2, téměř polovina mých respondentů (47,8 %) se považuje za nadprůměrné až velmi vášnivé fanoušky. Za průměrné fanoušky se považuje 34 %

respondentů. Pouze 18,1 % respondentů se považuje za méně vášnivé fanoušky. Více než polovina respondentů (51,6 %) je seznámena s tím, co znamenají pojmy *fudžoši* a *fudanši*, ale pouze 26 respondentů se tak označuje. Z toho 16 respondentů se označuje jako *fudžoši* a 5 respondentů jako *fudanši*. Zbylých 5 respondentů, kteří se označili jako *fudžoši* či *fudanši*, se neidentifikují jako ženy ani muži, takže nelze přímo specifikovat, jestli se označují jako *fudžoši* či *fudanši*. Většina těchto fanoušků, kteří se označují jako *fudžoši* či *fudanši* uvedla, že jsou průměrnými až velmi vášnivými fanoušky. Pouze pojem *fudžoši* zná 14 % respondentů a 34,4 % respondentů nezná žádný z těchto pojmů.

Obrázek č. 3 ukazuje, jak dlouho se respondenti o žánr *BL* zajímají. 18,1 % respondentů uvedlo, že se o žánr zajímá 5–6 let, dalších 18,1 % 7–8 let, 12,8 % již více než 10 let a 6,4 % respondentů uvedlo, že se o žánr zajímá 9–10 let. Těchto dohromady 55,4 % respondentů můžeme označit jako dlouhodobé fanynky a fanoušky s trvalou oddaností k žánru *BL*. Přítomnost těchto dlouhodobých fanynek a fanoušků kteří si udržují svůj zájem po několik let ukazuje, že je jejich zájem o tento žánr stabilní. Přítomnost novějších konzumentů, hlavně těch, kteří se o žánr zajímají pouze 1–2 roky (16 %) a 3–4 roky (28,7 %) pak dokazuje to, že stále přicházejí noví fanoušci.



Obrázek 3 - Délka zájmu respondentů o žánr *BL*

Z demografického hlediska tedy můžeme říci, že respondenti jsou převážně mladí (86,1 % je ve věku 16 až 25 let) a většina (72,3 %) se identifikuje jako ženy, což odpovídá obecné charakterizaci žánru *BL* jakožto žánru, který je tvořen primárně ženami pro ženy. Avšak pouze jedna třetina těchto respondentek je heterosexuálních, i když se obecně předpokládá, že jsou konzumenty tohoto žánru převážně heterosexuální ženy. Odpovídá to však již zmíněným dotazníkovým výzkumům z různých oblastí, jak bylo zmíněno v předchozí kapitole Fanouškovství. Zároveň je mezi mými respondenty i významné zastoupení členů komunity

LGBTQ+ s širokým spektrem sexuálních orientací a genderových identit. Většina respondentů (81,8 %) se považuje za průměrné až velmi vášnivé fanoušky a více než polovina respondentů je dlouhodobými fanoušky žánru *BL*.

4. Konzumace médií a související praktiky

V této části se budu zabývat konzumací médií *BL* a souvisejícími praktikami, které respondenti vykonávají. Nejprve představím způsoby, jakými respondenti tento žánr objevili. Následně se zaměřím na to, jaké druhy médií *BL* jsou zde nejpoblárnější a jakým způsobem a přes jaké kanály jsou tato média respondenty konzumována. Nakonec se budu zabývat i tím, jak aktivní zdejší fanynky a fanoušci jsou.

4.1 Způsoby seznámení s žánrem *BL*

Způsoby, kterými respondenti objevili tento žánr, jsem rozdělila do několika kategorií, a to: přes sociální sítě, doporučení známých/kamarádů/příbuzných, přes související akce a další fanoušky, a nakonec přes anime/komiksy manga/*dódžinši*.

Nejčastější způsob, jak k tomuto žánru konzumenti přišli, bylo přes různé sociální sítě. Nejvíce byla konkrétně respondenty zmíněna platforma pro zveřejňování videí kratšího formátu TikTok (9 zmínek), druhou nejvíce zmiňovanou platformou byl YouTube (8), kde je možné zveřejňovat i videa delšího formátu. Dále byly zmíněny i následující platformy: Instagram (5), který umožňuje sdílení fotek a videí, X (Twitter) (2), který umožňuje uživatelům sdílet především textová sdělení, Tumblr, kde uživatelé můžou tvořit blogy menšího rozsahu, Pinterest, kde uživatelé mohou vytvářet tematické kolekce obrázků či fotografií a dále pornografická stránka Pornhub a náhodný blog s povídkami *BL*.

Druhým nejčastějším způsobem bylo doporučení od přátel, známých či příbuzných, jež zmínilo 27 respondentů.

Třetím nejčastěji zmiňovaným způsobem bylo objevení v souvislosti s anime, komiksy manga a různých *dódžinši*, fanfikcemi, fanart, edity⁶ atd., které zmínilo 24 respondentů. 6 respondentů zmínilo, že se k japonským dílům dostalo přes média *BL* či fanouškovskou tvorbu z jiných zemí, konkrétně čínských, korejských, thajských ale i amerických médií.

Dále i prostřednictvím akcí, souvisejícími s žánrem *BL*, konkrétně např. přes fanouškovský cosplay nebo RPG⁷ skupiny.

Náhoda jistě také hrála roli v souvislosti se všemi způsoby objevení, avšak přímo „náhodu“ zmínilo 16 respondentů.

⁶ Edit se zde vztahuje k úpravě a kombinaci různých médií do nových, často krátkých video formátů.

⁷ Zkratka pro anglický termín *Role-playing game*, což je druh hry, ve které hráči zaujímají role fiktivních postav. Ve spojitosti s žánrem *BL* u nás v České republice a na Slovensku je to konkrétně v textové formě, kdy si spolu hráči dopisují a vytvářejí tím nějaký příběh.

Takto zněly některé konkrétní odpovědi respondentů:

„Díky mým gender struggles.⁸ Koukal jsem se jako mladší hodně na anime a vzhledem k tomu, že jsem měl problém se svým genderem (jsem genderfluidní, ale to jsem v té době nevěděl), jsem strašně chtěl zažít lásku muže s mužem. Tak jsem se k tomu dostal přes anime servery.“ – Respondent č. 41

„U koukání na anime na to časem asi narazíte, takže tak nějak náhodou.“ – Respondentka č. 2

„Nejhorším způsobem...Boku no Pico⁹...“ – Respondentka č. 4

„O *BL* mám povědomí už opravdu hodně dlouho od blízkých a z conů¹⁰. Ale sama jsem se k žánru přiblížila až díky doporučením na sociálních sítích.“ – Respondentka č. 36

„Nevím, jestli úplně těch 10 let se počítá, u mě to začalo totiž omylem čtením FF Avengers, kde byl Tony s Lokim nebo Stevem, pokud si dobře vzpomínám, no a nějak už pak jsem přešla postupně na mangy a *dódžinši*, k tomu mi dopomohla spolužačka, co mě dovedla i k anime 😊.“ – Respondentka č. 15

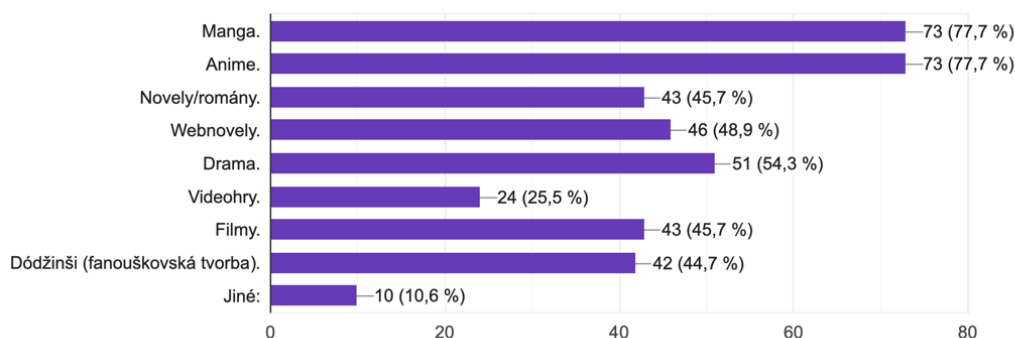
⁸ Anglické slovo *struggle* znamená „boj“ nebo „zápas“. V tomto kontextu to znamená nějaký „vnitřní boj“.

⁹ *Boku no Piko* (僕のピコ, „Můj Piko“, 2006) pornografická série anime, která zobrazuje sexuální vztah mezi nezletilým chlapcem a dospělým mužem.

¹⁰ *Con* je zkratkou anglického slova *convention* znamenajícího „shromáždění“.

4.2 Média

V první části práce byla představena média, která v rámci žánru *BL* existují. Zde se zaměřím na to, jaká média konzumují fanoušci a fanyanky *BL* u nás.



Obrázek 4 - Média konzumovaná respondenty

Jak můžeme vidět na obrázku č. 4, každé z médií zde má mezi fanyanky a fanoušky své zastoupení. Mezi respondenty jsou jednoznačně nejpobulárnějšími médii komiksy manga a anime, které konzumuje 77,7 % respondentů. Po komiksech manga a anime je nejkonzumovanějším médiem drama, které zvolilo 54,3 % respondentů. Web novely¹¹ konzumuje 48,9 % respondentů, novely či romány a filmy 45,7 %, *dódžinši* 44,7 % a jiná média 10,6 % respondentů, ale neuvedli konkrétně o jaká média se jedná.

Pro hlubší pochopení preferencí respondentů jsem se také zajímala o jejich nejoblíbenější média, která v dotazníku měli možnost uvést do volného textového pole v pořadí od nejoblíbenějšího. Této možnosti využilo 76 respondentů a jako nejoblíbenější médium na prvním místě nejčastěji uváděli komiksy manga (12 zmínek) a celkově jimi byla v odpovědích zmíněna 24krát. Druhé médium uváděné jako nejoblíbenější bylo anime (8 zmínek), celkově zmíněno 19krát. Nejčtenější zmiňovanou kombinací byla právě manga a anime s 10 společnými zmínkami. Drama bylo na prvním místě zmíněno u 7 respondentů (celkově 14krát) a *dódžinši* u 5 respondentů (celkově 10krát). Romány a novely byly zmíněny 6krát, filmy 4krát a videohry pouze 2krát.

Kromě japonských médií byly respondenty 7krát zmíněny i korejské komiksy *manhwa*, 5krát čínský žánr *BL* nazývaný *danmei*¹² a 2krát thajské hrané seriály žánru *BL*. Můžeme tedy

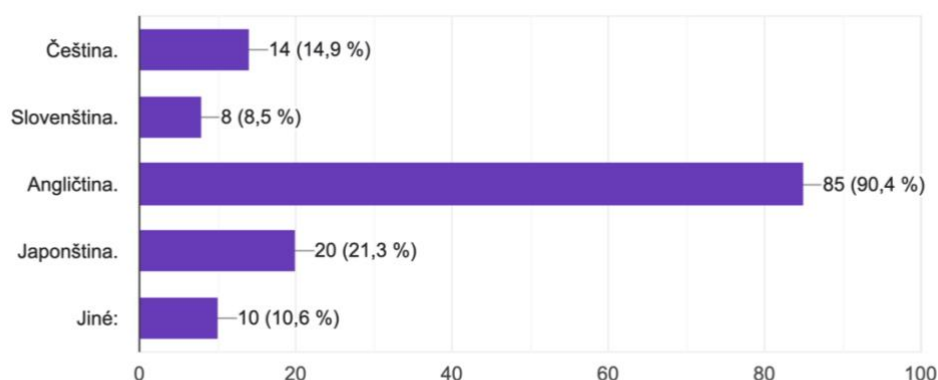
¹¹ *Web novel* dále jako „webnovela“, je novela vydaná v online formě na webových stránkách nebo jiných online platformách a jsou snadno dostupné z elektronických zařízení.

¹² Čínské slovo „danmei“ vzniklo čínským čtením znaků japonského slova *tanbi* (耽美, „estetika“).

pozorovat, že respondenti konzumují široké spektrum médií a nejsou omezeni pouze na japonská média, ale konzumují také média *BL* z jiných kultur.

4.3 Způsoby konzumace

V České republice a na Slovensku panuje nedostatek oficiálních překladů médií *BL*, což značně ovlivňuje způsoby jejich konzumace. Dle mého výzkumu zde neexistují téměř žádné oficiální české nebo slovenské překlady a titulky k médiím, které spadají do žánru *BL*. Existuje zhruba jeden oficiální český překlad díla tohoto žánru, kterým je komiks *Přitažlivost* (2009) od vydavatelství Zoner Press. Další české překlady komiksů, o kterých by se dalo říct, že do tohoto žánru spadají, jsou tituly *Služebník a pán* (2023) a *Sběratel hvězd* (2022) taktéž vydané vydavatelstvím Zoner Press. Tyto dvě díla však nejsou japonského původu. Jsou to komiksy manga původem ze Západu, originálně vydána západními vydavateli. České a slovenské překlady a titulky k médiím *BL* u nás dostupné jsou fanouškovskými překlady, a i těchto fanouškovských překladů je velmi málo.



Obrázek 5 - Jazyky, ve kterých respondenti nejčastěji konzumují média

Vzhledem k absenci oficiálních titulků a překladů do češtiny či slovenštiny a tomu, že je dnes již mnoho děl poměrně volně dostupná v oficiálním i neoficiálním překladu do angličtiny, se dalo předpokládat, že drtivá většina respondentů (90,4 %) konzumuje tato média v angličtině. Navíc v dnešní době již v České republice „každý druhý umí alespoň na základní úrovni anglicky“ (ČSÚ 2022, s. 6). Jak můžeme vidět na obrázku č. 5, respondenti konzumují média i v japonštině (21,3 %) a dalších jazycích (10,6 %), které ovládají a ve kterých jsou tato díla

dostupná, avšak respondenty nebyly dále specifikovány. Je zde ale i část respondentů (23,4 %), kteří média konzumují v češtině (14,9 %) či slovenštině (8,5 %).

Dále jsem se také zajímala o to, jakým způsobem respondenti konzumují serializovaná díla. Tato díla konzumují všichni respondenti, přičemž téměř polovina respondentů (48,9 %) uvedla, že nemá preference a nezáleží jim na tom, zda je série dokončená či vycházející. Dá se tedy říct, že pro značnou část fanoušků není stav dokončení série klíčovým faktorem při výběru toho, co budou konzumovat a pravděpodobně jsou více zaměřeni na samotný obsah a jeho kvalitu spíše než na jeho dokončenost. Naopak 45,7 % respondentů preferuje dokončené série čili upřednostňují kompletní příběh bez nutnosti čekání na nové díly. Dokončené série navíc mohou usnadňovat takzvaný *binge-watching* či *binge-reading*, doslova „záchvatové sledování“ a „záchvatové čtení“. *Binge-watching*, oblíbený způsob konzumace médií zejména v dnešní době, bývá definován jako sledování několika epizod televizního seriálu v jedné seanci a umožňuje konzumentům se hluboce ponořit do děje i postav série a vytvořit si tak k nim hlubší vztah (Starosta a Izydorczyk 2020, s. 7). U knih a komiksů manga se ve stejném významu používá termín *binge-reading*. Pouze 5 respondentů (5,3 %) preferuje vycházející série. Může to naznačovat, že respondenti chtějí mít něco, na co se mohou pravidelně těšit, nebo že mají kratší rozsah pozornosti či méně času a preferují konzumovat dílo po částech spíše než celé najednou. To, že někteří respondenti preferují vycházející série je pravděpodobně také spojeno s vydáváním fyzických výtisků komiksů manga nebo knih. Čtyři z těchto pěti respondentů uvedli, že čtou novely a komiksy manga jak fyzicky, tak online. Zároveň uvedli, že si komiksy a knihy kupují v českých či slovenských knihkupectvích a kamenných obchodech.

Konkrétně jsem se zajímala i o to, v jaké formě respondenti konzumují komiksy manga. Komiksy manga konzumuje 91,5 % respondentů. Pouze 8,5 % uvedlo, že je nekonzumuje vůbec. Těchto 8,5 % respondentů preferuje především drama a filmy. Většina respondentů (89,3 %), kteří uvedli že komiksy manga konzumují, je čtou v online formě přičemž 43,6 % z nich je čte výhradně online. Významná část respondentů (45,7 %) čte tyto komiksy online i fyzicky. Pouze dva respondenti (2,1 %) uvedli, že čtou komiksy fyzicky čili výhradně čtení fyzických komiksů je mezi respondenty vzácné.

Toto naznačuje, že i když digitální formát převládá, je zde značný zájem o fyzické výtisky komiksů manga. To, že online formát převládá je pravděpodobně mimo preferencí opět způsobeno nedostatkem těchto děl dostupných na českém a slovenském trhu nebo pak pro jejich finanční nákladnost. Je zde ale vidět zájem o fyzické kopie, které mohou sloužit také

pro jejich sběratelskou nebo sentimentální hodnotu. Online forma pak může být spíše volena pro její pohodlnost a snazší dostupnost.

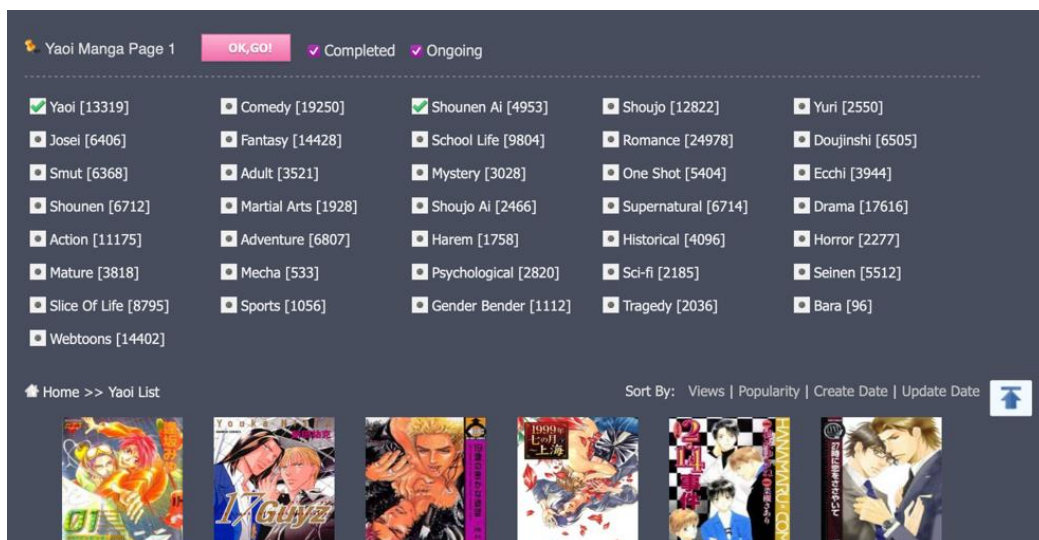
4.3.1 Pirátské stránky a oficiální zdroje

Protože v České republice a na Slovensku nejsou dostupné téměř žádné oficiální překlady či titulky, můžeme pozorovat velkou převahu konzumace médií přes neoficiální zahraniční zdroje, jimiž jsou pirátské online stránky. Tyto stránky poskytují fanouškovské překlady a titulky v různých jazycích včetně češtiny a slovenštiny. Na těchto stránkách média konzumuje 94,7 % respondentů. Respondenti ve svých odpovědích konkrétně zmínili 32 pirátských stránek, které ke konzumaci žánru využívají. Tyto stránky jsou volně dostupné a nabízejí širokou škálu především anglických překladů a titulků se zaměřením na žánr *BL* nejen z Japonska, ale i z Koreje, Číny, Taiwanu a Thajska. Jedna respondentky jmenovaná zahraniční pirátská stránka A má funkci možnosti přidání překladu komiksů manga uživateli v různých jazycích, mezi které patří také čeština a slovenština. Nachází se na ní přes 60 českých překladů a zhruba 3 slovenské překlady. Z těchto 32 zmíněných stránek jich je pouze 9 českých či slovenských. Dva respondenti uvedli, že získávají fanouškovské překlady přímo od fanouškovských překladatelů, většinou přes sociální síť.

Kromě respondentky zmíněných zahraničních pirátských stránek existuje mnoho dalších, ale překlady si propůjčují, tudíž na většině těchto stránek najdeme stejné překlady. Často však existuje více překladů stejného komiksu manga, které se liší svou kvalitou. Počet existujících zahraničních stránek se stále mění, jelikož některé bývají za porušení autorských práv stahovány, zatímco nové pořád přibývají. Pro pirátské stránky je typické, že mají mnohdy více domén s podobnými názvy a frekventovaně je mění, aby se vyhnuly jejich úplnému stáhnutí z internetu.

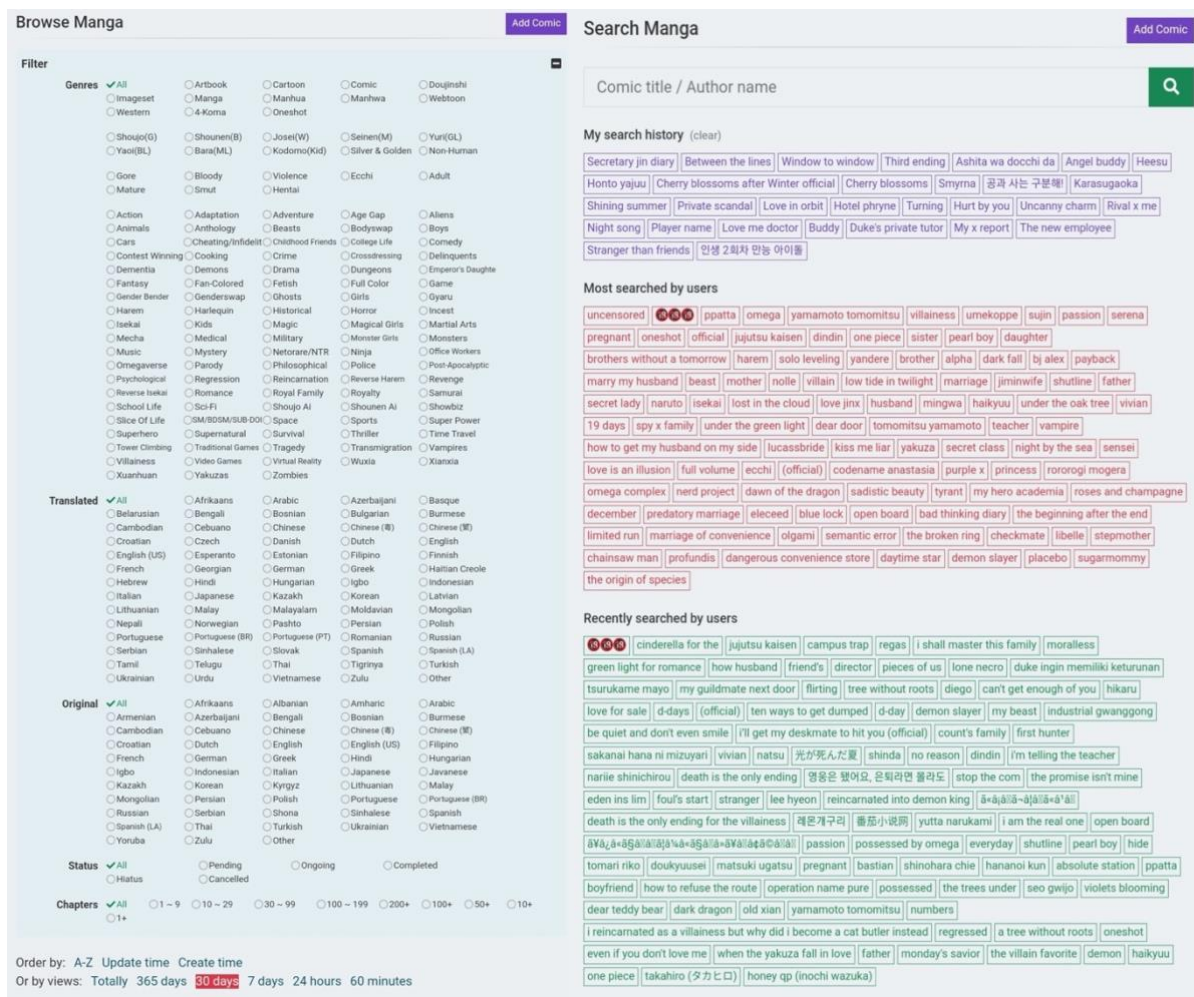
U respondentů mohou být neoficiální stránky kromě jejich snadné dostupnosti populární také díky možnosti neomezeně a bezplatně konzumovat rozsáhlé množství děl, které jsou přístupné uživatelům po celém světě. Jak můžeme vidět na obrázku č. 6, na zahraniční pirátské stránce C můžeme najít přibližně 18 272 titulů žánru *BL*, z nichž 13 319 je označeno jako *jaoi* a 4 953 jako *šónen ai*. Tento počet však není zcela přesný, jelikož některé komiksy jsou označeny zároveň jako *jaoi* i jako *šónen ai*. Také se nedá určit přesný počet japonských komiksů manga dostupných na stránce C, jelikož tato stránka do těchto kategorií zahrnuje i komiksy žánru *BL* z jiných zemí. Většina pirátských stránek, stejně tak jako stránky B a C, poskytuje převážně anglické překlady či titulky a rozlišuje díla (hlavně komiksy manga) v rámci žánru *BL* na *jaoi*, které obsahuje explicitní sexuální scény a *šónen ai*, které tyto scény neobsahuje.

Tento fakt, jak už bylo zmíněno v první kapitole, přispívá tomu, že fanoušci, kteří konzumují díla v angličtině, mají na tyto názvy jiný pohled než Japonci. Zatímco se na některých českých či slovenských pirátských stránkách komiksy manga na *yaoi* a *šónen ai* kategorizují, mnoho dalších používá pouze souhrnnou kategorizaci *BL*.



Obrázek 6 - Databáze komiksů manga na pirátské zahraniční stránce A

Použití pirátských stránek je navíc velmi snadné. Tyto stránky umožňují vyhledávání pomocí různých pokročilých kategorizací a tagů. Příklad vyhledávání na zahraniční pirátské stránce B můžeme vidět na obrázku č. 7 a 8. Navíc pod každým dílem, epizodou či kapitolou poskytují možnost vyjádřit své myšlenky a diskutovat s ostatními fanoušky pomocí sekce pro komentáře.



Obrázek 7 a Obrázek 8 - Vyhledávání komiksů manga na pirátské zahraniční stránce B

Uživatelé mohou také díla hodnotit a tvořit recenze, což potom ostatním uživatelům pomáhá objevovat populární a kvalitní díla. Také poskytují pro uživatele možnost stažení obsahu, různé módy při čtení či sledování např. světlé či tmavé pozadí, velikost textu/titulků, u komiksů manga možnost zobrazení po jednotlivých stránkách nebo zobrazení všech stran vertikálně najednou atp. Nevýhodou některých takových stránek naopak mohou být neustále vyskakující reklamy nebo přesměrování na stránky obsahující reklamu, kde může hrozit stáhnutí viru.

V některých případech však není jiná možnost než se na tyto pirátské stránky obrátit, jelikož mnoho děl stále není dostupných mimo Japonsko, a to ani v oficiálních anglických

překladech. Mnoho japonských děl v originálním znění lze z různých technických důvodů pořídit či konzumovat pouze v Japonsku, tj. na japonských stránkách, v japonských knihkupectvích, kinech atp. Dnes už však existují i různé stránky, které nabízejí takzvané „proxy služby“¹³ – služby třetích stran, které zprostředkovávají nákup zboží pro zákazníka v případech, kdy zákazník nemůže nákup uskutečnit přímo. Tyto třetí strany za zákazníky objednávají zboží a posílají ho na japonskou adresu. Z japonské adresy poté zboží pošlou zákazníkovi. Někdy se však může poštovné i clo za tyto nákupy při dovozu do České republiky a na Slovensko velmi prodražit. Ceny oficiálního předplatného, poštovného či dalších služeb pomocí kterých lze díla zprostředkovat legálně zde taky mohou hrát roli, obzvlášť pokud se konzumenti nenacházejí v dobré finanční situaci nebo konzumují tolik médií, že by dohromady všechny služby a nákupy vyšly na částky, které by si normálně nemohli dovolit.

Zatímco většina respondentů používá ke konzumaci žánru pirátské stránky, značná část respondentů (64,9 %) média konzumuje na oficiálních online stránkách. Knihkupectví a kamenné obchody využívá 38,3 % respondentů a knihoven využívá 6 respondentů (6,4 %), ale jak už výše zmíněno, žádný z těchto zdrojů neposkytuje oficiální české ani slovenské překlady. Respondenti dále zmiňovali konkrétní kamenné obchody a knihkupectví, které poskytují anglické, německé a další překlady komiksů manga či novel. Jsou to slovenská či česká knihkupectví Martinus, Nekonečno, Luxor, Knihy Dobrovský, Levné Knihy, Panta Rhei, dále i Vědecká knihovna, internetový obchod Amazon nebo secondhandy.

Konkrétními respondenty využívanými oficiálními zahraničními zdroji je např. americká oficiální licencovaná stránka Crunchyroll (15 zmínek), která poskytuje širokou škálu anime všech žánrů s anglickými titulky. Zmíněny byly i korejské oficiální stránky Lezhin (10 zmínek), které se zaměřují na korejské komiksy webtoon¹⁴, ale můžeme zde v tomto formátu najít i díla od japonských autorů. Několik anglických překladů japonských děl ve formátu webtoon můžeme nalézt i na dalších respondenty zmíněných korejských oficiálních stránkách Webtoon, Bomtoon, Tapas a Tappytoon a dále také na pirátských stránkách. Dalšími zmíněnými

¹³ Tyto služby poskytují např. webové stránky Neokyo a Buyee.

¹⁴ Digitální forma komiksů, která vznikla v Koreji. Narozdíl od komiksů manga jsou komiksy webtoon většinou barevné a mají místo několika panelů na jedné stránce jednotné, po sobě jdoucí vertikální panely, které je snadné číst na chytrém telefonu. V Japonsku se takovým komiksům říká *tategata manga* (縦型漫画, „vertikální manga“) nebo *tatesukuroru manga* (縦スクロール漫画, „manga vertikálního rolování“). Tento formát je v Japonsku poměrně populární a tvoří v něm i Japonci (např. Boyd 2022). Někdy jsou díla původně ve formě standartního japonského komiksu manga přetvořena i do formátu webtoon. Příkladem je populární manga *Kjodžinzoku no hanajome* (巨人族の花嫁, „Titánova nevěsta“, 2019).

oficiálními stránkami byly Anime Planet, GagaOOLala, Netflix, Rakuten Viki, Viki a IQIYI, kde můžeme najít anime či drama převážně s anglickými titulky.

Oficiální stránky a jejich přízeň u konzumentů značí hlavně to, že fanynky a fanoušci mají možnost a jsou ochotni investovat do svých oblíbených médií a děl a chtějí tím podpořit jejich autory, nebo také preferují vyšší kvalitu a přesnější překlady.

Mnoho fanouškovských překladů především do angličtiny je však velmi kvalitních a v nějakých případech vystihují příběh, charakter postav a jejich dynamiku přesněji než některé oficiální překlady. Často např. nepřekládají honorifika jako *kun*, *čan*, *san*, *sama*, *senpai*, *sensei* atd., slovní hříčky nebo přísloví atp., ale vysvětlují je, a dále např. zachovávají původní pořadí jména a příjmení, což přispívá k autentičnosti a lepšímu pochopení kulturního kontextu, jelikož jsou bližší japonskému originálu. U nás jsou dle mého výzkumu díla žánru *BL* překládaná fanoušky (tedy neoficiálně) většinou z angličtiny do češtiny nebo slovenštiny spíše než z originálního znění do češtiny nebo slovenštiny. Jak můžeme vidět na příkladu na obrázku č. 9 i v českých fanouškovských překladech se běžně nepřekládají honorifika. Jelikož je ale čeština jazyk, ve kterém se skloňuje, může tato varianta znít poněkud zvláště. Neoficiální stránky však sdílí obsah nelegálně bez vědomí a svolení autorů což může vést k finančním ztrátám a potenciálně i odrazení autorů od tvorby dalších děl, jelikož se jim nedostává příslušného ohodnocení.



Obrázek 9 - Český fanouškovský překlad komiksu Hitoridžime mai híró (ひとりじめマイヒーロー, „Můj vlastní hrdina“, 2012) z české pirátské stránky C

5. Fanouškovská tvorba a aktivita

Jak už bylo zmíněno v kapitole Fanouškovství, jedním z jeho klíčových aspektů je participativní kultura (Jenkins 1992), kde fanoušci nejen konzumují, ale také aktivně vytvářejí obsah spojený se svým předmětem zájmu. Fanyanky a fanoušci nejen žánru *BL*, ale i dalších japonských médií, tvoří fanart, fanfikce, *dóždžinši*, cosplay, videa atp. Dále se tyto fanoušci účastní různých shromáždění a kupují merch. Tyto aktivity jsou, jak už bylo zmíněno, nedílnou součástí fanouškovské komunity okolo žánru *BL*.

Více než polovina respondentů (58,5 %) uvedla, že neprodukuje žádnou vlastní tvorbu a ani se neangažuje v žádných ostatních s žánrem spojených aktivitách. U těchto respondentů by mohlo být sporné, zda se vlastně dají v rámci fanouškovských studií považovat za fanoušky či fanyanky, nebo zda jsou tyto jedinci jen pouhými konzumenty. Avšak fakt, že se považují za fanyanky a fanoušky, což stvrdili vyplněním tohoto dotazníku, a dále i to, že mají určitý vztah k tomuto žánru, tráví nad ním nějaký čas, a především to, že se k němu stále vrací, se shoduje s definicí fanouškovství tak, jak ho definoval Sandvoss (2005). Tyto faktory jsou pro mne rozhodující, tudíž tyto respondenty jako fanoušky v rámci svého výzkumu počítám.

Na druhou stranu 41,5 % respondentů tvoří různé druhy fanouškovského obsahu: 22,3 % respondentů píše fanfikce, 20,2 % tvoří fanart a 16 % se věnuje činnosti cosplay. Dva respondenti (2,2 %) uvedli, že tvoří edity a jeden respondent uvedl, že tvoří animaci z obrázků převzatých z komiksů manga.

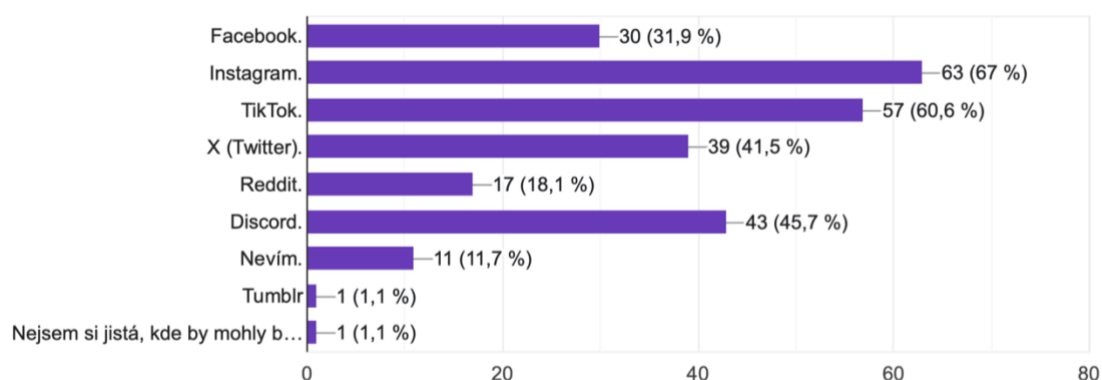
Následně 25 respondentů uvedlo, že svoji tvorbu sdílí, což je více než polovina respondentů, kteří uvedli, že nějakou vlastní tvorbu produkují. Konkrétně svou tvorbu sdílí na sociálních sítích Instagram (9), TikTok (4), Facebook (2), Discord a v archivech fanouškovské tvorby Wattpad (5), AO3 (5) a Devianart. Dále jeden respondent obecně uvedl sociální síť bez dalších specifikací a jeden respondent uvedl, že píše svůj vlastní blog.

Mezi fanouškovskou tvorbu můžeme počítat také tvorbu titulků či překladů. Respondentky č. 3 a č. 24 uvedli, že tvoří překlady z angličtiny do češtiny, avšak tato díla nespádají do japonského žánru *BL*, jsou korejského či čínského původu a spádají do žánru *BL* těchto zemí. Relevantní pro můj výzkum je tedy jen odpověď respondenta č. 67 který uvedl, že tvoří titulky k anime, konkrétně z originálního znění do češtiny. Objevila se zde i dodatečná odpověď respondentky č. 94, která zní:

„Kdysi jsem překládala mangy z angličtiny do češtiny, ale už se tomu déle, než pět let nevěnuji.“

Zjišťovala jsem následně i to, kde tyto překlady či titulky sdílí, načež respondent č. 67 uvedl, že tuto informaci nemůže uvést. Je tomu tak nejspíše proto, že se jedná o neoficiální překlad, ze kterého by mohlo vést nějaké právní postížení a odstranění stránek, na které tento respondent přispívá. Podle existujícího množství českých a slovenských fanouškovských překladů médií *BL* ale lze usoudit, že zde zájem o překlad a tvorbu titulků existuje, a to i u médií žánru *BL* jiných zemí, což dále podtrhuje absenci oficiálních překladů do českého nebo slovenského jazyka.

Pokud jde o ostatní s žánrem spojené aktivity, nejvíce aktivních respondentů (34 %) se účastní diskuzí na téma *BL* na sociálních sítích, 19,1 % respondentů uvedlo, že tvoří příspěvky s *BL* tematikou na sociálních sítích, 9,6 % respondentů má otevřený profil na sociálních sítích, kde se věnují tematice *BL*, 3,2 % (3) respondentů uvedlo, že založili online skupinu pro fanoušky/fanynky *BL* a další 2,1 % (2) respondentů jsou adminem/adminkou fanouškovské skupiny na sociálních sítích. Jedna respondentka píše blog s *BL* tematikou a další respondentka uvedla, že dělá vlastní workshopy/přednášky/... atd. Jedna respondentka také uvedla, že se věnuje psaní románů *BL*.



Obrázek 10 - Aktivita fanynek a fanoušků na sociálních sítích

Jak vidíme na obrázku č. 10, podle respondentů jsou celkově fanynky a fanoušci nejvíce aktivní na Instagramu, který uvedlo 67 % respondentů. TikTok (60,6 %) byl druhou nejvíce uváděnou platformou. To, že vysoký počet respondentů uvedl TikTok a Instagram naznačuje, že vizuální obsah a příspěvky kratšího formátu, jako jsou fotky a videa, jsou pro české a slovenské fanoušky a fanynky atraktivní, zároveň i nejvíce viditelné. Aktivita na komunikační platformě Discord (45,7 %), X (Twitter) (41,5 %) a na sociální síti Reddit (18,1 %), kde mohou uživatelé zveřejňovat různé příspěvky a následně se k nim vyjadřovat, pak naznačuje,

že fanyanky a fanoušci *BL* vyhledávají místa, kde mohou aktivně diskutovat a sdílet své zájmy s ostatními. Tyto platformy jsou totiž známé pro své možnosti diskuze a interakce v rámci komunit.

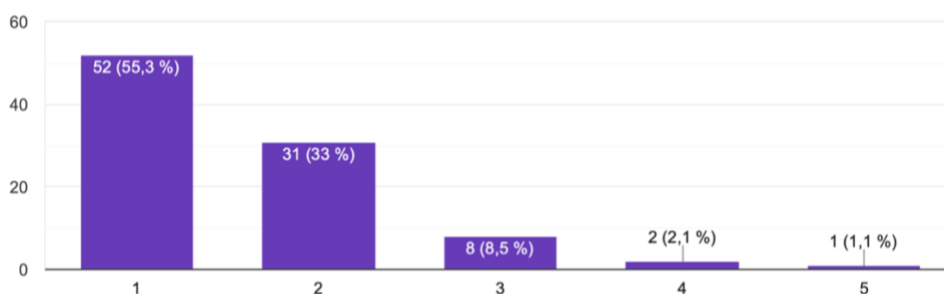
Většina respondentů tedy pasivně konzumuje obsah, aniž by aktivně přispívala do komunity. Souviset s tím může i to, jak dlouho respondenti žánr konzumují. Nejméně aktivními jedinci jsou především respondenti, kteří jsou v průměru (zhruba 5,5 let) dlouhodobými fanynkami či fanoušky tohoto žánru. Z těch, kteří se do aktivit souvisejících s žánrem *BL* zapojují, většina preferuje diskuze a tvorbu příspěvků na sociálních sítích a zároveň vnímají, že sociální sítě TikTok, Instagram a X jsou místy, kde jsou aktivní i ostatní fanoušci. To ukazuje, že sociální sítě jsou pro fanoušky a fanyanky klíčovou platformou pro interakci a sdílení zájmu o *BL*.

Čas, který respondenti nad žánrem stráví v jakékoliv podobě čili kromě pouhé konzumace médií také aktivitami s žánrem spojenými (umělecká tvorba, tematické diskuze atd.), se různí. Respondenti věnují aktivitám spojeným s žánrem *BL* různé množství času v závislosti na jejich zájmu, rozvrhu, a dalších závazcích. Mnoho respondentů tráví nad těmito aktivitami denně v rozmezí od 30 minut do 5 hodin. Někteří respondenti uvedli, že pokud mají čas, tak nad těmito aktivitami tráví i celý den. Týdně nad těmito aktivitami stráví respondenti od 3 až 14 hodin. Měsíčně od 5 až do 15 hodin. Angažovanost v těchto aktivitách je často vyšší během prázdnin, nebo celkově když mají respondenti více volného času, ale určitý čas (alespoň 30 minut týdně) nad tímto žánrem frekventovaně tráví všichni respondenti.

5.1 Merch

Důležitým aspektem fanouškovské kultury je zboží určeno pro fanoušky – *merchandising*, zkráceně merch, různého druhu, pomocí kterého fanoušci mohou vyjadřovat svou fanouškovskou identitu (Santo 2018, s. 331). Merch může sloužit jako určitý signál vysílaný dalším fanouškům v „divočině“ – tedy aby ostatním fanouškům dali najevo svou příslušnost k fandomu. Konkrétním příkladem jsou třeba fanoušci korejské populární hudby, kteří nosí fotky svých oblíbených členů skupin připnuté na batohu, podobně jako rybáři hází návnadu do vody. Pak čekají, až se někdo další, kdo sdílí jejich zájem, „chytí na udici“ a rozpozná je, případně i osloví. Pro fanoušky je touha sdílet merch klíčová a vlastnictví těchto objektů může sloužit také jako utvrzení pozice ve fanouškovské komunitě (tamtéž). Často platí, že čím více merch člověk vlastní, tím oddanějším fanouškem je, i když to nutně nemusí být pravda. Tento

trend můžeme pozorovat napříč všemi fandomy a stejně tak je i součástí kultury *otaku* (Larsen, 2018).



Obrázek 11 - Frekvence nákupu zboží merch

Jak můžeme vidět na obrázku č. 10, zhruba více než polovina respondentů (55,3 %) žádný merch nekupuje nebo jen v malé míře. Zbytek respondentů merch kupuje, z toho značná část (33 %) méně často a 11,7 % respondentů kupuje merch často až velmi často.

Nejkupovanějšími předměty s tematikou *BL* mezi respondenty jsou odznáčky a přívěšky na batoh nebo klíče, které zvolilo 29,8 % respondentů. Dále 23,4 % respondentů zvolilo samolepky a 17 % respondentů plakáty. Tyto předměty jsou populární nejspíše díky jejich snadné manufaktuře a dostupnosti. Mezi další kupované předměty, avšak už ne ve velké míře, patří: figurky (10,6 %), art books¹⁵ (10,6 %), oblečení (9,6 %), sběratelské kartičky (8,5 %), bižuterie (5,3 %), hrníčky (3,2 %), plyšové panenky (3,2 %), bločky, sponzorské jídlo či pití z reklam, které bývá často propagováno herci sérií drama žánru *BL*, a dále také obal na telefon. Respondentka č. 84 dodatečně uvedla:

„V minulosti som si kupovala plagáty, odznaky atď z *BL* anime a máng, v súčasnosti si ich už nekupujem.“

49,4 % respondentů si tento merch kupuje online přes zahraniční stránky, 16 % online přes české/slovenské stránky a pouze 5,3 % (5) respondentů si merch kupuje v kamenných obchodech. Dále respondenti (10 %) dodatečně uvedli, že si merch kupují také na různých

¹⁵ Knihy obsahující sbírku ilustrací autorů komiksů manga, často také *dódžinši*.

festivalech a shromáždění ve stáncích umělců. Důvodem toho, že opět převládá užívání online zahraničních stránek, je hlavně nedostupnost těchto předmětů na českém a slovenském trhu.

5.2 Akce

Další aktivitou typickou pro fanoušky, která není výjimkou ani pro fanynky a fanoušky žánru *BL*, je pořádání a účast na různých akcích týkajících se jejich zájmu, kde mají možnost komunikovat s ostatními fanoušky (Rahmawati et al. 2020, s. 449-450).

Více než polovina respondentů (52,1 %) uvedla, že o akcích alespoň okrajově týkajících se žánru *BL* nemá povědomí. Zbytek respondentů (47,9 %) uvedlo, že o takovýchto akcích ví a z toho 27,7 % respondentů se jich účastní. 24,5 % respondentů uvedlo, že se takových akcí účastní jednou až dvakrát ročně, dva respondenti (2,1 %) uvedli, že se akcí účastní třikrát až pětkrát za rok, a jeden respondent (1,1 %) uvedl, že se těchto akcí účastní více než pětkrát za rok.

Konkrétně byla zmíněna různá shromáždění a festivaly, které souvisí s asijskou kulturou a zaměřují se na různá japonská i zahraniční média a žánry. Těmito událostmi jsou Comic-Con (Praha), Akikon (Praha), Advík (Praha), Animefest (Brno), AnimeShow (Bratislava), Comics Salón (Bratislava), Fan Asia (Bratislava), Festival Fantazie (Chotěboř), Ostrakon (Ostrava). Jediným zmíněným festivalem zaměřeným čistě na žánr *BL* byl Fujoshi / Fudanshi festival (Praha), ale údajně se již nepořádá. Respondentka č. 28 k tomuto o tomto festivalu uvedla:

„Fujoshi festival, před covidem se konal každoročně a zaměřoval se jen na *BL*. Jako přednášející jsem jezdila od prvního ročníku. Po Covidu ale festival zanikl.“

Stejný festival zmínila i respondentka č. 33:

„Kdysi (nevím, jestli ještě) fungoval *BL* festival, teď se vyskytují *BL* přednášky na každém conu nějak souvisejícím s anime.“

Dva respondenti zmínili, že se účastní i zahraničních festivalů japonské kultury Dokomi, který se koná v Düsseldorfu a jeden respondent zmínil, že se účastní shromáždění MondoCon

(Budapešť), kde má údajně žánr *BL* také své zastoupení. Respondenti také zmiňovali, že existují i nějaké srazy v menším okruhu, ne přímo velké akce:

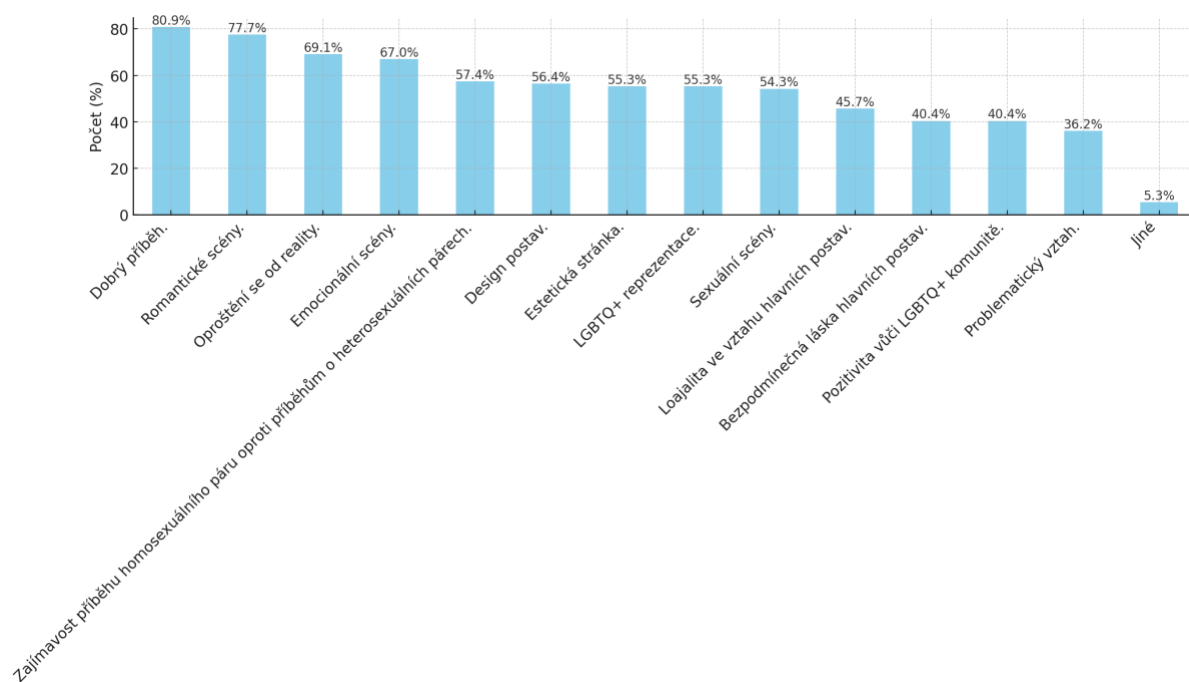
„Např. Animefest, občas nějaké srazy v menším okruhu.“ – Respondentka č. 46

„Setkání *BL* knižních fanoušků na větších conech/festivalech.“ – Respondentka č. 4

Každá z těchto akcí obsahuje panely, stánky či přednášky věnované tomuto žánru. Můžeme tedy pozorovat, že existuje povědomí a zájem o akce související s žánrem *BL*, avšak skutečná účast na těchto akcích je relativně nízká. Účastní se jich jen 27,7 % respondentů. Pro fanoušky by mohlo být atraktivnější, kdyby se tyto programy týkající se *BL* v rámci různých akcí více propagovaly na výše zmíněných sociálních sítích, jako je TikTok, Instagram atd., které jsou pro fanyanky a fanoušky atraktivní. Zvýšená propagace by mohla oslovit širší skupiny lidí, kteří nejsou aktivními členy komunity *otaku* jako takové, a nesledují události v jejím rámci. Nízká účast může být způsobena kromě toho i různými překážkami, jako je vzdálenost, nedostatek času, nebo to, že tyto akce zaměřené na žánr *BL* nejsou dostatečně velké či atraktivní, aby motivovaly čistě jen fanoušky žánru *BL* k účasti.

6. Motivace

V této sekci představím možné motivace českých a slovenských fanynek a fanoušků ke konzumaci žánru *BL* a následně je porovnam s motivacemi uvedenými v kapitole Fanouškovství.



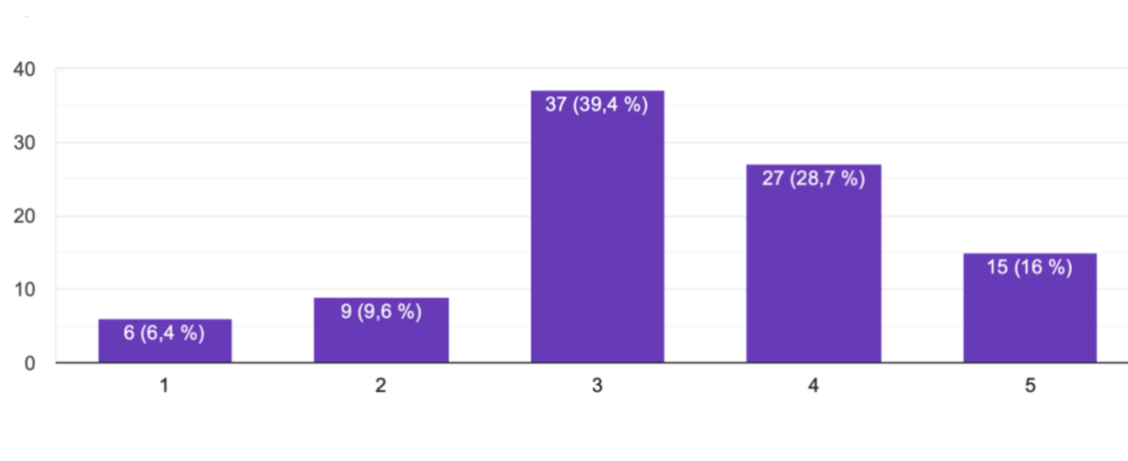
Obrázek 12 - Motivace respondentů ke konzumaci žánru *BL*

Na obrázku č. 12 můžeme vidět, že motivace respondentů ke konzumaci žánru *BL* jsou rozmanité. Většina respondentů (80,9 %) uvedla, že je žánr *BL* přitahuje pro kvalitu jeho příběhů. Dalšími klíčovými faktory jsou romantické scény (77,7 %), emocionální scény (67 %) a sexuální scény (54,3 %). Kvalita příběhů, sexuální a emocionální scény byly často zmiňovány společně, což ukazuje, že je pro konzumenty sexuální stránka atraktivní, ale záleží jim kromě ní také na kvalitě příběhu a jeho emocionální stránce. Toto zjištění koresponduje s výsledky studie od Isola (2010, s. 85), kde byl taktéž zjištěn tento fakt.

Jak je zobrazeno na obrázku č. 13, díla obsahující explicitní sexuální scény nekonzumuje 6,4 % respondentů, zatímco největší část respondentů konzumuje tato díla často (39,4 %) až velmi často (28,7 %). Výhradně díla s explicitním sexuálním obsahem konzumuje 16 % respondentů. Respondenti, kteří konzumují díla s explicitním sexuálním obsahem často až velmi často (84,1 %), jsou převážně mladými ženami ve věku 19 až 25 let. To, že díla se

sexuálním obsahem převážně konzumují mladé ženy, může konkrétně souviset s aspektem narativu orientovaného na ženy v souvislosti s erotickou stránkou, zmíněnou v předchozích studiích o motivacích konzumentů žánru *BL* v kapitole Fanoušci žánru *BL*. Jeden respondent, který konzumuje výhradně sexuální scény, na otázku, kolik času tráví nad tímto žánrem, uvedl:

„Víc, než je zdrávo, honím nad tím.“ – Respondent č. 67



Obrázek 13 - Frekvence konzumace děl obsahujících explicitní sexuální scény

Oproštění se od reality je jednou z hlavních motivací, kterou uvedlo 69,1 % respondentů. Tento faktor souvisí s fenoménem *binge-watching* a *binge-reading*, kdy fanoušci sledují více epizod nebo čtou více kapitol najednou a plně se ponořují do fiktivních světů, aby unikli od každodenní reality (např. Cova et al. 2018, Pearlin 1959 ad.). Liu (2021, s. 2579) taktéž uvádí, že konzumace žánru *BL* je metoda, skrze kterou se mohou fanynky a fanoušci oprostit od reality.

Dále jako důvod pro konzumaci žánru *BL* respondenti ve větší míře uváděli design postav (56,4 %) a estetickou stránku (55,3 %). Podtrhuje to, že vizuální stránka je v rámci tohoto žánru pro fanynky a fanoušky důležitým aspektem (Zsila et al. 2018). Tento fakt také koresponduje se zjištěním v sekci Fanouškovská tvorba a aktivita, že vizuální obsah přitahuje pozornost respondentů a je pro ně atraktivní. Souvisí to s tím, že mnoho fanoušků, jak už bylo zmíněno, se k tomuto žánru dostalo díky sledování obsahu na sociálních sítích, především na TikToku a Instagramu, kde vizuální obsah dominuje.

Ve větší míře respondenti (36,2 %) volili také problematické vztahy v rámci těchto příběhů. Odpovídá to tomu, že konzumenti tohoto žánru jsou více otevření problematickým

aspektům vztahu mezi postavami v rámci žánru *BL*, jelikož se tato díla často vyhýbají stereotypizaci a genderové nerovnováze (Isola 2010, s. 86). Je zde totiž absence hlavní hrdinky, se kterou by se konzumentky mohly identifikovat. Např. respondentka č. 2 uvedla:

„*BL* příběhy jsou vždycky zajímavé, málokdy se u nich nudím. Mám ráda dojemné příběhy, ale toxické příběhy jsou taky velmi zajímavé, i když hodně lidí je nemá rádo. Mám ráda, když má manga či anime estetický umělecký styl kresby, ale když má *BL* dobrý příběh, tak ten styl kresby přehlédnu i když není úplně dobrý.“

40,4 % respondentů konzumuje tento žánr pro jeho vyobrazení bezpodmínečné lásky mezi hlavními postavami a jejich loajalitou ve vztahu (45,7 %). Respondenti často kombinovali tyto dva aspekty spolu s problematickým vztahem. Kombinace bezpodmínečné lásky a loajality s problematickými vztahy naznačuje, že čtenáři oceňují i realistické prvky v příbězích. To znamená, že ačkoliv hledají ideální lásku, chtějí také vidět, jak postavy překonávají reálné problémy.

Značná část respondentů (43,6 %) preferuje žánr *BL* před příběhy zobrazující lásku mezi mužem a ženou. To ukazuje, že oproti příběhům vyobrazujícím heterosexuální vztahy obsahuje žánr odlišné koncepty a zápletky, než je běžné v těch heterosexuálních. Pouze 7 respondentů (7,4 %) preferuje příběhy zobrazující lásku mezi mužem a ženou. Těchto 7 respondentů se považuje za průměrné až méně zapálené fanoušky *BL*.

„Asie celkově produkuje zajímavější příběhy, když přijde na lgbt postavy, někdy jsou sice problematické, ale alespoň postavy neřeší stále tu samou otázku "je v pořádku být gay?". Dávají postavám skutečné příběhy, které jsou kolikrát akční/fantasy, které na západě z mého pohledu chybí, nebo aspoň nejsou v tak velkém měřítku, abych si mohl volně vybrat.“ – Respondent č. 20

Pro 57,4 % respondentů jsou příběhy o dvou mužích zajímavější než příběhy zaměřující se na heterosexuální páry. Tato preference naznačuje, že fanoušci oceňují narativy, které se v heterosexuálních romantických příbězích běžně nevyskytují, např. může jít o zmíněnou lásku, která nezná gender, nebo vyobrazení sexuality mezi dvěma muži. Respondenti v návaznosti doplnili:

„Většinou narážím na příběhy, kde vztahy působí, že jsou si obě postavy rovny a vztah je méně toxický narozdíl od hetero vztahů, které jsou často vyobrazovány stereotypně či právě toxicky.“

Když už drama v příběhu je tak jde občas o problém spojený právě s přijetím LGBTQ což je zajímavé vidět, jak se s tím hlavní postavy a okolí poperou.“ – Respondent č. 15

„Niekedy mám pocit, že *BL* príbehy sú viac prepracované. Vždy keď som niečo čítala, pozerala alebo hrala tak to stálo za to.“ – Respondentka č. 77

Mnoho respondentů v tomto žánru vyhledává reprezentaci komunity LGBTQ+ (55,3 %) a pozitivní zobrazení homosexuálních vztahů (40,4 %). Tento zájem nejspíše souvisí s jejich vlastními sexuálními orientacemi, vzhledem k tomu, že drtivá většina respondentů spadá do komunity LGBTQ+.

I přesto, že je tento žánr zaměřen na romantický či sexuální vztah mezi dvěma muži, jedna respondentka uvedla, že vnímá reálné vztahy mezi dvěma muži spíše negativně. Přitom se tato respondentka považuje za velmi vášnivého fanouška, označuje se jako *fudžoši*, konzumuje výhradně díla obsahující sexuální scény a preferuje žánr *BL* před médii, které zobrazují lásku mezi mužem a ženou. Tato respondentka uvedla, že žánr konzumuje pro všechny jeho výše uvedené aspekty kromě reprezentace LGBTQ+ komunity, pozitivitě vůči komunitě LGBTQ+ a zajímavosti příběhu homosexuálního páru oproti příběhům o heterosexuálních párech. Zároveň vnímá vztahy mezi dvěma ženami spíše pozitivně. Zvýrazňuje to fakt, že tento žánr je tvořen ženami pro ženy a že je vztah mezi dvěma muži v prostředí *BL* idealizovaný (Hester 2015, s. 180) a nereflektuje „nežádoucí“ aspekty reálného života, ale zobrazuje ideály fanynek (Ishida 2015, s. 227). Jsou zde argumenty, že muži, kteří se v příbězích žánru *BL* objevují, jsou vlastně avatary ženských konzumentek a nemají žádnou spojitost s reálnými muži (tamtéž). Může to tedy znamenat, že pro tuto respondentku je realita a fikce jednoznačně oddělena a nezasahuje do jejích postojů k reálným homosexuálním párům, které jsou velmi odlišné od párů vyobrazených v příbězích žánru *BL*. Další možné faktory, proč může na tyto vztahy respondentka nahlížet negativně, může být i náboženství či hluboko zakořeněné sociální normy.

Celkově tato zjištění o motivacích respondentů u nás souhrnně odpovídají motivacím uvedených ve výzkumu Zsila et al. (2018), avšak dominantní motivace se u mých respondentů liší. Primární motivací mých respondentů pro konzumaci obsahu *BL* je kvalita příběhu (80,9 %), romantické scény (77,7 %) a emocionální hloubka (67 %). Sexuální obsah (54,3 %) je také významným faktorem, ale spíše sekundárním. Podle výzkumu Zsila et al. (2018, s. 13) jsou nejdůležitějšími aspekty, které konzumenty motivují: sexuální stránka, design a estetická stránka, narativ orientovaný na ženy/erotická stránka a identifikace/analýza sebe sama. S aspektem identifikace/analýzy sebe sama do jisté míry souvisí výše zmíněné vcit'ování se do

postav při konzumaci médií *BL*. Výzkum od Zsila et al. (2018) uvádí, že fanynky a fanoušci vnímají emocionální hloubku a idealizované romantické prvky jako důležitý aspekt pro motivaci čtenářů, což se shoduje i s odpověďmi mých respondentů, kteří uvedli jako motivace romantické a emocionální scény.

Dále také zjištění o tom, že konzumenty přitahuje kombinace aspektů, kterými jsou dobrý příběh a emocionální stránka, koresponduje s melodramatickými/emocionálními faktory, které jsou podle výše zmíněné studie silnou motivací.

Celkově můžeme pozorovat, že zde žánr *BL* oslovuje své publikum širokou škálou jeho aspektů.

Závěr

Cílem této práce bylo pomocí dotazníkového šetření, virtuální etnografie a auto etnografie popsat fanyanky a fanoušky žánru *BL* z České republiky a Slovenska, co je charakterizuje, jaká média spadající do tohoto žánru fanyanky a fanoušci konzumují, jaké praktiky s tímto žánrem související provádějí, jaké jsou jejich motivace pro konzumaci tohoto žánru, a nakonec zda tyto fanyanky a fanoušci tvoří komunitu okolo žánru *BL*.

Respondenty z České republiky a Slovenska z 86,1 % tvoří mladí lidé ve věku 16 až 25 let a většina (72,3 %) se identifikuje jako ženy, což odpovídá obecné charakterizaci žánru *BL* jakožto žánru, který je tvořen primárně ženami pro ženy. Avšak pouze jedna třetina těchto respondentek se identifikuje jako heterosexuální, i když se předpokládá, že fanyanky tohoto žánru jsou převážně heterosexuální. Respondenti se převážně identifikují jako členové komunity LGBTQ+ a drtivá většina, kromě jedné respondentky, vnímá reálné homosexuální vztahy pozitivně.

Co se týče mužských respondentů (7,4 %), jsou jimi mladí dospělí muži a většina se identifikuje jako *fudansi*, považuje se za průměrné až velmi vášnivé fanoušky a konzumuje díla obsahující sexuální scény často až velmi často. Všichni tito respondenti jsou aktivními jedinci, kteří tvoří fanouškovskou tvorbu, účastní se akcí spojených s žánrem *BL* a jsou aktivní na sociálních sítích. Tito muži preferují média *BL* před příběhy zobrazující lásku mezi mužem a ženou a oceňují reprezentaci komunity LGBTQ+ a pozitivní zobrazení homosexuálních vztahů.

Celkově respondenti konzumují širokou škálu médií, z nichž komiksy manga, anime a drama jsou u nich nejpoblárnější. Většina respondentů (90,4 %) konzumuje tato média v angličtině a často k přístupu k jejím přístupům využívají pirátské online stránky, jelikož dostupnost českých a slovenských oficiálních překladů a titulků je velmi omezená. Mnoho respondentů je však ochotno investovat do originálních děl a podporovat jejich autory prostřednictvím oficiálních online stránek (64,9 %) nebo nákupů fyzických kopií (38,3 %).

Motivace ke konzumaci žánru *BL* jsou různorodé, častými jsou kvalita příběhů (80,9 %), romantické (77,7 %) a emocionální (67 %) a oprostění se od reality (69,1 %). Výraznou motivací jsou i sexuální scény (54,3 %), které konzumuje 93,7 % respondentů. Estetická (55,3 %) a vizuální stránka/design postav (56,4 %). Respondenti rovněž oceňují pozitivní zobrazení vztahů LGBTQ+ (40,4 %) a reprezentaci komunity LGBTQ+ (55,3 %), což souvisí s jejich vlastními sexuálními orientacemi a identitami. Dalšími respondenty uvedenými motivacemi jsou zajímavost příběhu homosexuálního páru oproti příběhům o heterosexuálních párech

(57,4 %), loajalita ve vztahu hlavních postav (45,7 %), bezpodmínečná láska (40,4 %), problematické vztahy (36,2 %) a jiné.

Fanouškovská aktivita v rámci žánru *BL* v České republice a na Slovensku je rozmanitá, respondenti (41,5 %) se angažuje ve tvorbě fanfikcí, fanart, cosplay, editů, animace, titulků, románů, příspěvků na sociálních sítích dále v diskuzích na sociálních sítích, účasti na akcích, nákupu merch atp. Více než polovina těchto respondentů, kteří tvoří fanouškovskou tvorbu, tuto tvorbu sdílí na sociálních sítích. Celková aktivita fanynek a fanoušků *BL* je podle respondentů viditelná na sociálních sítích, jako je TikTok, Instagram, Discord, X (Twitter) a další, kde se pohybují sami respondenti.

Nicméně, většina respondentů (58,5 %) je pasivními jedinci a spíše se zaměřují na konzumaci médií. Tento fakt, spolu s nízkou interakcí s ostatními fanynkami a fanoušky či účastí na akcích, týkajících se žánru *BL*, naznačuje, že vztahy mezi těmito respondenty nejsou dostatečně pevné a provázané, aby se dala tato skupina považovat za komunitu v pravém slova smyslu, tak jako ji vnímá např. Galbraith (2011), kdy fanyanky a fanoušci tvoří skupinu, v jejíž rámci kromě konzumace médií produkují svou vlastní tvorbu, reprodukují fiktivní narativy, sdílí svou tvorbu s ostatními fanoušky a diskutují s ostatními fanoušky. Vzhledem k tomu, že více než polovina mých respondentů takovéto společenské či komunitní aktivity neprovozují, nelze říct, že tvoří komunitu. Jak už však bylo zmíněno v kapitole Motivace, fanynkami a fanoušky jsou, jelikož se za ně považují, tráví nad tímto žánrem čas a stále se k němu vrací.

Dalším faktorem, který potvrzuje, že moji respondenti netvoří či z většiny nepatří do komunity, je to, že přibližně 61 % respondentů sami uvedli, že si myslí, že zde komunita existuje, ale že nejsou její součástí. Naznačuje to, že zde nějaká komunita existuje a je respondentům známá, avšak se v ní respondenti aktivně neangažují a nepovažují se za její členy. O existenci takovéto komunity je však potřeba rozsáhlejší studie. 27 % respondentů uvedlo že neví, jestli zde nějaká komunita existuje. 7 % respondentů uvedlo, že zde taková komunita existuje a že jsou její součástí. To však může být způsobeno tím, že jsem dotazník šířila i v uzavřených skupinách (např. soukromé facebookové skupiny). Členové patřící do takovýchto skupin v rámci sociálních sítích sami sebe mohou vnímat jako členy komunity, ale nevypovídá to o stavu komunity okolo žánru *BL* jako takové. 5 % respondentů odpovědělo, že zde podle nich žádná komunita neexistuje.

Ačkoliv demografická charakteristika a motivace pro konzumaci žánru *BL* těchto respondentů korespondují s demografickou charakteristikou a motivacemi fanoušků v jiných zemích, respondenti projevují výrazně nižší úroveň angažovanosti v aktivitách s žánrem

spojeným a nevytvářejí komunitu. Vzhledem k velmi častým zmínkám o médiích žánru *BL* z dalších asijských zemí, kterými jsou Korea, Čína, Thajsko a Taiwan, je zde možnost existence komunity okolo žánru *BL* těchto zemí, nejen okolo žánru *BL* z Japonska, což však vyžaduje další výzkum.

Resumé

This bachelor's thesis focused on fans of the Japanese genre *Boys' Love (BL)* in the Czech Republic and Slovakia. Its aim was to describe the fans of the *BL* genre from the Czech Republic and Slovakia through a questionnaire survey, virtual ethnography, and autoethnography. The thesis explored what characterizes these fans, what media within this genre they consume, what practices related to this genre they engage in, what motivates them to consume this genre, and finally, whether these fans form a community. The findings were then compared with the conclusions of other researches focused on *BL* fans from other countries.

Key words: *Boys' Love*, fan, *fujoshi*, *fudanshi*, *yaoi*, *shounen ai*, fan studies

Bibliografie

- BENNET, Lucy. Surveying Fandom: The Ethics, Design, and Use of Surveys in Fan Studies. In: CLICK, Melissa A. a SCOTT, Suzanne, eds. 2018. *The Routledge Companion to Media Fandom*. New York a Londýn: Taylor & Francis Group. 36-44. ISBN 978-1-315-63751-8.
- BOOTH, Paul, ed., 2018. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. ISBN 978-1-119-23716-7.
- BOYD, David John. 2022. Crunchyroll and the Webtoon-Image: Reterritorialising the Korean Digital Wave in Telecom Animation's Tower of God (2020) and MAPPA's The God of High School (2020). In: MITCHELL, Louisa, SAMUEL, Michael, eds. 2022. *Streaming and Screen Culture in Asia-Pacific*. Cham: Palgrave Macmillan. 285-308. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-09374-6_1.
- CLICK, Melissa A. a SCOTT, Suzanne, eds. 2018. *The Routledge Companion to Media Fandom*. New York a Londýn: Taylor & Francis Group. ISBN 978-1-315-63751-8.
- COVA, Bernard, CARÙ, Antonella, and CAYLA, Julien. 2018. Re-conceptualizing escape in consumer research. *Qualitative Market Research: An International Journal* [online]. 21. DOI: <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0030>. [cit. 9.6.2024].
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. 2024. *Vzdělávání*. Praha: Český statistický úřad. Kód publikace: 230053-24. Č. j.: CSU-000871/2024-63.
- GALBRAITH, Patrick W. 2011. Fujoshi: Fantasy Play and Transgressive Intimacy among 'Rotten Girls' in Contemporary Japan. *Signs* [online]. 37(1), 211-232. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/10.1086/660182>. [cit. 20.6.2024].
- GLASSPOOL, Lucy Hannah. 2013. Simulation and database society in Japanese role-playing game fandoms: Reading boys' love dōjinshi online. *Praxis* [online], 12. Nagoya: Nagoya University Graduate School of Languages and Cultures. DOI: <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0433> [cit. 14.6.2024].
- HANSEN, Nicolai Puggaard. 2016. *Fandom in the digital age: An exploration of value co-creation in online fan communities*. Diplomová práce. Copenhagen Business School.

- HARTLEY, Barbara. A Genealogy of Boys Love: The Gaze of the Girl and the Bishōnen Body in the Prewar Images of Takabatake Kashō. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 21-41. ISBN 978-1-62846-120-6.
- HESTER, Jeffry T. Shifting Popular Representations of Yaoi/ BL Fandom in Japan. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 169-188. ISBN 978-1-62846-120-6.
- ISHIDA, Hitoshi. Representational Appropriation and the Autonomy of Desire in Yaoi/BL. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 210-232. ISBN 978-1-62846-120-6.
- ISHIKAWA, Yu. 2016. Deviation and conformity in fanwork: narrative transformation in Yaoi. *Urbanscope*, 7, 29-44. DOI: 10.24544/ocu.20171215-003.
- ISOLA, Mark John. Yaoi and Slash Fiction: Women Writing, Reading, and Getting Off? In: LEVI, Antonia, McHARRY, Mark a PAGLIASSOTTI, Dru, eds. 2010. *Boys' Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland & Company. 84-98. ISBN 978-0-7864-5627-7.
- JANSOVÁ, Iveta. 2018. Kategorie fanoušek jako teoretický problém: aktivity, praktiky a kategorizace. *Disertační práce (Ph.D.)*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Dostupné z: <https://theses.cz/id/m8i6f8/>.
- JENKINS, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Studies in Culture and Communication. New York a Londýn: Routledge. ISBN: 978-0-415-53329-4.
- JIANG, Xiaowei, AO, Na, CHEN, Yingying, NIU, Huihui, CHEN, Yanan a ZHOU, Chenghao. 2021. The Taboo Love: Yaoi as a Potential Sexual Attraction for Girls Regulate the Brain Response. [online]. DOI: <https://doi.org/10.31234/osf.io/twdjn>. [cit.: 13.6.2024].

- LARSEN, Miranda Ruth. Fandom and Otaku. In: Paul BOOTH, ed. 2018. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. 277-288. Hoboken: John Wiley & Sons. ISBN 978-1-119-23721-1.
- LEVI, Antonia, McHARRY, Mark a PAGLIASSOTTI, Dru, eds. 2010. *Boys' Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland & Company. ISBN 978-0-7864-5627-7.
- LIU, Yue. 2021. Analyzing the Reasons Causing the Trend of Yaoi in Japan. In: *ICHESS 2021*. Atlantis Press, 2573-2581. DOI: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.445>.
- MADILL, Anna, ZHAO, Yao. 2021. Engagement with Female-oriented Male–Male Incest Erotica: A Comparison of Sinophone and Anglophone Boys' Love Fandom. *Deviant Behavior*, 43(5), 607-622. DOI: <https://doi.org/10.1080/01639625.2021.1891845>.
- MALONE, Paul, M. From BRAVO to Animexx.de to Export: Capitalizing on German Boys' Love Fandom, Culturally, Socially and Economically. In: LEVI, Antonia, McHARRY, Mark a PAGLIASSOTTI, Dru, eds. 2010. *Boys' Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland & Company. 23-43. ISBN 978-0-7864-5627-7.
- McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. ISBN 978-1-62846-120-6.
- McLLELLAND, Mark a WELKER, James. 2015. An Introduction to “Boys Love” in Japan. 2015. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 3-20. ISBN 978-1-62846-120-6.
- MIZOGUCHI, Akiko. 2003. Male-Male Romance by and for Women in Japan: A History and the Subgenres of ‘Yaoi’ Fictions. *U.S.-Japan Women's Journal*, 25, 49-75. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/42771903>.
- NAGAIKE, Kazumi, AOYAMA, Tomoko. What is Japanese “BL Studies?”: A Historical and Analytical Overview. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA,

- Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 119-140. ISBN 978-1-62846-120-6.
- NAGAIKE, Kazumi. 2019. Fudanshi (“Rotten Boys”) in Asia: A Cross-Cultural Analysis of Male Readings of BL and Concepts of Masculinity. In: OGI, Fusami, SUTER, Rebecca, NAGAIKE, Kazumi and LENT, John A., eds. 2019. *Women’s Manga in Asia and Beyond*. [online]. Cham: Palgrave Macmillan. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-97229-9>. [cit. 18.6.2024].
- PAGGLIASSOTI, Dru. Better Than Romance? Japanese BL Manga and the Subgenre of Male/Male Romantic Fiction. In: LEVI, Antonia, McHARRY, Mark a PAGLIASSOTTI, Dru, eds. 2010. *Boys’ Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland & Company. 59-83. ISBN 978-0-7864-5627-7.
- PAGLIASSOTTI, Dru, NAGAIKE, Kazumi, McHARRY, Mark. Editorial: Boys’ Love manga special section. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 4(1), 1-8. DOI: <https://doi.org/10.1080/21504857.2013.793207>.
- PEARLIN, L. I. 1959. Social and personal stress and escape television viewing. *Public Opinion Quarterly*, 23(2), 255-259. DOI: <https://doi.org/10.1086/266870>.
- RAHMAWATI, Devie, ANINDHITA, Wiratri, DECINTYA, LUSIA, Amelita, a WISESA, Ngurah Rangga. 2020. An Ethnography of Shipping as a Communication Practice Within the Fujoshi Community in Indonesia. In: *Proceedings of the 3rd International Conference on Vocational Higher Education (ICVHE 2018)*. Atlantis Press, 440-450. DOI: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200331.178>.
- SANDVOSS, Cornel. 2005. *Fans: The Mirror of Consumption*. 1. vyd. Cambridge: Polity. ISBN 978-0-7456-2973-5.
- SANTO, Avi. Fans and Merchandise. In: CLICK, Melissa A. a SCOTT, Suzanne, eds. 2018. *The Routledge Companion to Media Fandom*. New York a Londýn: Taylor & Francis Group. 329-336. ISBN 978-1-315-63751-8.
- SHIMAUCHI, Sae. 2024. “It is universal love beyond homosexuality and gender difference”:

- critical media discourse analysis of boys' love dramas in Japan. *Feminist Media Studies*, 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2361042>.
- STARK, Ripley. 2020. Yuri!!! on Ice Fandom and Affection as a Mechanism of Transnational Cultural Production. DOI: 10.13140/RG.2.2.21578.80320.
- STAROSTA, Jolanta, IZYDORCZYK, Bernadetta, LIZIŃCZYK, Sebastian. 2019. Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life. *Health Psychology Report*, 7(2), 149-164. DOI: <https://doi.org/10.5114/hpr.2019.83025>.
- SUGIMOTO, Shogo, O, Hae-sung, NAM, Yoomin. 2019. Contemporary Light Novels: Subculture, Literature, and Morality. *Forum for World Literature Studies*, 11(1), 135-146. Dostupné z: <https://link.gale.com/apps/doc/A590127436/LitRC?u=anon~234099e1&sid=googleScholar&xid=f8efde4a>. [cit. 18.6.2024].
- SUZUKI, Kazuko. What can we learn from Japanese professional writers? A Sociological Analysis of *Yaoi*/BL Terminology and Classifications. In: McLELLAND, Mark, NAGAIKE, Kazumi, SUGANUMA, Katsuhiko a WELKER, James, eds. 2015. *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. Jackson: University Press of Mississippi. 93-118. ISBN 978-1-62846-120-6.
- SUZUKI, Midori. 2013. The Possibilities of Research on Fujoshi in Japan special issue. *Transformative Works and Cultures*, 12. DOI: <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0504>.
- TOOBY, John, COSMIDES, Leda. 2001. Does Beauty Build Adapted Minds? Toward an Evolutionary Theory of Aesthetics, Fiction, and the Arts. *SubStance*, 30(1), 6-27. DOI: <https://doi.org/10.1353/sub.2001.0017>.
- WELKER, James. 2011. Flower Tribes and Female Desire: Complicating Early Female Consumption of Male Homosexuality in Shōjo Manga. *Mechademia*, 6, 211-228. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/41511580>.
- WOOD, Andrea. 2006. "Straight" Women, Queer Texts: Boy-Love Manga and the Rise of a Global Counterpublic. *Women's Studies Quarterly*, 34(1/2), 394-414. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/40004766>.

YUSOF, Nor Afian, MASTOR, Khairul, MAMAT, Maharam, KENG, Lim, HARON, Hamdzun, TAHIR, Hanafi, JAAFAR, Rafuzan, and BAHARUM, Khairudin, 2023. The influence of anime as Japanese popular culture among art and design students. *Nurture*, 17, 493-503. DOI: <https://doi.org/10.55951/nurture.v17i4.374>.

ZSILA, Ágnes, PAGLIASSOTTI, Dru, URBÁN, Róbert, GÁBOR, Orosz, KIRÁLY, Orsolya, DEMETROVICS, Zsolt. 2018. Loving the love of boys: Motives for consuming yaoi media. *PloS One*, 13(6), e0198895. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198895>.

Seznam příloh

Příloha 1.: Otázky dotazníku Fanoušci a fanyanky žánru *BL* v České republice a na Slovensku

Příloha 1.: Otázky dotazníku Fanoušci a fanyanky žánru BL v České republice a na Slovensku

Konzumace médií a související praktiky

V této sekci je mým cílem zjistit, jaká BL média se v České republice a na Slovensku konzumují, a jak aktivní zdejší fanoušci a fanyanky jsou.

1. Která BL média konzumujete? * (Zaškrťovací políčka)

Manga.

Anime.

Novely/romány.

Webnovely.

Drama.

Videohry.

Filmy.

Dódžinši (fanouškovská tvorba).

Jiné:

2. Zde prosím uveďte Vaše oblíbené BL médium. (stručná odpověď)

Popis: Pokud jich bude víc, seřaďte je prosím v pořadí od nejoblíbenějšího.

3. Preferujete vycházející nebo dokončené série? * (výběr z možností)

Preferuji vycházející série.

Preruji dokončené série.

Je mi to jedno.

4. Ve kterém jazyce BL čtete/sledujete atd. nejčastěji? *

Čeština.

Slovenština.

Angličtina.

Japonština.

Jiné:

5. Překládáte BL média či tvoříte titulky k BL médiím? *

Ano.

Ne.

- a. Pokud jste v otázce č. 4 zvolil/a “ANO”, uveďte prosím, jaká média překládáte či k nim tvoříte titulky. (stručná odpověď)

- b. Pokud jste v otázce č. 4 zvolil/a “ANO” uveďte prosím, z jakého jazyka do jakého jazyka překládáte či tvoříte titulky. (stručná odpověď)
- c. Pokud jste v otázce č. 4 zvolil/a “ANO”, uveďte prosím, kde tyto překlady či titulky sdílíte. (stručná odpověď)

6. Prostřednictvím jakých míst či stránek se k BL médiím dostáváte? * (zaškrťovací políčka)

Knihkupectví a kamenné obchody.

Knihovny.

Oficiální stránky (online).

Neoficiální stránky (online).

Jiné:

- a. Zde prosím uveďte konkrétní místa či stránky. (stručná odpověď)

Popis: Např.: Knihy Dobrovský, Crunchyroll, Mangago atd.

7. Jak čtete mangu? *

Mangu nečtu.

Fyzicky.

Online.

Online i fyzicky.

8. Jak často kupujete BL merch? * (lineární stupnice 1-5)

Vůbec až velmi často.

- a. Jaký merch si kupujete? * (zaškrťovací políčka)

Žádný.

Plakáty.

Figurky.

Oblečení.

Odznáčky/piny/placky.

Přívěsky na klíče/batoh.

Bižuterie.

Hrníčky.

Kartičky.

Samolepky.

Povlečení.

Panenky.

Fanouškovské magazíny.

Art books.

Jiné:

b. Kde si merch kupujete? * (zaškrťovací políčka)

Nikde.

Online přes české/slovenské stránky.

Online přes zahraniční stránky.

V kamenných obchodech.

Jiné:

9. Produkuje nějakou vlastní tvorbu?*

Ne.

Fanart.

Fanfikce.

Cosplay.

Jiné:

a. Pokud produkuje nějakou vlastní tvorbu, prodáváte nebo sdílíte ji?
(možnosti)

Ano.

Ne.

b. Kde tuto tvorbu prodáváte nebo sdílíte? (stručná odpověď)

10. Víte o nějakých akcích v České republice nebo na Slovensku, které alespoň okrajově souvisejí s BL? *

Popis: Např.: workshopy, sešlosti, přednášky, festivaly atd.

Ano.

Ne.

a. Jak často se účastníte akcí souvisejících s BL? *

Vůbec.

Jednou až dvakrát ročně.

Třikrát až pětkrát za rok.

Více než pětkrát za rok.

b. Pokud se akcí účastníte, uveďte prosím, o které akce se jedná a kde se konají.
(stručná odpověď)

11. Vykonáváte některou z následujících aktivit? *

Účastním se diskuzí na téma BL na sociálních sítích.

Píšu blog s BL tematikou.

Dělám vlog s BL tematikou.

Tvořím příspěvky s BL tematikou na sociálních sítích.

Mám otevřený profil na sociálních sítích, kde se věnuju tematice BL.

Založil/a jsem online skupinu pro fanoušky/fanynky BL.

Jsem adminem/adminkou fanouškovské skupiny na sociálních sítích.

Jsem správce/správkyně webu s BL tematikou.

Organizuji akce s BL tematikou.

Dělám vlastní workshopy/přednášky/... atd.

Žádnou.

Jiné:

12. Kolik času zhruba strávíte aktivitami spojenými s BL v jakékoliv podobě (denně nebo týdně nebo měsíčně)? * (stručná odpověď)

Motivace

Vaše odpovědi v této části mi pomůžou nahlédnout do toho, co fanoušky a fanynky žánru BL na tomto žánru přitahuje. Pokud se u otázek rozepíšete, budu Vám moc vděčná!

1. Co se Vám na žánru BL líbí? Jaká je Vaše motivace pro konzumaci tohoto žánru? *
(zaškrťovací políčka)

Dobry příběh.

Sexuální scény.

Romantické scény.

Emocionální scény.

Lojalita ve vztahu hlavních postav.

Bezpodmínečná láska hlavních postav.

Problematický vztah.

Design postav.

Estetická stránka.

LGBTQ+ reprezentace.

Pozitivita vůči LGBTQ+ komunitě.

Oproštění se od reality.

Zajímavost příběhu homosexuálního páru oproti příběhům o heterosexuálních párech.

Jiné:

a. Zde můžete svou odpověď rozvést. (odstavec)

2. Vcítujete se při čtení/sledování/hraní do postav? * (možnosti)

Ne.

Ano, do postavy seme (top).

Ano, do postavy uke (bottom).

Ano, do vedlejších postav.

Ano, ale do jaké postavy se vcítím, záleží na příběhu.

Jiné:

3. Jak často konzumujete díla obsahující explicitní sexuální scény? * (lineární stupnice 1-5)

Vůbec až výhradně.

4. Preferujete média žánru BL před médii, které zobrazují lásku mezi mužem a ženou? * (možnosti)

Ano.

Ne.

Mám rád/a oboje stejně.

Nekonzumuji média, které zobrazují lásku mezi mužem a ženou.

5. Znáte pojem fudžoši či fudanši?

Znám pouze pojem fudžoši.

Znám pouze pojem fudanši.

Znám pojem fudžoši i fudanši.

Neznám žádný z těchto pojmů.

6. Označili byste se jako fudžoši nebo fudanši?

Ano.

Ne.

Jiné:

Komunita

1. Existuje podle Vás v České republice či na Slovensku komunita zaměřená na BL? *
(výběr z možností)

Ano a jsem její součástí.

Ano, ale nejsem její součástí.

Ne, neexistuje.

Nevím.

2. Kde v online prostoru jsou podle Vás fanoušci a fanyanky BL z České republiky a Slovenska aktivní? * (zaškrťovací políčka)

Facebook.

Instagram.

TikTok.

X (Twitter).

Reddit.

Discord.

Nevím.

Jiné:

3. Za jak velkou fanyanku / velkého fanouška BL se považujete na stupnici od 1 do 5? *
(lineární stupnice 1-5)

Popis: Na stupnici od 1 do 5, přičemž **5 je maximum.**

4. Jak dlouho se již o BL zajímáte? * (možnosti)

Méně než rok.

1–2 roky.

3–4 roky.

5–6 let.

7–8 let.

9–10 let.

Více než 10 let.

5. Jak jste se s žánrem BL seznámili? * (odstavec)

Popis: Například doporučil Vám BL někdo z blízkých, narazili jste na BL náhodou v knihkupectví, viděli jste doporučení ve skupině na Facebooku, na TikToku, Instagramu apod.

6. Odkud pocházíte? * (možnosti)

Česká republika.

Slovensko.

Jiné:

7. Kolik Vám je let? * (možnosti)

10 let a méně.

11–15 let.

16–18 let.

19–25 let.

26–30 let.

31–40 let.

40–50 let.

Více než 50 let.

8. Jaká je Vaše genderová identita? * (možnosti)

Žena.

Muž.

Nebinární.

Nechci uvést.

Jiné:

9. Jaká je Vaše sexuální orientace? * (možnosti)

Heterosexuální.

Homosexuální.

Bisexální.

Asexuální.

Pansexuální.

Nejsem si jistá/ý.

Nechci uvést.

Jiné:

10. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? * (možnosti)

Základní.

Střední.

Vyšší odborné.

Vysokoškolské (bakalářský titul).

Vysokoškolské (magisterský titul).

Vysokoškolské (doktorský titul nebo vyšší).

11. Vnímáte pozitivně vztahy mezi dvěma muži v reálném životě? *

Ano.

Spíše ano.

Ne.

Spíše ne.

Nechci odpovídat.

12. Vnímáte pozitivně vztahy mezi dvěma ženami v reálném životě? *

Ano.

Spíše ano.

Ne.

Spíše ne.

Nechci odpovídat.

Pokud byste mi k tématu chtěl/a říct něco, co bylo opomenuto, napište mi to prosím sem.