

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

TELEVIZE BEZ VYSÍLÁNÍ

Televizní seriály stažené prostřednictvím
internetu a jejich diváci

David Chudoba

Vedoucí diplomové práce:
PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Praha 2010

Autor práce: **David Chudoba**

Vedoucí práce: **PhDr. Irena Reifová, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam

CHUDOBA, David. *Televize bez vysílání: televizní seriály stažené prostřednictvím internetu a jejich diváci*. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2009, 71 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová Ph.D.

Anotace

Televizním divákům chybí jakákoliv materiální kontrola nad vysílanými pořady. Nemohou si zvolit, kdy budou vybrané pořady sledovat, to je čistě v moci těch, kteří vysílají. Seriál, jakožto typický televizní formát, jde v této asymetrii nejdál. Každá epizoda daného seriálu prostřednictvím kontinuity vlastně propaguje tu následující, čímž si televizní společnosti předem zajišťují publikum. Televize tedy předpokládá synchronizované sledování, což vede k simultaneitě sociální zkušenosti. V tomto kontextu je velice zajímavé nahlédnout, jak se seriálovými obsahy nakládají diváci, kteří je stahují prostřednictvím internetu. Ti totiž mohou seriály sledovat čistě dle svého uvážení. Předkládaná práce prostřednictvím kvalitativní analýzy rozhovorů s osobami, které sledují seriály stažené prostřednictvím internetu, zjišťuje, zda je materiální kontrola nad seriály skutečnou a jedinou motivací pro jejich stahování, jak tyto osoby seriály užívají a zda a jakým způsobem o nich komunikují. Tyto závěry také porovnává s tím, jak respondenti sledují či sledovali televizní vysílání a zejména seriály.

Klíčová slova

televizní seriály, internet, stahování, sociální užití, serialita

Annotation

Television viewers have no material control over the broadcast program. They cannot choose the time, when they will watch selected program that is under the command of the broadcasters. Television serial is the most asymmetric form. Every episode of the given serial promotes the next one and provides audience in advance. It is very interesting to find out, how people, who download serials, treat them. They can watch the serials, how they want. Presented work, through the qualitative analysis of the interviews with people, who watch downloaded shows, inquires whether the material control over the program sequence is the main and only motive for downloading, and also how these persons use the serials and how they communicate about them. The results and conclusions are compared with an inquiry about the respondents' way of (present or previous) watching TV (and especially serials).

Keywords

serials, internet, downloading, social use, seriality

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu. Předložená práce obsahuje 126 199 znaků včetně mezer.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 7. ledna 2010

David Chudoba

Poděkování

Především bych rád poděkoval své vedoucí práce PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. Její rady mi byly při psaní velkou pomocí a velmi si vážím její vstřícnosti.

Dále můj dík patří všem respondentům za jejich čas a trpělivé zodpovídání výzkumných otázek.

Obsah

| | |
|---|----|
| Úvod..... | 8 |
| I. Teoretická část práce | 10 |
| 1. Principy stahování prostřednictvím internetu a jejich historie | 10 |
| 2. Stahování a televizní trh | 18 |
| 3. Teorie seriálové narace | 22 |
| 4. Serialita jakožto garance sledovanosti | 25 |
| 5. Videorekordér a „posun času“ | 27 |
| 6. Časová dimenze recepce vysílání | 30 |
| 7. Sociální užití televize..... | 34 |
| 8. Fenomén „nového seriálu“ a kult..... | 37 |
| II. Praktická část práce | 40 |
| 9. Metodologie | 40 |
| 10. Výzkumná zjištění | 45 |
| 10. 1 Změny ve sledování televize..... | 45 |
| 10. 2 Praktické aspekty sledování stažených seriálů | 48 |
| 10. 3 Důvody sledování stažených seriálů..... | 53 |
| 10. 4 Ochota kompenzovat sledování | 56 |
| 10. 5 Komunikace | 57 |
| Závěr | 62 |
| Resumé..... | 66 |
| Použitá literatura | 68 |

Úvod

Literatura týkající se seriálové tvorby a jejich diváků doposud přehlížela skutečnost, že někteří diváci nesledují televizní seriály v rámci vysílacího schématu, ale stahují je prostřednictvím internetu do svých počítačů. Tématu si sice všimlo několik teoretiků nových médií (Pesce 2005, Burns 2008: 250-1) a je též poměrně častým tématem například na serveru TorrentFreak, avšak většinou pouze z hlediska vlivu na televizní trh. Jak se staženými seriály jejich diváci nakládají je téma značně neprobádané. V žádném případě se však nejedná o problematiku marginální. Dle výzkumu Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně je stahování a sledování videí pro uživatele internetu nejrizikovější činností, pokud jde o vznik závislosti.¹ S tématem předkládané práce to sice přímo nesouvisí, ale lze tím doložit závažnost a vrstevnatost problému stahování seriálů, které jistě mezi videa také spadají.

Původním záměrem, který vznikl při četbě literatury týkající se ekonomické funkce seriálové tvorby, bylo zjistit, jak se u diváků mění vlivem nezávislosti na televizním schématu nakládání s televizními seriály. To je též hlavním tématem schválených tezí diplomové práce. Další studium související literatury však otevíralo jiná závažná související témata a to původní odsunulo do pouhé role jednoho z nich. První rozhovory též vyjevily komplexnost problematiky. Ukázalo se, že nezávislost na televizním schématu není nutně jediným motivem stahování. Do popředí zájmu se dostala také komunikace mezi diváky stažených seriálů, která původně tvořila pouze vedlejší téma. Cílem se tak stalo nalezení co nejvíce aspektů nakládání se seriály staženými z internetu a jejich komplexní srovnání se současnou či minulou konzumací televizního vysílání.

Upřesnění poznatků na základě studia literatury vedlo také ke změně názvu. Původní název „Vliv sdílení seriálových obsahů v prostředí internetu na jejich vnímání recipienty“ je nepřesný ze dvou důvodů. Tématem práce zaprvé není sdílení, nýbrž naopak stahování seriálů a jejich následné sledování, zadruhé jím není ani vnímání seriálových obsahů. Práce se nezabývá vnímáním konkrétních seriálových obsahů, ale tím, jak diváci vlivem stahování se seriály jako takovými nakládají (z jakých důvodů a jak je užívají, případně o nich komunikují).

Práce však zároveň v žádném případě nehodlá jakkoliv hodnotit jednání osob, které seriály stahují. Neřeší ani žádné právní aspekty stahování. Otázky legality a názory na

¹ http://www.worldinternetproject.net/publishedarchive/WIP_Budapest%202008_Smahel_Lupac.pdf

ekonomickou kompenzací stahování, jež se v práci objevují, se týkají pouze hledisek samotných stahujících osob.

V úvodní části předkládané práce se věnuji kompilaci poznatků o televizi, které s tématem sledování seriálů stažených prostřednictvím internetu souvisí, pomáhají jej lépe uchopit a nalézt možné otázky pro praktickou druhou část. Na začátek je nezbytné vysvětlit základní pojmy. Následně uvedu stahování do kontextu souvisejících fenoménů a popíši možné principy stahování a jejich historii. Na tento výklad pak naváže kapitola zabývající se důsledky využití těchto technologií na televizní trh. Po té vysvětlím problematiku seriálové narace, kterou následně uvedu do souvislosti s dosahováním sledovanosti v přesně daný čas. V další kapitole se věnuji videorekordéru, který divákům dovolil, aby si čas, kdy budou pořad sledovat, sami zvolili. S tím již souvisí samotné sledování stažených seriálů, které umožňuje obdobnou volnost. V následující kapitole se pak vrátím k televizi a vyložím možnosti jejího sociálního využití. Na závěr představím fenomén „nového seriálu“, což je typ seriálu, který je nejčastěji stahován, a charakterizuji, co znamená být příslušníkem kultu určitého seriálu (aby bylo možné zjistit, do jaké míry jsou mezi lidmi, kteří seriály stahují, tito příslušníci kultu zastoupeni).

Prostředkem dosažení odpovědí na otázky, které vyvstaly v teoretické části, jsem zvolil hloubkové rozhovory s osobami, které sledují seriály stažené prostřednictvím internetu. Tyto rozhovory byly následně analyzovány pomocí kvalitativních metod (konkrétně se jedná o metodu vytváření trsů a zachycení vzorců). Metodologii výzkumu se věnuji v samostatné kapitole, která předchází přehledu výzkumných zjištění.

I. Teoretická část práce

1. Principy stahování prostřednictvím internetu a jejich historie

Dříve než přistoupím k samotnému popisu principu stahování a jeho historii, je zcela nezbytné vysvětlit pojmy, se kterými od samého počátku operuji. V první řadě se jedná o pojmy sdílení (uploading) a stahování (downloading). Sdílením se obecně míní „zpřístupnění nebo nabídnutí určitého objektu (informace), který se nachází v paměti počítače, nebo části výpočetního výkonu ostatním účastníkům“ (Ryšánek 2007: 7). Pod tuto velice obecnou definici se samozřejmě vejde sdílení dat více uživateli v rámci jednoho počítače, případně lokální sítě. V rámci předkládané práce je však důležité, že se vztahuje i k umožnění přístupu ostatním uživatelům některého z výměnných systémů k datům, které se nacházejí v paměti počítače některého z nich. Stahování je oproti tomu získání (přesně řečeno zkopírování) dat umístěných v jiném počítači. Na rozdíl od sdílení děl podléhajících copyrightu je jejich stahování pro vlastní potřebu legální (ovšem s výjimkou softwaru). Aby však mohl jeden stahovat, musí někdo jiný sdílet, což je achillovou patou výměnných sítí (Štorkán 2007). Reakcí na to jsou co nejvíce decentralizované sítě, které jsou velice těžko právně vypnutelné.

Dalším důležitým pojmem je „warez“. Toto slovo, které pochází z anglického „wares“ (zboží), je nejčastěji chápáno jako „souhrnný pojem pro označení autorských děl, s nimiž je nakládáno bez souhlasu jejich tvůrců“ (Ryšánek 2007: 19). Za uvolnění warezu ve většině případů stojí celé skupiny osob, obvykle nazývané distribuční, vydavatelské či pirátské. Důležité přitom je, že vše probíhá na neziskové bázi. Podle Litmanové (2003: 8) je hnacím motorem této činnosti touha lidí sdílet, jedná se podle ní o tzv. ekonomiku daru (gift economy).

Na úvod je také vhodné zkoumaný fenomén stahování prostřednictvím internetu uvést v kontextu širšího rámce dvou jevů, jejichž je pouhou součástí. Těmito jevy jsou společnost sítí (fáze stahování obsahů) a mediální konvergence (fáze sledování obsahů).

Van Dijk (1999: 220) definuje společnost sítí jako „formu společnosti, ve které jsou vztahy ve stále rostoucí míře organizovány prostřednictvím mediálních sítí, jež doplňují a nahrazují sociální sítě založené na komunikaci tváří v tvář“. Mediální sítě se tak podle něj stávají hlavní způsobem organizace a nejdůležitější strukturou moderní společnosti. Na rozdíl od Castellse (1996, cit. dle Van Dijk 2005: 146) však nepovažuje tyto sítě za základní kameny současných společností, těmi podle něj zůstávají stále individua, skupiny a organizace, ačkoliv oproti dřívější masové společnosti již netvoří jejich fyzická spolupřítomnost hlavní

způsob organizace a strukturu společnosti (van Dijk 2005: 146 a 1999: 220). Internet, který je nejdůležitější mediální sítí na úrovni jednotlivců umožňuje sdílení a stahování souborů, tedy jakousi výměnu zboží bez jakékoliv kontaktu mezi účastníky. Stačí pouze zadat požadavek a síť samotná vše zařídí, aniž by bylo nutné druhého kontaktovat či o něm cokoliv vědět.

Stahování různorodých mediálních obsahů navíc způsobuje, že se z počítačů (ne vždy nutně) připojených k internetu stává elektronické médium, které digitálně integruje analogová a dříve separátně užívaná tištěná a audiovizuální média. Stejně obsahy tak mohou recipienti přijímat prostřednictvím různých kanálů, což implikuje odlišné typy recepce (Jenkins 2008: 11). Tento jev se nazývá konvergence. Jedná se o proces, který se snaží využít jak mediální společnosti, aby prostřednictvím různorodých kanálů zvýšili tok mediálních obsahů a zasáhly co nejširší spektrum publik, tak konzumenti, jež se snaží tyto nové mediální technologie použít k větší kontrole nad mediálním tokem a interakci s dalšími konzumenty (Jenkins 2008: 18). K tomu ale zároveň Van Dijk (1999: 204) uvádí, že technologická konvergence nemusí automaticky vést ke konvergenci na úrovni sociálních praktik, tj. že nemusí mít pro konzumenty nějaké praktické využití. To se však nepochybně netýká využití počítačů jako mediálních strojů. Komputerizace médií, tj. jejich převedení na počítačová data (Manovich 2002: 46), je totiž velkým zájmem uživatelů, jak se pokusí předkládaná práce ukázat.

Pro samotné přiblížení principů výměnných sítí je nezbytné nejprve důkladně vysvětlit technologii peer-to-peer (P2P). Zde se však hned skrývá potíž. Literatura (v drtivé většině má podobu článků zveřejněných na internetu) nabízí změř' nejrůznějších definic, jejichž jistá zmatečnost plně odpovídá složitosti problému. Široce akceptované úzce vymezené definici brání mnohostrannost a různorodost, jež je s peer-to-peer technologií neoddělitelně spojená. Neexistuje tedy obecný souhlas, co je a co není peer-to-peer. Androutsellis-Theotokis a Spinellis (2004) tento fakt přisuzují skutečnosti, že systémy či aplikace nejsou označovány jako peer-to-peer na základě své architektury či vnitřních operací, ale jednoduše proto, že vzbuzují dojem přímé interakce mezi počítači. Právě od tohoto dojmu se však podle mého názoru můžeme při přibližování pojmu peer-to-peer odrazit. Vymezuje jej totiž proti jeho protikladu, jímž je síťová architektura klient-server. Ať již existuje nějaký zprostředkující server či nikoliv, účastníci peer-to-peer sítě vůči sobě vystupují jako server a klient zároveň, čímž vzniká tzv. „servent“.¹ Pro funkčnost takové sítě je nezbytné vzájemné sdílení hardwarových zdrojů. Druhou základní charakteristikou peer-to-peer architektury počítačových sítí je adaptabilní síťová topologie, která se za účelem dosažení spojitosti

¹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Servent>

a žádoucího výkonu mění v závislosti na tom, jak jednotliví účastníci připojují a odpojují. Androutsellis-Theotokis a Spinellis (2004) na základě těchto charakteristik předkládají definici peer-to-peer architektury počítačových sítí:

Peer-to-peer systémy jsou distribuční systémy skládající se z propojených účastníků, schopných se samostatně organizovat do síťových topologií a to za účelem sdílení zdrojů, například obsahů, CPU cyklů, skladovacích kapacit či přenosového rozsahu, způsobilé adaptovat se na poruchy a přizpůsobovat přechodné soubory uzlů při dosažení přijatelné konektivity a výkonu bez potřeby zprostředkování či podpory ze strany centralizovaného serveru nebo autority.

Ačkoliv se předkládaná práce věnuje využití peer-to-peer architektury sítí pro výměnu datových souborů, je vhodné zmínit, že se uplatňuje ve velkém množství dalších aplikací. Asi nejznámější jsou komunikační aplikace, tzv. instant messaging (ICQ, MSN apod.), které poskytují infrastrukturu pro přímou komunikaci mezi počítači v reálném čase. Dalšími kategoriemi jsou distribuce výpočetního výkonu (CPU cyklů, např. *seti@home*), online hry, služby internetové podpory či speciální databázové systémy. Nejvýznamnější peer-to-peer kategorií je však distribuce obsahů. Sem patří vedle peer-to-peer infrastruktur, které nepředstavují funkční aplikace, ale poskytují aplikační rámec na p2p bázi a p2p systémů sloužících k vydávání a uchovávání obsahů dostupných pouze uživatelům s přístupovými právy i peer-to-peer výměnné sítě.

Přestože přesný výklad termínu peer-to-peer předpokládá úplnou decentralizaci, ve skutečnosti tomu tak vždy není. Pod označení peer-to-peer se vejdou architektury výměnných sítí na různém stupni centralizace. V zásadě je lze rozdělit do tří kategorií: čistě decentralizované architektury, částečně centralizované architektury a hybridní architektury.¹ V čistě decentralizované architektuře neexistuje vůbec žádný koordinační server a všechny počítače mají povahu uzlu. Účastníci takové architektury sítě se právem označují termínem „servent“. Příkladem může být Gnutella či FreeHaven.

¹ Někteří autoři (např. Schollmeier 2002) dělí peer-to-peer sítě pouze na dva typy: čistě a hybridní. Případně tyto dva typy architektury peer-to-peer sítí označují prostě jako decentralizované a centralizované (viz <http://www.usna.edu/Users/cs/adina/teaching/it462/spring2009/slides/Gnutella.pdf>). V obou případech nerozlišují čistě decentralizované a částečně centralizované architektury. Vzhledem k odlišnosti těchto dvou architektury je podle mého názoru trijádové dělení přesnější.

Princip částečně centralizované architektury (nejznámějším příkladem je protokol Fast Track) je v zásadě stejný jako u čistě decentralizované architektury, ovšem s tím rozdílem, že některé uzly hrají zásadnější roli než jiné a stávají se tzv. „superuzly“ (supernodes). Slouží totiž jako lokální centralizovaný řídicí a indexový servert. Způsob, jakým je některým uzlům tato role přisouzena se liší systém od systému. Vždy se však jedná o dynamický proces: ihned jak se „supernode“ odpojí, je nahrazen jiným. Po přijetí požadavku na určitý soubor „supernode“ nejprve prohledá seznamy souborů počítačů k němu připojených. Pokud požadovaný soubor nenajde, odešle dotaz ostatním „supernodům“.

V případě hybridní architektury, jejímž příkladem je notoricky známý Napster, usnadňuje interakci mezi „peery“ server, který uchovává metadata o souborech uložených na jednotlivých uzlech. Přestože výměna těchto souborů probíhá pouze mezi těmito uzly, centrální server usnadňuje tuto interakci tím, že identifikuje uzly, které uchovávají konkrétní soubory. Zároveň je však i nejslabším článkem této architektury, protože ji činí velice zranitelnou. A to jak z hlediska problémů technického rázu, tak hlediska cenzury či vnějšího útoku.

Ačkoliv samotná myšlenka výměny souborů mezi jednotlivými uživateli bez použití zprostředkovatele ve formě serveru se objevuje již v roce 1969 v RFC 1, normě, která obsahuje doporučené standardy síťových protokolů, vývoj výměnných sítí typu P2P, v podobě v jaké je známe dnes, začal poměrně nedávno. Sdílení datových souborů má však mnohem delší historii.

V určitém smyslu se s ním můžeme setkat již v případě Bulletin Board Systems (BBS, v českém prostředí se vžil výraz „BBSky“), jejichž vznik lze datovat na počátek sedmdesátých let a úpadek do poloviny let devadesátých, kdy začal překotný rozvoj internetu.

Po technické stránce je BBSka počítač, umožňující vzdálený přístup uživatele ke svým zdrojům. Ty mohou být opravdu nejrůznější, od jednoduchých textových zpráv, zveřejňovaných stylem "nástěnka" (odsud patrně i anglické "Bulletin Board"), přes nabídku souborů uspořádaných do různých knihoven, interaktivní služby (například hry) a různé chaty a diskuse, až po elektronickou poštu a přístup k Internetu (Peterka 2005).

Fungování stanice BBS zajišťoval řídicí program, který na daném počítači běžel bez přímé obsluhy. Ačkoliv by se mohlo zdát, že tedy fungoval jako server, spíše než o řešení klient/server se jednalo o model host/terminal, jelikož uživateli zprostředkoval výstupy

BBSky jednoduchý terminál (Peterka 2005). Uživatelé se k BBSkám připojovali pomocí modemu přes telefonní linky. Vzhledem k vysoké ceně za hovory do vzdálených míst měly BBSky pouze lokální charakter. Bohatší uživatelé však stahovali data i ze vzdálených BBSek a uploadovali je do jiných ve svém okolí.¹

Na počátku osmdesátých let se objevil systém diskusních skupin USENET. Tento systém již umožňoval výměnu zpráv, e-mailů a souborů na základě přímého propojení počítačů. Za přímého předchůdce současných peer-to-peer systémů můžeme považovat Internet Relay Chat (IRC). Jedná se o komunikační prostředek fungující na protokolu Client-to-Client, který je považován za základ pro dnešní výměnné systémy (Ryšánek 2007: 9). Nutno říci, že se jednalo primárně o komunikační prostředek, který však umožňoval i výměnu souborů. Jedinou možností, jak vyhledat určitý soubor však bylo složitě se ptát ostatních uživatelů, zda jej nemají. Na rozdíl od BBSek (a soukromých anonymních FTP serverů², které také umožňovaly stahování warezu) ale nevyžadoval znalost tajných adres či hesel a byly tudíž běžnému uživateli nejpřístupnější (Ghosemajumder 2002: 14). Přesto se sdílení a stahování přes IRC nikdy masově nerozšířilo.

Skutečný průlom nastal v roce 1999, kdy se objevil Napster, první peer-to-peer síť určená ke sdílení dat. Warez díky němu přestal být záležitostí hrstky nadšenců a stal se vpravdě masovou záležitostí. Stačilo pouze nainstalovat aplikaci a bylo možné stahovat data od kohokoliv, kdo ji měl také nainstalovanou. V době svého rozmachu měl Napster takových uživatelů po světě 25 milionů (Krasek 2008). Ačkoliv tehdy internet ani zdaleka nedosahoval rychlosti jako v současnosti, stačila již oproti dřívějšímu období na to pohodlně stáhnout poměrně velké množství dat.

Napster využíval obdobnou technologii jako ve stejné době se rozvíjející instant messaging, tj. peer-to-peer principy s koordinačním serverem. Na tomto centrálním koordinačním serveru byly umístěny seznamy skladeb připojených uživatelů. Jednalo se tedy o hybridní architekturu sítě. Jak bylo zmíněno výše, slabým místem této architektury je použití centrálního serveru. Jednak jakákoliv porucha serveru znemožňovala vyhledávání, jednak ke zrušení sítě stačilo vypnout pouze tento server. A tak se také v červenci 2001 stalo. Po sérii žalob od jednotlivých interpretů či nahrávacích studií, byl nakonec Napster zažalován hudebním průmyslem jako celkem. Spor prohrál a byl shledán vinným z napomáhání při nepřímém porušování autorského práva. Podstatným argumentem obžaloby přitom bylo, že si

¹ <http://www.textfiles.com/history/alancasterteen.txt>

² FTP (File Transfer Protokol) je protokol na principu klient-server. Umožňuje řízení přístupu (přihlašování login/heslo). FTP server poskytuje data pro další počítače. Klient, který se k němu přihlásí, může provádět různé operace, například přenos dat.

byl nejen vědom protiprávního jednání svých uživatelů, ale že toto jednání i vědomě podporoval (Ryšánek 2007: 10). Pokud by však zabránil šíření nelegálního obsahu, mohl fungovat dál. To se záhy ukázalo jako nemožné a tak musel být vypnut. Ihned však začaly vznikat nové peer-to-peer sítě, které se poučily z této slabiny Napsteru. Snaží se tak být nezávislé na jakémkoliv centrálním serveru a tím i méně napadnutelné.

Prvním významným nástupcem Napsteru se stala Gnutella. Ta již funguje jako čistá peer-to-peer síť, a to na jakémsi stromovém principu. Každý klient si po připojení do sítě musí nejprve vyhledat další klienty (minimálně jednoho, maximálně pět), na které se připojí. Většinou se tak děje pomocí seznamu zaručeně fungujících uzlů, který je obsažen již v programu a je průběžně aktualizován. Dotaz na soubor je pak přeposílá mezi jednotlivými připojenými uživateli, dokud není soubor u některého z nich nalezen. Uživatel, u kterého byl soubor nalezen, pak kontaktuje hledajícího (původně se odpověď vracela stejnou cestou, později byly k dotazu připojeny informace o tom, kdo jej zadal a odpověď tak může směřovat přímo k němu). Tyto odpovědi s sebou nese IP adresu a číslo portu uzlu se souborem. Zahájení přenosu dat pak následuje. Velkou výhodou této čistě decentralizované architektury je, že síť nemůže být nikdy vypnuta tím, že se odpojí nějaká její součást.

Přibližně ve stejné době jako Gnutella (konkrétně v březnu 2001) se objevil protokol částečně centralizované sítě Fast Track (bližší popis viz výše). Přestože tvůrci tohoto protokolu nikdy nezveřejnili jeho zdrojový kód, vzniklo několik klientských aplikací. Nejznámějšími jsou KaZaA a Grokster. KaZaA doplatila na svou dosti divokou koncepci (Štorkán 2007). Díky ní byla zaplavena spywarem a zavirovanými, falešnými či poškozenými soubory. Falešné soubory sem nezřídka umísťovaly nahrávací společnosti. Tato zásadní nedůvěryhodnost vedla k odlivu uživatelů k jiným sítím. Grokster byl zase v červnu 2005 uznán Nejvyšším soudem Spojených států vinným z porušování autorského práva svými uživateli. Ve svém rozsudku soud definoval nový typ druhotné odpovědnosti za porušení autorského práva, konkrétně tzv. podnět (inducement):

Ten, kdo distribuuje zařízení s cílem propagovat jeho užívání směřující k porušování autorských práv buď výslovným projevem, nebo jinými souhlasnými kroky podniknutými k podpoře porušování (autorských) práv, je odpovědný za výsledné porušení práva třetími stranami (Topka 2006).

Uživatelé tak byli nuceni hledat alternativu. Tou nejúspěšnější se ve své době ukázal systém Direct Connect. Nejedná se o síť v pravém slova smyslu, ale spíše o soustavu menších

neprovázaných skupin uživatelů. To souvisí s jeho původním určením: měl sloužit pro zjednodušení komunikace a výměny dat mezi pracovníky firem. Časem jej ovšem začaly využívat specifické komunity, pro něž také programátor Jack Sieka vytvořil klienta DC++, který následovalo mnoho dalších, mimi jiné ceněný Strong DC++ od českého autora vystupujícího pod přezdívkou Big Muscle (Krasek 2008). Pomocí těchto klientů se uživatelé připojují na tzv. huby, de facto servery, které umožňují jejich komunikaci a vyhledávání souborů. Z toho vyplývá, že Direct Connect je velmi specifickým typem architektury p2p sítě. Využívá totiž množství zprostředkujících serverů, které jsou na sobě zcela nezávislé. K decentralizaci tedy dochází na jiné úrovni než třeba u Gnutelly: kdokoli si může založit vlastní hub a přilákat komunitu uživatelů. To má výhodu i v tom, že tyto administrátoři bdí nad správností sdíleného obsahu a dodržované pravidel daného hubu. Nevýhodou je naopak malý počet uživatelů (řádově stovky) na jednotlivých hubech. Vážným bezpečnostním problémem je snadná identifikace uživatelů IP adres a lokální zakotvenost hubů. Systém jako takový je ze své podstaty rezistentní vůči žalobám, nikoliv však provozovatelé hubů a koncoví uživatelé.¹

Novější sítě jako jsou eDonkey nebo BitTorrent tento problém částečně vyřešily. Nabídlý totiž relativně anonymní centrální servery, skrytou totožnost uživatelů a po neurčitých drahách proudící miniaturní části souborů. Tím učinily monitorování mnohem složitější.

eDonkey je síť skládající se z několika stovek vyhledávacích serverů. Je přitom jedno, na který se uživatel přihlásí, protože jsou na rozdíl od systému Direkt Connect vzájemně propojené. Tvůrce a provozovatel této sítě, společnost MetaMachine, stáhl po nátlaku ochránců autorských práv svého klienta, nicméně síť není možné z povahy protokolu zastavit. Protokol je otevřený a vzniklo k němu několik klientských (např. eMule) a serverových aplikací. Rozčlenění souborů umožňuje, aby uživatel nabízel během stahování ostatním již stažené části. To však zároveň znemožňuje pouze pasivně stahovat, jelikož automaticky sdílí kdokoli, kdo stahuje. Michel Bauwens (Burns 2008: 245) tento jev nazývá „Participation Capture“ (zajetí v účasti).

Rozčlenění souborů umožňuje i síť BitTorrent. Jinak se ale od eDonkey a jiných peer-to-peer sítí liší tak zásadně, že mezi ně není někdy ani řazen (Ryšánek 2007: 14-15). Její součástí totiž není žádné vyhledávání. To zajišťují speciální www servery², které obsahují či vyhledávají tzv. (bit)torrenty, malé soubory nesoucí metadata požadovaných souborů.

¹ Více například na <http://www.lupa.cz/clanky/v-cr-probiha-rozsahly-zatah-proti-uzivatelum-p2p-siti/>

² např. <http://isohunt.com>, <http://www.mininova.org/>, <http://thepiratebay.org/> aj.

Nejdůležitějšími metadaty jsou název, velikost, adresa trackeru (speciální server, který, aniž by přes něj tekla vyměňovaná data, spojuje uživatele stahující stejný soubor a snaží udržovat jejich aktuální seznam), velikost částí a informace, jak z těchto částí vytvořit celek. Zájemce si je stáhne do klientské aplikace (populární jsou např. µTorrent či Azureus), která se připojí k trackeru, z něž získá informace o všech uživatelích, jež soubor nabízejí (tj. mají jej již celý stažený, nazývají se seeds) nebo stahují (tzv. peers) a následně jej od nich začne stahovat (pokud možno od více najednou různé části).

Bittorrent vznikl v roce 2001 původně za účelem levného šíření objemných dat. Zdrojový kód byl vydán pod BitTorrent Open Source Licencí, což vedlo ke vzniku nejrůznějších klientských aplikací, jejichž účelem je jak šíření legálního obsahu (distribuce Linuxu či updatů hry World of Warcraft), tak warezu. Mezi warezem šířeným prostřednictvím torrentů hrají zásadní roli objemné soubory, tedy mimo jiné právě televizní seriály. Ty ve skutečnosti podle některých statistik tvoří až polovinu souborů stažených prostřednictvím torrentů.¹ Tato skutečnost je o to zajímavější, že seriály tvoří pouze přibližně 10 procent dostupných torrentů. Z toho vyplývá, že na jeden k seriálu odkazující torrent připadá v průměru několikanásobně více stažení než na ostatní torrenty. Stahování hudby, která tvořila většinu warezu šířeného předchůdci bittorentu, se přitom stále více přesouvá na úložiště dat, jako je například Rapid Share.² Výjimkou však jistě není ani stahování seriálů přes Rapidshare, tudíž je potřeba zmínit se krátce i o něm.

Jak již bylo naznačeno, RapidShare se obrací k technologii p2p zády. Jedná se totiž o systém upload serverů. Data tedy nejprve musí být uživateli nahrána na server, odkud jsou následně jinými uživateli stahována. Financování projektu přitom zajišťují placené prémiové účty, jejichž majitelé mohou stahovat bez omezení, která jsou určena běžným uživatelům (čekání na zahájení stahování, omezená rychlost a patnácti minutová prodleva mezi stahováním jednotlivých souborů).

¹ např. <http://torrentfreak.com/50-percent-bittorrent-downloads-tv-080214/> či <http://torrentfreak.com/bittorrent-in-focus-tv-series-are-hot/>

² <http://www.zive.cz/Bleskovky/Padesat-procent-stahovanych-torrentu-tvori-televizni-serialy/sc-4-a-140352/default.aspx>

2. Stahování a televizní trh

Roland Barthes (2007: 149) prohlásil, že žádné vyprávění nemůže vzniknout, aniž by se bylo schopno směřovat, tj. podrobovat se jisté ekonomii. V části své práce S/Z nazvané Vyprávění - smlouvy doslova píše:

nevypráví se proto, abychom někoho „rozptýlili“, „poučili“ nebo abychom uspokojili jisté antropologické praktikování významu. Vypráví se proto, abychom výměnou něco obdrželi, a tato směna je zpodobněna ve vyprávění samém: vyprávění je zároveň produkt i produkce, zboží i obchod, vklad i nositel tohoto vkladu (Barthes 2007: 150).

Jakékoliv televizní vyprávění samozřejmě není výjimkou. Divák logicky musí za shlédnuté pořady nějak zaplatit. Neplatí však přímo (výjimkou jsou samozřejmě placené a částečně i veřejnoprávní kanály), ale za to často dvakrát. V placení totiž existuje mezistupeň a tím jsou zadavatelé reklamy. Neplacené komerční kanály jsou financovány společnostmi, které si u televizního provozovatele platí reklamní čas. Tyto společnosti si od toho slibují lepší prodej svých produktů. Divák pak platí nejen televiznímu provozovateli svým časem, během něž sleduje reklamy, ale potenciálně i zadavateli reklamy tím, že si inzerovaný výrobek na základě shlédnutého reklamního spotu koupí, plus zvýšenou cenou výrobku, kterou si reklamní kampaň vyžádala.¹

Televizní obsahy se na internetu objevují samozřejmě bez reklam. To tedy na první pohled narušuje samotnou podstatu televize. Diváci sice konzumují televizní obsahy, ale již neplatí svým časem stráveným sledováním reklamních bloků. Je jistě otázkou, jak lidé, kteří stahují seriály, své jednání vnímají. Těžko by se jim však dalo divit, pokud by na svém jednání nespátkovali nic pro televizní trh škodlivého. Jak píše Angová (1985: 84): „televize (...) je kulturní praktika, která má z velké části povahu zvyku: je okamžitě dostupná, nahodilá a zadarmo“. A samy komerční televize rády prezentují, že je jejich program zadarmo. Pesce (2005) k tomu dodává:

Jedná se o důsledek toho, jak je půlstoletí televize a desetiletí internetu naučilo se chovat. Nelze si stěžovat, že jednoduše dělají to, co jim bylo řečeno. Je naprosto

¹ Zvýšenou cenu výrobku pak paradoxně platí i reklamní kampaní zcela nezasažení zákazníci.

zbytečné snažit se změnit jejich jednání, protože by to byl v podstatě boj proti televizi samotné, proti chování, které vzešlo z našeho vztahu k technologii.

A mnohé televizní společnosti si uvědomují, že právní boj proti sdílení televizních pořadů nemá cenu. Ředitelka skupiny Disney-ABC Anne Sweeneyová konkrétně prohlásila: „Piráství nyní chápeme jako obchodní model, který na trhu existuje, aby uspokojil potřeby konzumentů, kteří chtějí televizní obsahy *on demand*“.¹ Disney-ABC tedy považuje pirátství za konkurenci, se kterou se snaží soutěžit tím, že již v roce 2004 jako jeden z prvních nabídl své seriály online. Činil tak ovšem za peníze, což podle mého názoru a vzhledem k výše zmíněnému stavělo tuto službu opět do konkurenční nevýhody. V současnosti již nabízí pořady prakticky ihned po odvysílání zdarma, avšak samozřejmě s reklamami (tato služba je však vzhledem k mezinárodnímu právu nedostupná uživatelům mimo Spojené státy). Umístování vlastních pořadů online se mezitím stalo naprostým standardem, a to i v České republice. O nerentabilitě modelu placení za stažení v České republice vypovídá nedávné zrušení internetové videopůjčovny ČT, která za poplatek mimo jiné nabízela seriály v předpremiéře. Jak již bylo zmíněno výše, divák není přímo (a často ani vědomě) materiálně zainteresován v ekonomickém řetězci televizní produkce (samozřejmě s výjimkou placených kabelových programů). Proč by se měl tedy najednou přímo interesovat? Pesce (2005) doslova píše: „Lidé zaplatí za film, pokud se tak rozhodnou, ale nebudou platit za televizní pořady, když je mohou získat zadarmo“.

Je však dost možné, že „pirátství“ může mít pro televizní průmysl dokonce i pozitivní efekt. Člen torrentové distribuční skupiny EZTV skrývající se pod přezdívkou Boggibill to v rozhovoru pro server Torrentfreak.com popsal takto:

(...) jedině možné dopady, které vidím, jsou pozitivní; bezplatná publicita, která může mít za následek větší ohlas (...) a prodeje DVD – chápu to tak, že mnoho lidí, kteří stahují televizní seriály, je zanícenými televizními fanoušky a koupí si DVD boxsety svých oblíbených seriálů. Mnoho z nich jsou také cizinci, kteří by tyto seriály neměli možnost jinak vidět.²

¹ Dostupné na <http://torrentfreak.com/disney-says-piracy-is-a-business-model/> [staženo 1.8.2009] On demand je typ pořizování videa, který divákovi umožní, aby měl přístup ihned.

² Dostupné na <http://torrentfreak.com/meet-eztv-the-leading-tv-torrent-distribution-group/> [staženo 1. 8. 2009]

Tento názor podporuje příklad sci-fi seriálu *Battlestar Galactica*, o jehož produkční náklady se dělili dva televizní partneři: bristký program SkyOne a americký SciFi Channel. SciFi Channel se vzhledem k americké televizní sezóně rozhodl s odvysíláním pilotního dílu počkat až na začátek roku 2005, zatímco SkyOne jej zařadil již na 18. říjen předchozího roku.¹ Ve Velké Británii jej tak bylo možné vidět o tři měsíce dříve než ve Spojených státech. Britští fanoušci žánru sci-fi jej samozřejmě ihned začali sdílet prostřednictvím BitTorrentu a seriál se tak k americkým divákům dostal ještě před svým oficiálním uvedením v USA. Přesto se stal na SciFi Channelu nejsledovanějším pořadem vůbec (Pesce 2005). Axel Burns (2008: 250-1) to vysvětluje tak, že se BitTorrent ukázal jako účinný prostředek virálního marketingu. Za stáhnutí stál fanouškům žánru, kteří rozšířili zprávu o jeho kvalitě i k běžným divákům. Televizní studia si tuto skutečnost začala uvědomovat a používají BitTorrent jako marketingový nástroj. Jenji Kohanová, autorka seriálu „Weeds“, v rozhovoru pro časopis *Advertising Age* prohlásila, že je ráda, když má její seriál díky stahování více diváků.² Existuje tak široce rozšířené podezření, že nechávají dokonce uniknout neodvysílané pilotní díly (Pesce 2005). Redaktor serveru *Torrentfreak.com* s přezdívkou *Smaran* například přinesl svědectví nejmenovaného manažera studia Warner Brothers, že osobně zařídil únik prvního dílu seriálu *Pushing Daisies*.³ Podle svých slov si chtěl být jistý, že se seriál „dostal ven“.

Podle mnohých autorů (Leadberger, Miller 2004, Benkler 2006, Burns 2008) vytváří peer-to-peer sdílení nový distribuční systém. Leadberger a Miller (2004: 10) doslova píše, že „sdílení souborů na principu udělej si sám, se kterým přišel Napster, jeho potomek Kazaa a další, vytvořilo Pro-Am⁴ peer-to-peer distribuční systém“. Zásadním rozdílem oproti dosavadním distribučním systémům spočívá v tom, že se nejedná o distribuční model one-to-many, nýbrž many-to-many (Burns 2008: 247). Uživatelé peer-to-peer sítí totiž obsahy samozřejmě jen nestahují, ale také je šíří dál. Jak již bylo řečeno výše, v případě BitTorrentu se tomu nedá nijak vyhnout, jelikož v průběhu stahování je již stažený obsah automaticky

¹ Pesce (2005) označuje toto datum za „den, kdy zemřela televize“.

² http://adage.com/abstract.php?article_id=119708

³ <http://torrentfreak.com/television-studios-embrace-bittorrent/>

⁴ Zkratka Professional-amateur. Tzv. profesionální amatéři provozují ve svém volném čase určitou činnost, která splňuje profesionální standardy. Do značné míry se kryje s termínem „serious leisure“, tedy seriózní odpočinek (Stebbins 1992, cit. dle Lacey, Longhurst 1998:131). Pokud tento amatérský entuziazmus přeroste v profesionální činnost, mluvíme o tzv. „petty producers“, titěrných producentech (Lacey a Longhurst 1998: 140).

nabízen ostatním uživatelům. Tento distribuční systém je tak vpravdě prosumentický¹, protože uživatelé konzumují i distribuují zároveň.

V oblasti televize, která vždy byla typickým příkladem masového média, jehož základní charakteristikou je, že jeden komunikátor přenáší sdělení k mase vzájemně izolovaných recipientů, je to posun obzvlášť razantní. Díky decentralizaci, kterou umožnila technologie peer-to-peer, si je totiž poprvé možné představit televizi, která by nebyla šířena pomocí vysílání (Burns 2008: 252). Pesce (2005) mluví o takzvané hyperdistribuci. Samozřejmě existuje možnost standardního internetového vysílání přes server (ať se již jedná o vysílání v reálném čase či podcasting²), kterého hojně využívají rozhlasové stanice. U televize však tento formát funguje velice problematicky, což je způsobeno jednak náročností obsluhy velkého množství zájemců, jednak obtížným technickým řešením situace, kdy program chtějí sledovat lidé po celém světě (Mára 2007).

Klíčem k úspěchu je skutečnost, že hyperdistribuce nevyžaduje změnu ekonomických návyků publika (Pesce 2005). Reklamu je možné vložit přímo do video souboru nebo inzerovat na stránkách torrentového vyhledavače a uživatel již nic platit nemusí. První televizi, která využívá hyperdistribučních principů, je služba Joost, jež funguje jako televize on demand. Důležité je, že video nabízí v kvalitě, která se blíží standardnímu televiznímu vysílání (Mára 2007).

¹ Prozument (prosumer) je termín amerického futurologa Alvina Tofflera (1984: 265) označující konzumenta, který je zároveň výrobcem (producentem) nebo alespoň svou spoluprací produkci výrazně ovlivňuje. V případě peer-to-peer sítí samozřejmě nejde o samotnou produkci obsahů, ale o produkci jejich šíření.

² Vysílání prostřednictvím nahraných souborů, které si může posluchač přehrát v době, kterou si sám vybere.

3. Teorie seriálové narace

Pro účely další práce je také nutné blíže přiblížit problematiku seriálové (a sériové) narace a objasnit, jak bude dále nakládáno s vybranými termíny. Základní vlastností fiktivních televizních pořadů na pokračování je serialita. Lze ji popsat jako způsob tvorby příběhu pomocí specifické kombinace aspektů, které jsou společně izolovaně vysílaným jednotkám, dostupným v určitých časových intervalech. Její součástí je tedy kontinuita (specifická kombinace aspektů) a epizodicita (vysílání izolovaných jednotek, které jsou dostupné v určitých časových intervalech). Důležitá je též tvorba příběhu, jelikož prostá kombinace kontinuity a epizodicity je vlastní veškerým pravidelně vysílaným televizním pořadům (zpravodajství, publicitika, talk shows atd.).

Z hlediska struktury narace se fiktivních televizní pořady na pokračování rozlišují na seriál a sérii. Předem je nutné říci, že toto dělení je čistě teoretické a později se pokusím ukázat jeho problematičnost. Hlavním rozdílem mezi těmito dvěma typy je způsob, jak přistupují k vývoji děje mezi epizodami. U sérií jednotlivé díly nezačínají tam, kde předchozí skončily. Každá epizoda tak obsahuje vlastní nastolení problému i závěr. Barthesův (2007: 32-33) hermeneutický kód, tedy „soubor jednotek, jejichž funkcí je artikulovat různými způsoby nějakou otázku, odpověď na ni, a také rozličné akcidenty, jež mohou připravovat otázku nebo zdržovat odpověď (...)“, se v sériích uplatňuje vždy nově na počátku každé epizody. Veškeré otázky jsou pak do konce epizody vyřešeny. Mezi jednotlivými díly tak chybí kauzalita a vývoj (Hagedorn 2005: 43-4). Serialita je zde vlastně cirkulární, lze ji připodobnit k pojetí času v předmoderních společnostech. V každé epizodě (stejně jako u těchto společností v každém novém roce) dochází k regeneraci času, protože vše, co se doposud událo, je zapomenuto a nastává jakési nové „zrození“ (Eliade 2003: 45).

Serialita seriálů je oproti tomu lineární (stejně jako vývojové pojetí dějin v moderní společnosti), každý díl začíná tam, kde předchozí skončil, přičemž každý obsahuje více paralelních dějů (intraepizodicky je tak příběh sestaven na základě principu paralelismu, což je podle Olteana [1993: 18-9] další rozdíl od sérií, které jsou intraepizodicky dějově sekvenční neboli lineární, tj. obsahují jediný příběh, který v rámci epizody plynule směřuje od zápletky k rozuzlení).¹ Hermeneutický kód se v seriálech neuplatňuje nově na počátku každé epizody, ale nezodpovězené otázky přetrvávají napříč díly, přičemž mohou vyvstat kdykoliv.

¹ Ve skutečnosti se však často setkáváme u sérií s díly, které obsahují dva příběhy, jeden hlavní, druhý, jenž je obvykle odlehčenější, vedlejší. Oba sice dospějí v rámci jednoho dílu k rozuzlení, avšak odehrávají se paralelně.

To, že nezodpovězené otázky přecházejí z dílu do dílu, propůjčuje seriálu vývoj a kauzalitu.¹ Typický pro seriály je přitom tzv. cliffhanger: „vyprávění je přerušeno ve chvíli největšího napětí, což nutí diváky sledovat další díl, pokud chtějí vědět, jak bude příběh pokračovat (Ang 1985: 53). V dřívějších filmových seriálech měly cliffhangery povahu náhle přerušené akce (hrdina často visel z útesu při souboji se svým protivníkem, odtud výraz cliff [útes] – hang [viset] – er). Následující epizoda pak začínala přesně na tom samém místě. Televizní seriály však tohoto typu cliffhangeru využívají jen zřídka (Ang 1985: 53). Daleko častěji se v nich setkáváme s tzv. psychologickým cliffhangerem:

epizoda nejčastěji končí v momentě, kdy se jedna z postav dostává do nové psychologicky konfliktní situace. (...) V jedné z dalších epizod, přičemž to nutně nemusí být ta bezprostředně následující, je pak ukázáno, jak se s tímto konfliktem postava vypořádala, nicméně čas mezitím postoupil a život pokračuje normálně dál (Ang 1985: 53).

Každý seriálový díl tedy končí dílčím vyvrcholením, které však místo toho, aby špelo k rozuzlení, otevírá novou záhadu (Butler 2007: 44). Barthes (Hagedorn 2005: 30 a 43) si povšiml, že jakákoliv narace se vyznačuje „pudem sebezáchovy“. Cliffhangery ukazují, že seriálová narace má tento pud vyvinutější než jakákoliv jiná.

Nejdůležitějším prostředkem kontinuity televizních seriálů však není podle Olteana (1993: 15) vývoj a kauzalita, ale postavy, které v něm vystupují. To mají televizní seriály i série společné. Zatímco v sériích však zůstávají hrdinové (subjekty) stejné a mění se jen objekty, tj. buďto jejich protivníci či naopak oběti, v seriálech jsou v neustálé permanenci stejné subjekty i objekty. Vztah subjektu a objektu určuje i to, co se „děje“ mezi epizodami, tj. během tzv. stáze (stasis) mezi děním (movement). Série využívají přechodného stádia non-movement (nepřítomnost dění): co se děje mezi díly je irelevantní, loutky takřikajíc zůstávají v krabici. V seriálech je oproti tomu to, co postavy dělají mezi epizodami důležité, zůstávají aktivní. Uplatňuje se zde tedy non-stasis (nepřítomnost stáze) stádium (Oltean 1993: 16-7).

Kromě postav dosahují série kontinuity i prostřednictvím jakéhosi narativního jádra, které se vyskytuje v každé epizodě. Kromě ústředních postav je to právě tato neustále se

¹ Toto duální rozlišení je naprosto základní a je možné nalézt i složitější dělení. Creeber (2004: 8) na příklad od seriálu, který špelo k rozuzlení, odlišuje tzv. mýdlové opery, které žádný dějový konec nemají. Zároveň nabízejí větší šíři paralelních dějů a nutně neuplatňují cliffhangery. Umberto Eco (Lacey 2000: 37) vztahuje serialitu i na filmový průmysl a nabízí čtyři kategorie: retake (pokračování úspěšného filmu), remake (přetočení úspěšného filmu), série (ve výše uváděném smyslu) a saga (typicky severoamerický typ seriálu, který se zaměřuje na osudy jedné rozvětvené rodiny).

vracející problematika, co zajišťuje divácký zájem. Jeremy Butler (2007: 37) uvádí příklad sitcomu Přátelé. Zde je skupina přátel krátce před třicítkou konfrontována se situacemi, jež vyplývají ze života obyvatel New Yorku, kteří ještě nejsou plně zakotveni v rodinném a pracovním životě.

Langford (2005: 19) ukázal, že ve skutečnosti dokonce i mnoho klasických sitcomů, o kterých se míní, že jsou typickými zástupci nelineární seriality, obsahuje prvky vývoje. Tyto prvky lze rozdělit do dvou skupin: zásadní změny v centrální zápletce či premise (např. změny lokace, tj. změny, které se odehrávají většinou v období mezi jednotlivými sezónami či na jejich konci, aby je mohli diváci lépe vstřebat a považovat za nově dané) a odhalení či vyřešení nějaké skutečnosti, které s sebou nese důsledky pro postavy nebo premisu. Existují i sitcomy, které spojují epizodickou cirkularitu s linearitou psychologického či emocionálního vývoje postav (Langford 2005: 21).

Rozdíly mezi sériemi a seriály se v posledních letech začaly stírat. Epizody, které by bylo možné odvysílat v jakémkoliv pořadí, aniž by postrádaly smysl, začínají být čím dál tím řidší i v sériích. Ty se ve stále rostoucí míře přiklánějí k dějovému vývoji (například Přátelé či Pohotovost). Vzniká tak formát, který Changová (2009) nazývá ne zcela přesně epizodickou sérií. Zároveň seriály částečně vývoj a kauzalitu upozadňují a poskytují tak možnost nesledovat každý díl. Příkladem takových seriálů, podle Changové (2009) epizodických seriálů, jsou například Sopranovi, Západní křídlo či Odpočívej v pokoji (Creeber 2004: 10-11). Tyto epizodické série a seriály podle Nelsona (1997: 38, cit. dle Creeber 2004: 4) často uplatňují tzv. flexi-narativitu, tedy proplétají množství vzájemně souvisejících i nesouvisejících kontinuálních dějových linek, čímž se blíží narativní komplexnosti mýdlových oper. Z tohoto důvodu začíná být značně problematické rozlišit, co je vlastně série a co seriál. V rámci zjednodušení tedy budu dále užívat pro obě kategorie v českém prostředí ustálený výraz seriál. Sérii budu od seriálu odlišovat pouze v případě potřeby zdůraznění jejich vzájemných odlišností. Vědomě se tak jistě dopustím mnohých nepřesností, avšak zároveň tím zamezím sporným označením, ke kterým by jistě zákonitě došlo.

4. Serialita jakožto garance sledovanosti

Televizním divákům chybí jakákoliv materiální kontrola nad vysílanými pořady (Hagedorn 1995: 30). Nemohou si zvolit, kdy budou vybrané pořady sledovat, to je čistě v moci těch, kteří vysílají. Tímto vysoce asymetrickým vztahem mezi podavatelem a příjemcem se televize zásadním způsobem liší od psaného textu a v menší míře i od filmů uváděných v kině (ty jsou sice promítány v určitý čas, ale opakovaně na různých místech). V dějinách technologie se průběžně objevovaly vynálezy, které se tuto nerovnováhu snažily tlumit. Ať už šlo o dálkový ovladač nebo videorekordér (kterému se budu podrobněji věnovat později), nepodařilo se nadvládu podavatele prolomit. Jsou však důkazem poměrně dlouhodobě trvající snahy.

Seriál, jakožto typický televizní formát, jde v této asymetrii nejdál. Serialita totiž diváky přímo ponouká, aby televizi sledovali pravidelně v určitý čas. Každá epizoda daného seriálu prostřednictvím kontinuity vlastně propaguje tu následující, čímž si televizní společnosti předem zajišťují publikum (Hagedorn 1995: 31). Extrémní formou kontinuity je v tomto smyslu vlastně cliffhanger. Jeremy Butler (2007: 44) poznamenává, že cliffhangery se neomezují pouze na přestávky mezi jednotlivými díly, ale i na reklamní pauzy. Diváci jsou tedy v průběhu reklam napnuti, jak bude příběh dále pokračovat, což jim brání začít sledovat jiný pořad. U sérií cliffhangery samozřejmě chybí (předreklamové nalezneme i zde). Jinak ale fungují obdobně, ovšem s tím rozdílem, že nevyžadují, aby diváci nutně shlédli každý díl. To Lacey (2000: 36-7) uvádí jako důvod, proč dávají televizní společnosti přednost sériím před seriály. Pokud totiž dojde z nějakého důvodu k výpadku sledovanosti seriálu, je to pro ně značný problém. Seriál se též v případě nezájmu diváků jistě hůře ukončuje. Může tak poměrně snadno dojít k situaci, kdy se televize musí potýkat s hodinami nesledovaného vysílacího času.

Pokud seriál zajistí určitému programu publikum, je pravděpodobné, že toto publikum u daného programu zůstane i na následující pořady. Funguje zde tzv. Nielsenův zákon setrvačnosti, a to i přes všudypřítomnost dálkového ovladače (Monaco 2004: 475). Hobsonová (2003: 41-5) ukázala na příkladu mýdlových oper, že pracovníci televizních programů s touto skutečností úspěšně pracují. Cituje Davida Liddimenta, někdejšího výkonného producenta klasické britské mýdlové opery *Coronation Street* a programového ředitele ITV: „Mýdlové opery jsou velice důležité, protože ve velkém přitahují pravidelné diváky a představují základní kámen jejich dalšího večerního sledování televize“ (Hobson

2003: 42). Není důvod, proč by stejným způsobem nemohly fungovat i jiné seriály než mýdlové opery.

Skutečnost, že seriály pravidelně zajišťují určité publikum, hraje zásadní roli pro inzerenty. Ti tak totiž mohou zacílit své kampaně na předvídatelná, konkrétně vymezená publika (nebo alespoň dostatečně velká publika). Řazení určitých typů televizních pořadů je tedy primárně určováno tím, jaká publika inzerenti potřebují, respektive, kdy jsou tato publika ochotna sledovat televizi (Tulloch 1990: 49). Schopnost zajistit určitá publika v určitý čas je tak hlavním faktorem, který stabilizuje vztah mezi inzerenty a televizními společnostmi. K tomu je ideálním prostředkem právě seriálová forma, jež umožňuje předvídatelné složení a velikost publika (nutno dodat, že prvky seriality v televizi uplatňuje velké množství pořadů, nejen seriály). Roger Hagedorn (1995: 32) k tomu poznamenává: „Pokud médium potřebuje publikum, uchýlí se k seriálu“.

5. Videorekordér a „posun času“

Vynálezci videorekordéru si mysleli, že bude sloužit k „posunu času“ (time shifting), tj. že umožní divákům sledovat televizní pořady nezávisle na vůli programových plánovačů (Monaco 2004: 523). Japonská společnost Sony (která brzy rozpoznala rostoucí touhu po flexibilitě) tak v 70. letech prezentovala domácí video jakožto novinku, jež dokáže zachytit vysílací tok (Kompere 2006: 338). Prezident společnosti Akio Morita argumentoval:

lidé nemusejí číst knihu ve chvíli, kdy je dodána. Tak proč by měli být nuceni sledovat televizní program ve chvíli, kdy je vysílán?¹

Nová technologie tak divákům umožňovala kdykoliv přehrávat nahrané pořady a vytvářet tedy de facto vlastní program. Diváci se vlastně mohli stát „aktivními spoluvůdci televizního zážitku“ (Massey, Baran 1990: 100). Někteří akademici tak rychle došli k závěru, že videorekordéry „vytvářejí novou éru masové komunikace“ (Levy 1983: 265). K tezi o skutečně aktivních divácích se přihlásili i mnohá prominentní jména televizního průmyslu. Zakladatel CNN Ted Turner například prohlásil: „Diváci mají bez diskusí větší moc a kontrolu, protože mají větší výběr“ (cit. dle Massey, Baran 1990: 101).

Odhlédneme-li od těchto teoretických změn v aktivitě diváků, mohla technologie videorekordéru za předpokladu svého masivního rozšíření přinejmenším prakticky zkomplikovat přetrvávající vysílací model. Destabilizovala by totiž ustálený vztah mezi inzerenty, vysílacími společnostmi a diváky. Reklamy by totiž bylo možné snadno přetočit (Kompere 2006: 340).

Hlavní právní útok proti technologii však překvapivě nepřišel právě od provozovatelů televizního vysílání (kteří se snažili různými způsoby udržet pozornost diváků i během reklam)², ale produkčních a distribučních filmových společností. Disney a Universal podaly na Sony žalobu, protože videorekordér podle nich umožnil uživatelům porušování copyrightu a společnost Sony jakožto výrobce z nelegálního chování svých zákazníků profitovala a měla tedy být odpovědná za část způsobené škody (Lessig 2004: 75). Nejhlásitějším protivníkem videorekordéru se stal prezident Americké filmové asociace (MPAA) Jack Valenti, který jej označoval za „tasemnici“ (tapeworm). Argumentoval, že umožněním neomezeného nahrávání

¹ <http://www.museum.tv/archives/etv/H/htmlH/homevideo/homevideo.htm>

² Masseyová a Baran (1990: 101) uvádějí například různé soutěže o ceny, které vyžadovaly pozornost i během komerční přestávky či uvádění reklam na rozdělené obrazovce ve chvíli, kdy pořad pokračoval s minimálním či žádnou zvukovou kulisou nebo se v něm neodehrávala žádná závažnější akce.

chráněného obsahu bez vytvoření kompenzačního mechanismu bude popřena samotná podstata práv duševního vlastnictví, tj. „výlučné právo rozhodovat o nakládání se svým dílem, čili o tom, kdo jej může kopírovat a na těchto kopiích vydělávat“ (cit. dle Lessig 2004: 76). Nejvyšší soud Spojených států amerických žalobu zamítl s tím, že jen Kongres má ústavní autoritu a institucionální moc pro rozhodování ve věcech účinku technologických inovací na trh chráněného obsahu. Kongres však nijak nereagoval a technologie videorekordéru tak zůstala neregulována (Lessig 2004: 77).

Ještě na počátku osmdesátých let představoval tento nevídaný „posun času“ téměř výhradní použití videorekordérů, přičemž rozšíření originálních videokazet bylo minimální (Levy 1980: 402 a 404-5). První uživatelé tedy používali video jako doplněk k televizi, nikoliv jako její náhradu (Levy 1980: 405). V té době však disponovala videorekordérem pouhá 2 procenta amerických domácností vlastnících televizi (Levy 1980: 405). Z toho vyplývá jednak minimální dopad možnosti „posunu času“, jednak to, že videorekordér měla k dispozici pravděpodobně jen specifická skupina obyvatelstva. S masovějším rozšířením videorekordérů, zvyšující se nabídkou originálních videokazet vycházejících krátce po uvedení filmů v kině a klesajícími náklady na jejich zakoupení či vypůjčení se v průběhu osmdesátých let začal trend obracet (Lin 1990: 87). Roli mohla sehrát i technická stránka věci, jelikož ne všichni uživatelé byli schopni propojit videorekordér s televizí, aby se z ní dalo nahrávat či naprogramovat nahrávání (Lin 1990: 87). Dobrowové (1990: 72-73) tak na konci osmdesátých let umožnila tvrdá data napsat, že „základní a nejoceňovanější funkcí videorekordérů byla pro jejich uživatele (...) schopnost přehrát originální videokazety“.

Derek Kompare (2006: 337) ve svém článku o vlivu seriálových DVD box-setů na vnímání televize jakožto média o šestnáct let později již automaticky vychází z faktu, že se funkce nahrávání neujala a primárním posláním videa bylo vždy vydávání filmů. Video se tak podle něj stalo, spíše než doplňkem televize, prostředkem rozšíření filmového průmyslu do domácností. Televize, jejímž prvořadým cílem je prodávat publika inzerentům jím zůstala nezasažena. To je přesný opak poznatků, které učinil Levy (1980: 405) na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let.

Funkci nahrávání vlastně dokázala plně využít pouze fanouškovská komunita (případně sběratelé, kteří si doma dělali vlastní archiv). Henry Jenkins (2008: 33-4) ukázal na příkladu seriálu Twin Peaks, že fanoušci již minimálně na počátku devadesátých let využívali video k tomu, aby se svobodně vraceli zpátky v ději a hledali doposud nepostřehnuté významy. Jak uvedl jeden dotazovaný fanoušek: „Nahrávání přes video nám umožnilo studovat a luštit film jako text“. Z toho je však zároveň zřejmé, že fanoušky ani příliš

nezajímala moc nad tím, kdy si určitý díl svého oblíbeného seriálu pustí. Daleko důležitější pro ně byla právě možnost přetáčení, díky které mohli seriál nastudovat natolik důkladně, že dokázali předpovídat další děj.

Nutno dodat, že veškeré poznatky zmiňované v této kapitole pocházejí ze zahraničních výzkumů (zejména pak ze Spojených států). Situace v České republice může být i vzhledem k odlišnému historickému vývoji zcela jiná. Žádný dostupný výzkum, který by se věnoval užívání videorekordérů v ČR, jsem však nenalezl.

6. Časová dimenze recepce vysílání

Stav, kdy televize určují na co se kdo kdy má dívat tak trval až do rozšíření vysokorychlostního internetu a rozvoje p2p technologie. Tyto dva faktory totiž umožnily sdílení seriálů mezi internetovými uživateli. Díky stahování seriálů ztrácí vysílatelé nad určitými diváky svou moc dávkovat jim obsahy přesně tak, jak vzhledem ke svým komerčním či jiným zájmům potřebují. Divák, který si seriálové díly stáhl, je může sledovat naprosto nezávisle na záměrech podavatele. Získává totiž naprostou materiální moc nad staženým obsahem a není tak nijak limitován tím, kdy jej shlédne (a vlastně ani kde). Není tedy pravděpodobné, že by lidé stahovali seriály jednoduše proto, že jsou zadarmo (jako je tomu u hudby či filmů). Stahování seriálů je pravděpodobně daleko více signálem, že si mnoho diváků žádá nové kanály, jak se k obsahům dostat. Že je něco zadarmo přitom pravděpodobně hraje vedlejší roli.¹

Mnozí diváci jistě stahují a sledují seriály ihned nebo pouze krátce potom, co jsou odvysílány. Jsou ale i tací, kteří nestahují seriály pravidelně díl po dílu, nýbrž po větších celcích. Tito diváci pak mohou sledovat penzum stažených dílů dle svého uvážení. Tím se zcela mění jejich vnímání seriality. Cliffhangery pro ně ztrácejí význam, jelikož prodlevy mezi jednotlivými díly si určují sami. Publikum daného seriálu se tím pádem navíc nenachází ve stejné fázi vyprávění. To má pravděpodobně vliv na vzájemnou komunikaci recipientů nad seriálovými obsahy. Zároveň to může být pro mnoho diváků i překážkou odklonu od klasického televizního vysílání. Analytik TV Nova Václav Prejzek například míní, že

důležitý rozměr je sledování pořadu „ted“, a možnost promluvit si o tom zítra v práci s ostatními. Na staré filmy se lidé v televizi budou dívat znovu ne proto, že je ještě neviděli, ale proto, že chtějí divácký zážitek sdílet.²

Je jistě zajímavé zjistit, jak tento problém nahlízejí sami diváci stažených seriálů. Zda, případně jak, řeší komunikační bariéru. Jestli vůbec mají potřebu sdílet zážitek. To je však záležitost praktické části. Ještě předtím je vhodné popsat tento problém z teoretického hlediska. Za tímto účelem je nutné vrátit se dále do minulosti a přiblížit změnu pojetí času, kterou přinesla moderna. Rozhlasové a později televizní vysílání totiž do tohoto moderního

¹ V této souvislosti je zajímavá skutečnost, že některé torrentové komunity odstraňují torrenty seriálů po té, co vyjdou na DVD (Burns 2008: 248).

² http://www.spir.cz/storage/Prezije_tvetelevize_internet.pdf [staženo 3.3.09].

pojetí času přesně zapadá a svým způsobem jej i charakterizuje. V předmoderní době byl čas pevně spojován s místem a jeho počítání tedy bylo obvykle nepřesné a proměnlivé (Giddens 2003: 23).

Nikdo nemohl určit denní dobu bez odkazu k dalším sociálně-prostorovým ukazatelům. „Kdy“ bylo téměř vždy spojeno s „kde“ nebo ztotožněno s pravidelnými přírodními úkazy (Giddens 2003: 23-4).

Podle Giddense (2002: 24) čas přestal být spojován s prostorem, až když se měření času mechanickými hodinami (jev, který začíná na konci 18. století) dostalo do souladu s jednotností v sociální organizaci času, jejímž základním aspektem byla kromě celosvětové standardizace kalendářů i standardizace času mezi oblastmi. To podle Morleyho a Silverstona (1990: 40) vyvolává otázku moci, tj. otázku, kdo má moc tento jednotný čas definovat. Podle mého názoru je důležitější otázka, kdo nebo co má moc zajistit jeho uplatňování. A zde bezesporu sehrála zásadní roli média, v první fázi zejména telegraf a železnice (médium v McLuhanovském smyslu¹).

Ale bylo to až rozhlasové vysílání, které přineslo podle Moorese (1988: 38) přesné měření času do domácností:

[Rozhlas] znamenal domestikaci jednotného národního času. Samozřejmě, že hodiny se do rodin dostaly daleko dříve než rádia, avšak byl to právě až rozhlas, který přinesl celostátní (a ve skutečnosti celosvětový) čas přímo do soukromé sféry.

Rozhlas tak dokončil ono Giddensovo časoprostorové rozpojení. Čas přestal být i v soukromé sféře vázán na místní kontext přítomnosti. Podle Morleyho a Silverstona (1988: 42) tak rozhlas poskytl všem, kteří poslouchali, důkaz časové příslušnosti k synchronizované národní komunitě. Hartley (1987: 124, cit. dle Morley, Silverstone 1988: 43) tuto skutečnost vztáhl na televizi, o které inspirován Andersonovým konceptem národa² píše, že „je jedním z hlavních prostředků konstrukce již ustanoveného národa pro jeho příslušníky“. Obdobný názor zastává Silverstone (1993: 592):

¹ Marshall McLuhan (1994) chápal médium v širším smyslu jako „extenzi“ lidských smyslů a orgánů.

² Podle Andersonovy (2008) teorie je národ především společenstvím vzniklým v představivosti, která se rozvíjí pomocí moderních komunikačních technologií (počínaje knižtiskem), vlivem literatury (zejména moderního románu) a žurnalistiky.

Televize jakožto médium (...) nás chytá do sítě časoprostorových vztahů, ať už lokálních či globálních, soukromých či veřejných, které hrozí tím, že nás zachvátí, ale zároveň nám poskytují východisko pro náš nárok na členství nebo příslušnost k společenství či prostředí, v němž žijeme.

Byla to právě televize, která ve Spojených státech nechtěně dovedla časoprostorové rozpojení do krajnosti. V padesátých letech totiž byly prakticky všechny důležitější americké televizní pořady natáčeny naživo v New Yorku. K divákům na západním pobřeží se tedy pořady dostaly o tři hodiny dříve. To je stavělo do značné nevýhody, jelikož v době vysílání primetimeových pořadů byli ještě v zaměstnání (Secunda 1990: 9).¹ Televizní čas tak vůbec nerespektoval čas místní.

Účast na rituálu společně s dalšími miliony lidí je pak pro Morleyho a Silverstona (1988: 43) divácky přinejmenším stejně důležitá, jako jakýkoliv informační obsah, který se z vysílání dozví. V tomto ohledu však sdílený svět roztříštilo již velké množství kabelových a satelitních programů (jež však zároveň spojují ve stejný čas lidi na velice odlišných místech, například diváci v Portugalsku sledují satelitní kanály brazilské Globo TV) či video, které přišly dávno před rozšířením stahování pomocí p2p. To podle Morleyho a Silverstona (1988: 43-4) vedlo k narušení simultaneity sociální zkušenosti, což hraje důležitou roli v destrukci národních kultur. Až stahování však znamená poprvé v historii audiovizuálních médií časoprostorové spojení. Sledování televizních pořadů je díky němu vázáno nikoliv vysílacím schématem, ale kontextem daného místa, tj. časovými potřebami konkrétního diváka.

S časovou dimenzí recepce vysílání velmi úzce souvisí i problematika denních návyků posluchačů či diváků. Vysílání sice samozřejmě operuje s již existujícím sociálním rozvržením času, ale zároveň prostřednictvím svého vysílacího plánu nabízí (ne-li vnucuje) svou vlastní segmentaci času jako model pro posluchačské a později divácké denní návyky (Morley, Silverstone 1988: 42). Organizace vysílání tedy na jedné straně vstupuje do již existujícího kulturně podmíněného přístupu k času. Takto například BBC v začátcích svého rozhlasového vysílání plánovala schéma podle každodenních zvyků posluchačů (Scannell 1984: 333), přičemž základem pro programový plán byl zejména denní režim ženy v domácnosti (Moore 1988: 36). Na druhé straně však vysílací plán následně zpětně

¹ Tento problém vyřešilo až profesionální využití videorekordéru Ampex. Program tak mohl být předehrán a prostřednictvím koaxiálního kabelu poslán přidruženým televizním stanicím, které jej pak odvysílaly podle lokálního času (Secunda 1990: 10).

ovlivňuje divácké rutiny a vytváří nový časový rozvrh dne. Tyto dva protikladné vlivy se neustále proplétají a vzájemně proměňují (Morley, Silverstone 1988: 41-2).

Televize má v časovém rámci dne velice důležité místo (Bryce 1981: 123). Podle Lulla (1990: 36) působí jako regulátor chování, když „člení čas a rodinné aktivity jako jsou například jídlo, spánek, domácí práce (...) a mnoho dalších souvisejících činností či povinností“. Vysílací plán a související divácké rutiny podle něj přímo ovlivňují i účast na věcech veřejných, volnočasové aktivity a zábavu mimo domov. Je velmi důležité, že Lull (1990: 36) tuto rutinizaci nechápe primárně technologicko-deterministicky jako vliv média na lidské chování, ale naopak jako využití média pro lidskou potřebu. Opora pro tuto myšlenku se nachází v Giddensově (2003: 85) konceptu ontologického bezpečí, jakožto „důvěřivosti, kterou má většina lidských bytostí v trvalost své vlastní identity a ve stálost sociálního a materiálního prostředí svého jednání“. Právě „rutinizace každodenního života“ je totiž pro Giddense (1981: 37) tím nejdůležitějším zdrojem tohoto ontologického bezpečí. Rutiny tak vznikají, „aby chránily jednotlivce i skupiny před nezvladatelnými úzkostmi, které doprovázejí, a ve skutečnosti charakterizují, krizové situace“ (Silverstone 1993: 579).

Předmoderní společnosti dosahovaly ontologického bezpečí prostřednictvím rutin zakotvených v příbuzenských a lokálních vztazích (sousedství, komunita), příchod časoprostorového rozpojení posunul těžiště zdroje ontologického bezpečí, vedle víry v expertní vědění a přátelské či intimní vztahy, především k rutinám vycházejícím ze vztahů a mechanismů, které nemůžeme jakkoliv ovlivnit, a nezbývá nám než věřit, že budou fungovat tak, jak mají (Silverstone 1993: 578-9). A zde hrají, kromě kalendářů či jízdních řádů, důležitou roli i programy vysílání, především televizního. Televizní program tak tím, že viditelně i skrytě organizuje náš každodenní život a že je pevně zakotven do běžných zvyků a vzorců jednání přispívá k našemu pocitu bezpečí (Silverstone 1993: 591).

7. Sociální užití televize

Rozvržení času je však pro Lulla (1990: 36) jen jedním z mnoha tzv. „sociálních užití televize“. Řadí jej do skupiny strukturálních užití, kam patří též vyhledávání společnosti či zábavy a televize jako pozadí pro jinou činnost nebo jako zdroj konverzačních témat. Druhou skupinou jsou užití vztahová, tedy „způsoby, kterými příslušníci publika používají televizi k praktické organizaci svého sociálního prostředí“ (Lull 1990: 37). Lull (1990: 36) mezi ně řadí jednak sociální učení (které se však nachází zcela mimo ambice předkládané práce), jednak usnadnění komunikace a vzájemných vztahů (nebo naopak umožnění se jim vyhnout) a prokázání kompetence a dominance.

Strukturálním užitím se Lull věnuje poměrně velmi stručně, což je škoda, jelikož pro účely předkládané práce jsou pravděpodobně důležitější než užití vztahová. Některá strukturální užití (již výše diskutovaná strukturace času, ale i televize jako pozadí či zdroj konverzačních témat) totiž představují základní aspekty, na něž by se měla pozornost při zkoumání užívání stažených obsahů zaměřit, jelikož v souvislosti s nimi mohou probíhat zásadní změny v návycích diváků. V případě vztahových užití proběhly změny, jak ukáží později, nejspíš již před příchodem stahování. Přesto je vhodné vztahová užití blíže představit.

Komunikaci televize usnadňuje podle Lulla (1990: 37-8) například tím, že v průběhu sledování umožňuje vyhnout se dlouhému očnímu kontaktu, navíc mají diváci neustále společné téma k hovoru, sledovaný pořad. Využití tohoto společného tématu se uplatňuje zejména v přítomnosti hostů. Navíc je možné pomocí všeobecně známých příkladů z televizního vysílání ilustrovat pro mluvčího jinak těžko vysvětlitelná témata (Lull 1990: 37). Vzájemné (rodinné) vztahy televize podporuje jednoduše tím, že přivádí lidi (většinou rodinné příslušníky) na jedno místo. Pocitu rodinné solidarity je podle Lulla (1990: 38-9) často dosahováno prostřednictvím smíchu, smutku či vzteku, které vyvolávají televizní obsahy. Rodinným neshodám pak televize podle něj může zabránit alespoň tím, že často vyžaduje soustavnou pozornost, jež poskytuje příležitost vyhnout se interakci (Lull 1990: 39). Dominance se projevuje především v regulaci dětské konzumace televize ze strany rodičů, ať již jako snaha zabránit jejich vystavení nežádoucím obsahům nebo jako odměna či trest (Lull 1990: 41-2). Mezi dospělými se dominance může projevovat držením dálkového ovladače (Morley 1988: 103, 132, 142). Televizi je také možné využít k schválení intelektuální kompetence, konkrétně k potvrzení informace, o kterou je veden spor, ale také kritikou

vysílaných obsahů či prokázáním dřívější znalosti předkládaných skutečností (Lull 1990: 41-3).

Mezilidská interakce však doznala v souvislosti se sledováním televizních obsahů pravděpodobně značných změn již před příchodem stahování (Andreasen 2001: 9-10, Kotler, Wright, Huston 2001: 33-4, Kubey, Donovan 2001: 325). Na přelomu tisíciletí totiž mělo například 80% amerických rodin alespoň dva televizní přijímače a dvě třetiny dospívajících a jedna třetina předškolních dětí mohla televizi sledovat ve vlastním pokoji (Wright, Huston 2001: 33-4). Dle zprávy Kaiser Family Foundation americké děti starší sedmi let nesledují prakticky nikdy televizi s rodiči (Kubey, Donovan 2001: 325). V české republice panuje pravděpodobně situace velmi podobná. Podle údajů z roku 2008 disponovala v České republice dvěma a více televizory přibližně třetina domácností.¹ Sledování televize se tak podle Andreasenové (2001: 9-10) stává samotářskou činností, což podle ní rozhodně nepodporuje rodinnou jednotu a porozumění. Nicméně se podle mého názoru jedná spíše o problém mezigenerační, jelikož z výše zmiňované studie vyplývá, že rodiče televizi stále společně sledují (Kubey, Donovan 2001: 325). Na nespolečné sledování televize zareagovaly televizní společnosti a začaly, ve Spojených státech již od poloviny sedmdesátých let, nabízet úžeji cílené pořady (Kubey, Donovan 2001: 325).

Podle Morrisonové a Krugmana (2001: 142-3) je však situace odlišná, pokud je televizor propojen s videorekordérem či obdobnou technologií (v současnosti v drtivé většině případů DVD přehrávačem či rekordérem). Tyto přístroje totiž podle nich vytvářejí tzv. klastry (shluky), jež se nachází v místech domova, kde se rodina setkává a která tak umožňují sledování ve víc lidech (Morrison, Krugman 2001: 142). Článek jistě může být poplatný době svého vzniku, jelikož dostupnost uvedených technologií se stále zvyšuje, nicméně Emmet (2009) nedávno ukázal, že půjčené videokazety či DVD rodiny ve Spojených státech stále sledují společně. Ba co více, 80% jím dotazovaných rodinných příslušníků výslovně uvedlo, že rodinné sledování je hlavním důvodem, proč si je půjčují (Emmet 2009). Videorekordéry, a nyní spíše DVD přehrávače, tak pravděpodobně překvapivě zůstávají technologií, kterou využívají rodiny společně.

Okolo počítačů se oproti tomu vytvářejí přístrojové klastry, které lze povětšinou nalézt v izolovaném prostředí optimálně využitelném pouze jednou osobou (Morrisonová, Krugman 2001: 142-3). Z toho také vyplývá, že má počítač v rámci domácnosti jen velmi malé sociální využití (Morrison, Krugman 2001: 142-3). Je tedy vysoce pravděpodobné, že sledování

¹ http://www.ceskatelevize.cz/ct/sledovanost/div-chovani/2008_tech_podm.pdf [staženo 27. 11. 2009]

stažených seriálových obsahů probíhá individuálně, ačkoliv např. notebook (který je však jinak čistě osobním přístrojem) lze snadno umístit na místo, ze kterého jej bude vidět více lidí. Moderní televize také umožňují snadné propojení s počítačem tak, že slouží jako obří monitory.

8. Fenomén „nového seriálu“ a kult

Podle serveru TorrentFreak byly za rok 2008 nejstahovanějšími televizními pořady seriály Ztraceni (Lost) a Hrdinové (Heroes).¹ Jedná se o dva nejznámější příklady trendu tzv. *nových seriálů*. Termín *nový seriál* není nijak zakotven v odborné literatuře, spíše se jedná o jakýsi obecně používaný výraz pro televizní dramata, která nabízejí oproti běžné seriálové produkci daleko propracovanější děj s mnoha odbočkami, odkazy či časovými skoky, což vyžaduje větší pozornost diváků.² Tyto seriály tedy uplatňují výše zmíněnou flexi-narativitu, která se v jejich případě projevuje „složitým a důmyslným vrstvením hlavní zápletky a vedlejších dějových linek“, což tyto texty otevírá interpretacím (Creeber 2004: 15).

Nové seriály se do značné míry kryjí s žánrovou kategorií *unreal tv*, kterou zavedla Rhonda Wilcoxová pro seriály, jež pracují se sebereflexními postupy, uvědomělou žánrovou hybridizací a zapojují nereálné ve snaze obohatit příběh o skryté vrstvy nesoucí symbolické významy, tedy symbolicky reprezentovat důležitá společenská témata (Korda 2008). Wilcoxová (2005: 201) přišla s označením *unreal tv* ještě před uvedením zmíněných *nových seriálů* a jako typické příklady uvádí seriály Buffy, přemožitelka upírů, Akta X, Městečko Twin Peaks, Roswell, Smallville či dokonce Xena a Star Trek: Nová generace. Podle mého názoru sem však lze bez problémů zařadit i výše zmíněné *seriály* Ztraceni a Hrdinové.

Pro Wilcoxové koncept je velice důležité, že nereálné prvky jako takové ještě nestačí, aby se pořad stal *unreal tv*. To, co jej zařadí do tohoto žánru je teprve způsob, jak s nereálnými prvky nakládá. *Unreal tv* totiž předpokládá, že si divák uvědomuje samotnou povahu televizní tvorby. Ne každé sci-fi tak automaticky spadá do *unreal tv*, oproti tomu sem můžeme zařadit mnohé komediální seriály a sitcomy. Wilcoxová (2001: 203) uvádí příklad Simpsonových (kteří se stále drží mezi deseti nejstahovanějšími seriály). Dále sem lze jistě zařadit i Červeného trpaslíka či z novějších seriálů Chuck (který též figuruje mezi deseti nejstahovanějšími seriály). Symbolika a sebereflexní postupy znamenají, že se diváci sami podílejí na tvorbě významu a jsou tedy aktivními diváky. Když k tomu ještě připočteme silné emocionální pouto k zajímavým, často mýtickým postavám, není překvapivé, že mají tato díla silnou fanouškovskou odezvu (Wilcox 2005: 201-205).

Je tedy zřejmé, že seriály řazené do žánru *unreal tv* splňují předpoklady stát se kultovními pořady. Matt Hills (2004: 511) vymezuje kriteria, aby se pořad stal kultovním takto:

¹ <http://torrentfreak.com/top-10-most-pirated-tv-shows-of-2008-081223/>

² Viz např. <http://aktualne.centrum.cz/kultura/televize/clanek.phtml?id=615234>

(...) kultovní televizní pořady lze charakterizovat mnoha shodnými textuálními atributy; konstruuji značně detailní, často nereálné, světy, které jakožto diváci nemůžeme nikdy plně obsáhnout, protože mnohé z těchto detailů mají funkci vodítek či narážek na soudržný svět, který překračuje to, co se dozvídáme z obrazovky.

Zde se však dostáváme k důležité otázce, zda lidé, kteří stahují „kultovní“ seriály pomocí internetu, se na tomto kultu podílejí, tj. jsou jejich tzv. „fanoušky“. Důležité je nejprve vymezit, kdo vlastně tito „fanouškové“ jsou. Jostein Gripsrud (2002, cit. dle Hills 2004: 517) píše: „o skutečném fanouškovství můžeme mluvit, pokud se nadšení pro nějaký kulturní předmět stane (...) určujícím prvkem životního stylu a identity“. Jonathan Bignell (2007: 305) uvádí činnosti, které fanoušci kultovních seriálů vykonávají: vytvářejí webové stránky jejich oblíbeného programu, zakládají a distribuují fanziny a informační letáky či organizují vzájemná setkání a konference. Je možné dodat, že určitě stačí, aby na webových stránkách pravidelně přispívali do diskusních fór či anket a konferencí se pouze účastnili. Myslím, že není pravděpodobné, aby alespoň většina diváků, kteří sledují seriály stažené z internetu, splňovala tyto charakteristiky.

I z tohoto důvodu je podle mého názoru vhodnější dělení, se kterým přišli Abercrombie a Longhurst (1998: 138). Ti od fanoušků oddělili kategorie „příslušník kultu“ (cultist) a „entuziasta“ (enthusiast). Fanoušky pak označují

osoby, jež v kontextu relativně značného užívání médií cítí obzvláštní náklonnost k určitým pořadům či protagonistům. Jedná se o jedince, kteří ještě nejsou v přímém kontaktu s dalšími lidmi, jež s nimi tuto náklonnost sdílejí. Kontakt může probíhat pouze prostřednictvím masově produkované fanouškovské literatury (například časopisů pro teenagery) nebo každodenního styku s vrstevníky (Abercrombie, Longhurst 1998: 138).

Příslušníky kultu jsou podle nich diváci, kteří jsou běžně v literatuře (viz výše) označováni výrazem „fanoušek“. Jejich

užívání médií je již specializovanější, avšak je založeno na programech, a protagonistech, které se vyskytují v masových médiích. Specializace je také způsobena větší spotřebou (a tvorbou) literatury příznačné pro daný kult. (...)

Příslušníci kultu jsou organizovanější než fanoušci. Scházejí se a rozšiřují specializované materiály, čímž představují uzly sítě (Abercrombie, Longhurst 1998: 139).

Entuziasté se oproti tomu

organizují spíše okolo nějaké činnosti než média či hvězdy. Využívání médií (...) se omezuje na speciální literaturu, kterou vytvářejí entuziasté pro entuziasty (...). Konzumace masových médií je mimoto, vzhledem k jejich vytížení samotným entuziasmem, stejně nad jejich časové možnosti (Abercrombie, Longhurst 1998: 139).

Entuziastů se tedy předkládaná práce netýká, jelikož jejich primární zaměření se nachází mimo média. Rozlišení mezi fanoušky a příslušníky kultu je oproti tomu velice užitečné, protože vkládá jakýsi mezistupeň, který dovoluje citlivěji zařadit jednotlivé konzumenty televizních seriálů. Rozdíl mezi fanoušky a příslušníky kultu však nespočívá pouze v rovině specializace a textuální či materiální produkce, nýbrž i v rovině identifikace. Zde je užitečný Staceyové (1994, cit. dle Abercrombie, Longhurst 1998: 151-2) výzkum identifikačních procesů v kontextu sledování filmů v kině. Staceyová rozlišuje identifikaci, která se odehrává v průběhu sledování filmu (sem patří úcta, obdiv, uctívání, aspirace a inspirace) od identifikace, k níž dochází mimo kino (předstírání, napodobování, imitace a kopírování). Běžný televizní divák se však podle Laceyho a Longhursta (1998:152-3) vzhledem k všednosti zážitku s postavami těmito způsoby neidentifikuje. Jinak je tomu ale u fanoušků, u kterých se setkáváme s úctou, obdivem a uctíváním. Procesy aspirace, inspirace a předstírání pak jsou typické pro přívržence kultu (Lacey, Longhurst 1998:153).

Účelem této práce není zkoumat, jak se vlivem p2p technologie změnilo užívání seriálů příslušníky kultu, ale spíše jejich běžnými diváky. Nicméně je velice zajímavé pokusit se nalézt odpověď na otázku, zda se běžní seriáloví diváci vlivem nových komunikačních toků, které umožňuje internet, nepřibližují fanouškům či zda se jimi nestávají (k čemuž by mohl poukazovat už samotný akt stahování). V každém případě, pro přívržence kultu určitých seriálů byl revolučním vynálezem již videorekordér, který umožňoval obdobné užívání seriálů jako p2p technologie (viz výše).

Příspěvkem o kultu lze teoretickou část práce ukončit a přistoupit k praktickému zkoumání vyvstalých otázek.

II. Praktická část práce

9. Metodologie

V následující kapitole se věnuji metodice provedeného výzkumu. Nejprve stručně uvedu důvody, proč jsem zvolil kvalitativní přístup, následně popíši výzkumný proces, analýzu získaných dat a limity, s nimiž se zvolená metodologie potýká.

V případě výzkumu nakládání s mediální technologií je třeba nalézt specifické způsoby, prostřednictvím nichž uživatelé k technologii a následně k obsahům přistupují. Zkoumané komunikační technologie mají pro každého uživatele individuální význam, který závisí na jeho sociálním a psychologickém ukotvení. Tyto pestré individuální významy se pak projevují ve způsobech a motivacích užití. Bylo by velice obtížné, ne-li nemožné, tyto motivace a způsoby předem nastínit, je pouze možné nalézt rámcové okruhy, v nichž se pohybují. Z tohoto důvodu jsem zvolil kvalitativní metodologii, protože pouze ta dokáže komplexně postihnout doposud netušené detaily dané problematiky. Je totiž spojena s induktivním postupem, tj. nejprve proběhne sběr dat, na jejichž základě se až následně tvoří hypotézy či teorie. Babbie (2009: 394) definuje kvalitativní výzkum jako „nenumerické šetření a interpretaci poznatků za účelem odkrytí neznámých významů a vazeb“. Nejde zde tedy o významy, které by byly měřitelné v termínech kvantity, intenzity nebo frekvence, ale o lepší porozumění určitému nekontrolovanému fenoménu (Casabeer, Verhoef 2005, Taylor, Bogdan 1998).

Induktivní povaha kvalitativního výzkumu by ideálně předpokládala výzkumníka jako nepopsaný list. Badatel by tak měl k tématu výzkumu přistupovat neovlivněn jakoukoliv jeho předchozí znalostí, která se v tomto případě rovná předpojatosti. Hypotézy tak, jak bylo uvedeno výše, vznikají až vyhodnocením dat (narozdíl od kvantitativního výzkumu, v němž hypotézy předcházejí výzkumu a určují prostředky získávání dat, např. výzkumné otázky). Toto pojetí kvalitativního výzkumu je však podle mého názoru pouhý ideál, kterému se lze pouze více či méně přiblížit. V případě diplomové práce je to úkol o to těžší, že je nutné předem předložit výzkumné teze a relevantní literaturu.

U zvolené techniky hloubkových rozhovorů se problematika předchozí zkušenosti týká zejména strukturovanosti rozhovoru. Masonová (2002: 69) k tomuto tématu píše:

Všichni výzkumníci mají ontologickou a epistemologickou pozici, jež se aktivuje či vyjadřuje prostřednictvím jejich výzkumných rozhodnutí a posudků. A všichni výzkumníci se v rámci svých kvalitativních rozhovorů nějak rozhodují a vyvářejí posudky. Právě proto se domnívám, že není možné získat data prostřednictvím zcela nestrukturovaných kvalitativních rozhovorů, neboť rozhodnutí a úsudky výzkumníků dávají rozhovoru jedinečnou strukturu a záměr, který je ve sběru dat přítomný.

Každý další rozhovor je navíc zcela jistě ovlivněn tím předchozím. S každým rozhovorem tedy nevyhnutelně roste výzkumníkova znalost tématu, která se logicky (a podle mého názoru v zájmu věci) projevuje v kladených otázkách a tak strukturaci rozhovoru. Vzhledem k výše zmíněným důvodům, poznatkům z literatury (která se však přímo tématu výzkumu dotýkala jen v minimální míře) a předchozí osobní zkušenosti (bohužel, avšak bez ní by pro mne zůstalo skryté i samotné téma předkládané práce) jsem se rozhodl pro techniku polostrukturovaných rozhovorů (rozhovorů podle návodu).¹ Na základě předchozí rozvahy nad tématem jsem tak vypracoval seznam okruhů, které vytvořily jakousi kostru rozhovorů. Pořadí, ve kterém byly tyto okruhy a z nich vyplývající otázky probrány, jsem ponechal, aby vždy vyplynulo ze situace rozhovoru. Stejně tak znění samotných otázek. Částečná strukturace rozhovorů umožnila zodpovědět otázky, které vyvstaly již před započítím samotného výzkumu a zároveň prostřednictvím odpovědi nalézt a zodpovědět otázky nové.

Většina rozhovorů byla započata otázkou, jaké konkrétní seriály stažené z internetu dotyčný sleduje (případně jaké sleduje online). Na odpověď pak bylo možné reagovat dle situace nejvhodnější otázkou spadající do jednoho z okruhů. Některé z okruhů byly zmíněny již v předchozím textu, vždy v souvislosti s problematikou, která vyvstala v rámci teoretické části práce. Nyní následuje jejich plný výčet (uvedené pořadí, jak již bylo řečeno, není nikterak podstatné a reflektuje pouze proces jejich vymýšlení). Otázky rozhodně nemusely v rozhovorech zaznít doslovně tak, jak jsou uvedeny v závorkách. Často dokonce nezazněly vůbec, pokud odpověď na ně vyplynula z hovoru. Postupně, jak rozhovory přinášely nové poznatky, byly také doplňovány, přičemž jsem se na ně pokoušel získat zpětně odpovědi od již dotazovaných osob.

¹ Označení téhož se v českém prostředí liší knihu od knihy. Výraz polostrukturovaný (či semistrukturovaný) rozhovor viz Miovský 2006: 159, rozhovor dle návodu viz Hendl 2008: 174.

Okruhy:

Způsob sledování stažených seriálů či sledování seriálových online verzí (Sleduje více dílů najednou? Stahuje a sleduje díly podle toho, jak se objevují na internetu? Stahuje po sériích? Může být sledování po dílech motivováno potřebou komunikace? Sleduje některé díly vícekrát? Z jakého důvodu?)

Rozdíly ve sledování seriálů a sérií (Jak vnímá rozdíl mezi sérií a seriálem? Sleduje tyto dva různé typy odlišným způsobem?).

Přínos sledování stažených seriálů (Jaké jsou hlavní motivy toho, proč sleduje seriály právě tímto způsobem?)

Ochota platit (Jak vnímá skutečnost, že konzumuje bez placení? Byl/a by ochoten či ochotna platit? Za jakých okolností? Jak vnímá reklamy? Stahoval/a by seriály, kdyby to bylo možné jen za peníze? Začal/a by se v tom případě chovat ve vztahu ke stahování jinak?).

Fanouškovství (Navštěvuje fanouškovské weby? Co na nich případně hledá či dělá? Komunikuje skrze ně? Účastnil se někdy setkání fanoušků? Jak chápe fanouškovství jako takové?).

Titulky (Je původní znění přínosem či negativem? Dává přednost dabingu či titulkům? Proč?).

Návyky (Má nějaké návyky spojené se sledováním stažených seriálů? Sleduje je společně s někým? Vykonává při sledování ještě nějakou další činnost?).

Televize (Sleduje televizi? Jakým způsobem? Má s jejím sledováním spojené nějaké rutiny. Sleduje předem vybrané pořady nebo ji zapíná, když má chuť? Používá ji i jako kulisu? Jak by to srovnal/a se situací před stahováním?).

Komunikace (Má známé, kteří sledují stejné seriály? Řeší je případně s nimi? Co konkrétně? A co když jsou v jiné fázi seriálu? Jak se o seriálech dozvídá? Stahuje si všechno, co sleduje sám či sama nebo seriály od někoho dostává? Dává naopak někomu stažené seriály?)

Velikost výběrového souboru nebyla předem stanovena. Nakonec se počet hloubkových rozhovorů zastavil na čísle deset (šest mužů, čtyři ženy), jelikož docházelo k saturaci vzorku, tj. další rozhovory již nepřinášely nová zjištění. Výběrový soubor tvořily osoby starší dvaceti let, kteří sledují seriály stažené prostřednictvím internetu. Spodní věková hranice byla určena, aby výzkum spolehlivě zajistil srovnání se situací v době, kdy stahování nebylo možné. Jinými slovy, aby se jej účastnily pouze osoby, které mohly sledovat televizi bez rodičovské kontroly ještě před nástupem stahování. Původním záměrem bylo nerozlišovat

respondenty dle pohlaví. První rozhovory však mezi příslušníky odlišných pohlaví vykazaly některé nikoliv nepodstatné rozdíly v odpovědích. Proto bylo nutné zajistit vícečetné zastoupení obou pohlaví.

Výběr výzkumného souboru proběhl metodou sněhové koule (snow-ball sampling). Tato metoda je určena k „získávání nových případů na základě procesu postupného nominování dalších osob již známými případy“ (Hartnoll 2003: 19). Užitečná je především při hledání příslušníků skrytých populací, subkultur či rozptýlených osob, které sdílejí určité atributy. Na základě osobního kontaktu jsem tak našel výchozí výběrový soubor. Respondenty z tohoto výchozího souboru jsem pak požádal, zda by mi dali kontakt na další osobu (osoby), o kterých ví, že také sledují seriály stažené prostřednictvím internetu. Jak blíže popíši v analytické části, osoby, jež sledují seriály tímto způsobem, obvykle udržují čilé sociální vztahy s dalšími osobami dělajícími totéž. Nastal však problém, že respondenti, kteří se znali, vykazovali značně podobné odpovědi. Z tohoto důvodu byl soubor průběžně rozšiřován o další respondenty bez vztahu k již dotazovaným.

Tím se dostáváme k otázce reprezentativity získaného výběrového souboru, tj. záruce, že získaná data odpovídají celé populaci (v našem případě všechny osoby sledující seriály stažené prostřednictvím internetu). Lindlof a Taylor (2002: 122) argumentují, že údaje z kvalitativních výzkumů nemohou být legitimně vztaženy na celou patřičnou populaci a to jednoduše proto, že výběr vzorku není proveden pravděpodobnostně (tj. náhodně) a není tak zaručeno každému prvku populace, že bude vybrán. Zároveň však poznamenávají, že to není žádná závada, jelikož „(1) kvalitativní studie neprodukuje data, která by měla být podrobena statistickým metodám, které umožňují jejich generalizaci na populaci; a (2) kvalitativní studie se zaměřují na společenské praktiky a mínění osob ve specifickém historickém a kulturním kontextu (Lindlof a Taylor 2002: 122). U výzkumů, jejichž výběr výzkumného souboru probíhá metodou sněhové koule, nastává problém, pokud chce výzkumník nalézt co nejvíce různorodých aspektů či charakteristik zkoumané problematiky. Právě kvůli výše zmíněné možnosti ovlivnění. Proto je vhodné pro výchozí výběrový soubor nalézt respondenty, kteří zasahují co nejširší spektrum demografických a socioekonomických kategorií (Hartnoll 2003: 14). Pouze tak se dá dosáhnout komplexního pochopení daného fenoménu. Je přitom irelevantní, jaká je četnost daných kategorií v populaci, jde o to nalézt co největší variabilitu (Lindlof a Taylor 2002: 123).

Většina respondentů předkládaného výzkumu pochází z Prahy či zde studují. To by ale podle mého názoru nemělo mít na reprezentativnost výzkumu zásadní dopad, jednoduše proto, že internet je všude stejný (větší počet volnočasových aktivit ve velkém městě však

může například způsobit odlišnou intenzitu sledování). Většina respondentů se však také pohybuje ve věku do třiceti let. Důvodem je obtížné hledání starších respondentů, ačkoliv je vysoce pravděpodobné, že také existují. Závěry práce s nimi však prakticky nepočítají. Ze socioekonomického hlediska je zastoupení pestřejší. Ve vzorku se vyskytují zaměstnaní, studenti i nezaměstnaná osoba. Bydlí jak s rodiči, tak sami či s partnery. Příjmové kategorie zaměstnaných jsou taktéž odlišné. Nejvyšší dokončené vzdělání se však pohybuje pouze v rozmezí střední s maturitou až vysokoškolské.

Veškerí respondenti byli předem seznámeni s povahou výzkumu a jeho účelem. Byli informováni, že rozhovory jsou anonymní a data budou využita pouze pro účely tohoto výzkumu. Všichni také souhlasili s pořízením záznamu rozhovoru.

Po důkladném přečtení rozhovorů (které probíhalo i mezi jednotlivými rozhovory) bylo nejprve nutné data kategorizovat. Pro tento účel jsem použil metodu vytváření trsů, tj. přiřazování jednotlivých výroků k sobě na základě tématické příbuznosti k výše navrženým okruhům (tématickým trsům) a hledání nových tématických trsů výroků. Vzhledem k tomu, že mezi některými trsy docházelo k překryvům a vzájemným vztahům, sloučil jsem je do abstraktnějších tématických oblastí, v nichž původní trsy vytvořily tématické suboblasti. Ve výrocích zařazených do těchto suboblastí jsem se pak pokusil najít významové jednotky, které lze identifikovat jako určité opakující se vzorce. Miovský (2006: 222) nazývá tento postup metodou zachycení vzorců či „gestaltů“. Opakující se vzorce pak vytvářejí jakési příběhy o tom, jak daný jev probíhá, přičemž výzkumník vkládá nová a nová data do těchto „příběhů“ a tak je buďto potvrzuje či vyvrací (Mioviský 2006: 222). Nevýhodou je, že zde „dochází k určité redukci, neboť původní bohatost a jedinečnost pozorovaných (zaznamenaných) jevů je nahrazována určitou obecnější kategorií, vzorcem (tématem) atd.“ (Mioviský 2006: 222).

10. Výzkumná zjištění

10. 1 Změny ve sledování televize

Rozsah

Dotazované osoby prakticky shodně uvedly, že sledují televizi méně, než dříve. Dvě (č. 3 M27 a č. 9 Z26) dokonce vůbec televizor nevlastní. Č. 3 M27 sice sleduje zpravodajské kanály po internetu, jinak je však s touto skutečností spojen naprostý nezájem o televizní program. Mnoho stále bydlí v domácnosti s rodiči (č. 4 Z36 pak již dlouhou dobu ve vlastní domácnosti), kde mají k televizoru běžně přístup. A právě pouhý přístup je často vlastně jediným důvodem, proč televizi sledují, jak vyplývá z některých odpovědí na otázku, zda sledují televizi:

Moc ne. Vlastně vůbec, tedy záměrně. Ale sledují ji rodiče, takže občas něco zahlédnu a pokud mě to zaujme, tak se chvíli dívám. (č. 5 Z25)

Tak na zprávy a to je všechno. Když třeba zrovna běží rodičům kriminálka, tak se kouknu, ale že bych si řekl: dneska dávají Ordinaci, musím koukat, to vůbec. (č. 10 M21)

Na otázku, zda si myslí, že má tento menší rozsah sledování televize souvislost se stahováním, však odpověděli, že jen částečnou. Obvykle uváděli časové důvody a nezajímavost programu.

...částečně za to může i to, že jsem z některých pořadů vyrostla a taky to, že teď mám poměrně málo volného času a obvykle v tu dobu nic zajímavého v televizi není. (č. 5 Z25)

Koukám stále, ale určitě méně. To je ale daný i tím, že jsem většinu dne v práci. Nehledě na to, že většinu těch filmů nebo seriálů buď znám, nebo mě nezajímají. (č. 2 M28)

Objevil se však i důvod zcela specifický: jeden dotazovaný poslouchal televizi, když ještě hrál počítačovou hru World of Warcraft:

Stačil mi zvuk. Nemohl jsem ale sledovat stažené seriály, protože bych tomu nerozuměl. Neviděl bych titulky. Když bylo v televizi podle zvuku něco zajímavého, přešel jsem na televizi. To jsem koukal na celou tu odpolední sérii. Nejdřív Veronica Mars, pak Odložené případy a nevím, co dávali pak. (č. 1 M25)

Tím se dostáváme k problematice návyků, které mají dotazovaní se sledováním televize spojené.

Návyky

V případě televizních návyků se poprvé objevil genderový rozdíl. Zatímco muži uváděli, že většinou zapínají (nebo zapínali) televizor, když mají čas, chuť či příležitost a sledují tam to, co zrovna běží, ženy si naopak sledované pořady vybírají (vybíraly) podle programu a televizi zapínají prakticky jen za účelem sledování toho, co si vybraly. Je tedy zřejmé, že pro muže je důležitější časová dimenze, pro ženy obsahová. Jak s časovou, tak tématickou dimenzí se nabízí spojení s rutinami. Rutinní chování v souvislosti s televizí však uváděli zejména muži, přičemž, pokud televizi stále ještě sledují, přetrvává doposud. Nejedná se však o rutiny, které by strukturaci dne vázaly na televizní schéma, ale naopak takové, jež činí sledování televize závislé na strukturaci dne:

Televizi sleduji před spaním. Mám rád například seriál o lovení krabů na Aljašce. Při přepínání programů se u toho vždycky zastavím. (č. 1 M25)

Ráno si pustím Dobré ráno na ČT. A někdy to samozřejmě zapnu, aby nebylo ticho, třeba když přijdu unavený z práce. (č. 2 M28)

To jsem přišel ze školy, zapnul televizi, zrovna něco běželo, tak jsem se podíval. Dneska přijdu a pustím si spíše počítač, kouknu na internet. (č. 10 M21)

Ženy oproti tomu sice jmenovaly seriály, které pravidelně sledovaly, avšak neuváděly to do souvislosti se strukturací dne. Pravděpodobně si je tedy vybraly v programu podle toho, kdy měly čas. Z toho vyplývá, že dotazované osoby nikdy nehodlaly svůj denní režim přizpůsobovat televiznímu schématu. Rozdíl mezi muži a ženami sice spočívá ve větší obsahové náročnosti žen, avšak to nic nemění na tom, že i pro ně byl čas při výběru značně

omezujícím faktorem. Je zajímavé, že na rozdíl od rozsahu sledování dotazovaní v průběhu času své návyky nijak zásadně nemění (pokud televizi tedy ještě vůbec sledují).

S navyklými způsoby sledování souvisí i využívání televize jako kulisy. Toto užití je dle rozhovorů spíše doménou mužů. To do značné míry pravděpodobně souvisí s obsahově nahodilým sledováním (viz výše). Zároveň to odporuje Morleyho (1992: 148) zjištění, že muži sledují televizi s plným zaujetím, jelikož při ní relaxují po práci mimo domov. Morley (1992: 148) také tvrdí, že ženy většinou při sledování televize vykonávají další aktivity, nejčastěji domácí práce, ale třeba se i věnují dětem či telefonují. Samotné sledování je totiž v jejich očích ztrátou času. Toto jednání však u mnou dotazovaných žen nelze ztotožňovat s tím, co je běžně nazýváno kulisou. Televize zde totiž netvoří kulisu k nějaké dominantní činnosti, ale spíše se jedná o paralelní souběh dvou více či méně rovnocenných činností (dominance zde může mezi nimi kolísat). I když ženy třeba uváděly, že používaly televizi jako kulisu, charakter této kulisy byl odlišný od té mužské. Pro srovnání například:

Když běžel nějaký seriál, třeba Krok za krokem, tak jsem si k tomu vždycky sedla a vzala nějakou práci, obrázky, vyšívání nebo něco. A u toho jsem koukala. Když se to tak vezme, tak jsem měla oboje jako kulisu. Práci k tomu seriálu, abych tam nesešla jen tak s rukama na opěradle a ten seriál zase jako kulisu k té práci. (č. 7 Z24)

Jdu žehlit, zapnu televizi a jsem našťvaná, když nedávají něco pěkného. To si pak pustím dývko. (č. 4 Z36)

A někdy jsem to zapnul jen tak, jestli tam náhodou něco není. Takže to běželo i jen jako zvuková kulisa, jak se říká. Aby prostě nebylo ticho. (č. 2 M28)

Zapnul jsem a čuměl na cokoliv. Často jsem měl televizi i jako kulisu. (č. 3 M27)

Nutno dodat, že rozhovory nijak drtivě neprokázaly závěry Hobsonové, přesto mírně převážily ženy, které sledují televizi společně s nějakou další činností.

Společné sledování televize

Dotazované osoby rozhodně nezavrhují společné sledování televize. Z rozhovorů vyplývá, že televize je i u nich poměrně často záležitostí rodinného kruhu. Opět je ovšem nutno dodat, že

ji sledují jen někteří a to ještě ve značně omezenějším množství než dříve. Zajímavé je, že nijak nevyjadřují záměr se u televize sejít a sledovat společně vybraný pořad. Setkání u televize je do značné míry výsledkem náhody a souhry okolností. Buďto je zaujme něco, co již sleduje někdo jiný (viz výše) či si sednou k televizi, protože zrovna mají chuť a čas, nebo se sejdou u pořadu, který si nezávisle vybrali. Množství televizorů v domácnosti přitom zřejmě nehraje až takovou roli. Nabízelo by se tedy, že se u televize ve společných prostorách scházejí za účelem kontaktu, avšak vliv jistě hraje i větší televizor. Žádný z respondentů pak nevedl, že by společně s někým dalším vybíral a sledoval filmy na DVD či videokazetě.

Překvapivě oproti době před stahováním nezaznamenaly způsoby sledování televize žádné zásadnější změny. Zásadními změnami tak prošel zejména rozsah tohoto sledování.

10. 2 Praktické aspekty sledování stažených seriálů

Způsob sledování

Na způsob sledování má u dotazovaných vliv to, jak si daný seriál oblíbili a také zda mají k dispozici více dílů či zda jsou závislí na uvádění epizod (většinou v americké) televizi. Jestliže mají stažené celé sezóny některého seriálu, většinou sledují více dílů za sebou. To se týká vlastně všech dotazovaných. Většina jich však zároveň jmenovala nějaký oblíbený seriál (či seriály), které sledují po jednotlivých dílech, tak jak jsou uváděny v televizi a objevují se na internetu:

Když mi přijde celá série, skouknu celou sérii. Jakmile mám skouknutou celou sérii, nemůže mi přijít pod ruku více než jeden díl každý týden. (č. 1 M25)

Většinou po více dílech najednou, protože je mám stažené jakoby v kuse. Pokud to tedy není zrovna Lost nebo Galactica, které jsem stahoval vždy hned, jak to odvysílali. Tam jsem to sledoval okamžitě, po jednotlivých dílech. Pokud toho mám více, dám si klidně dva, tři díly po sobě, pokud mám čas. (č. 2 M28)

...ty, které navazují¹, sleduji od začátku, zatímco na většinu těch nenavazujících mě upozorní někdo z kamarádů, takže je potom doháním. (č. 5 Z25)

¹ Tzv. spin-off, tj. nový seriál odvozený z jiného, již existujícího.

Pokud tedy mají stažené dostatečné množství dílů, způsob, jak s nimi budou nakládat, je čistě na nich. Mají naprostou materiální kontrolu nad seriálovými obsahy, jelikož mohou sledovat libovolné množství dílů. Jediným limitujícím faktorem jsou jejich časové možnosti. Serialita pak nemá vliv na pravidelné sledování, ale spíše na délku sledování. Totéž se dá říci o cliffhangerech. O tuto naprostou materiální kontrolu se však často dobrovolně připravují. Seriálový díl pak mohou sice sledovat v libovolný čas a podle potřeb jej přerušovat, avšak, jak přesně uvedl jeden z dotazovaných, nemohou sledovat víc jak jeden díl týdně. Motivy pro toto jednání postupně proberu později. Pokud se však zaměříme čistě na vnímání seriality, zjistíme, že se v tomto případě vlastně neliší od sledování seriálu v televizi (a je vlastně totožné s tím, pokud si divák seriál nahraje).

Mírný rozdíl existuje mezi sledováním seriálů a sérií. Seriály totiž díky cliffhangerům svádějí ke stahování po dílech daleko více než série:

U sitcomu mě nezajímá, co bude dál. Ten si pustím prostě, když se chci zasmát. Nečekám, kam se to vyvine. (č. 1 M25)

S materiální kontrolou nad seriálovým obsahem je spojena možnost opakovaného přehrávání. U seriálů, které dotazovaní sledovali synchronně s tím, jak běžely v americké televizi, se opakované přehrávání objevuje jen v minimální míře. Pouze jedna dotazovaná osoba uvedla, že sleduje seriálové díly opakovaně:

Rozdíl je mezi tím, jestli seriál má předem daný příběh, do té míry, že to třeba limituje počet sérií a dílů, nebo jestli má jen volný rámcový příběh, do kterého se volně přidávají zvraty podle oblíbenosti a sledovanosti seriálu. Pokud má seriál předem daný příběh, tak mě většinou chytí víc a mám potřebu se na něj podívat víckrát, protože chci objevit všechny náznaky a provázanosti, které tam tvůrci dali. U seriálů, které prostě pokračují dál a dál, mi stačí právě ten jeden díl týdně. (č. 5 Z25)

Další pak sleduje opakovaně pouze vybrané části dílů:

Nevracím se k celým dílům, ale k částem. Třeba z důvodu, že jsou tam pěkné citáty nebo scéna, která člověka zaujme. (...) Pak to také dělám, když něco stáhnou ještě dříve než jsou titulky a nerozumím na poprvé úplně všechno. Není problém se na

něco podívat vícekrát. Abych tedy shrnul ty důvody: zajímavá scéna, opakování kvůli jazyku a upřesnění děje. (č. 3 M27)

U sérií je opakované sledování daleko častější. Většina dotazovaných uváděla, že zejména své oblíbené sitcomy (včetně animovaných) viděli vícekrát. I vzhledem k délce dílů okolo dvaceti minut jsou totiž vhodným rozptýlením, když si člověk potřebuje na chvíli odpočinout od nějaké činnosti, navíc, pokud je dotyčný již zná, může je použít jako kulisu, z níž vypichuje oblíbené momenty. Důvodem však může být i snaha šířit oblíbený seriál dál:

...jelikož jsem většinou všechny (díly, pozn. autora) viděla a chci seriál ukázat někomu novému. Jedničku Earla jsem viděla někdy až 4 krát. (č. 9 Z26)

Závěrem lze k této subkategorii ještě dodat, že stahování seriálů do značné míry smazává genderový rozdíl ve sledování. Umožňuje totiž synchronizovat čas, kterému dávají přednost muži, a obsah, jenž je hlavním zájmem žen. Vybraný obsah si lze pustit přesně v době, která dotyčné či dotyčnému vyhovuje.

Společné sledování

Jak bylo uvedeno výše, dle teorie Morrisonové a Krugmana (2001: 142-3) počítač v domácnostech jen minimální sociální využití a vyskytuje se v místech optimálně přístupných pouze jednou osobou. Provedené rozhovory však ukázaly, že sledování stažených seriálů sociální využití počítačů pravděpodobně zvyšuje. Rozhodně se nedá říci, že by sledování stažených seriálů bylo společenskou činností, přesto několik dotazovaných uvedlo, že tak alespoň někdy činí společně s někým dalším. Většinou se jedná o partnery, ale třeba i sourozence, spolubydlící či kamarády:

A výjimečně když se sešlo na nějakém srazu více lidí a nadšenců, tak jsme si třeba tři díly pustili. (č. 9 Z26)

Výše zmíněný předpoklad, že sledování seriálů na počítači musí zákonitě vést k jeho individualizaci tak provedené rozhovory nepotvrdily. Dotazovaní totiž nesledují seriály na počítači o nic méně společensky nežli televizi. Možná spíše naopak, vezmeme-li v úvahu, že se diváci musí výslovně domluvit na obsahu i času, kdy jej shlédnou.

Návyky

Návyky, kdy a při jaké příležitosti dotazovaní stažené seriály sledují, jsou tak rozmanité, jak jen technologie umožňuje. Různorodost návyků je dána tím, že seriály lze přehrávat podle individuálních potřeb. Někteří dotazovaní uvedli, že seriály sledují vyloženě, když mají náladu:

Někdy, když jsem se vrátil z hospody, tak jsem si pustil jeden díl *Ženatý se závazky*.
(č. 3 M27)

Náladu šlo ve více případech spojit s potřebou odreagování se od nějaké činnosti. Dva příklady:

Vyloženě jak mám chuť a čas. Když jsem třeba unavený z psaní. Kdyby to bylo v televizi, kde je to přesně v deset, musel by ses podle toho zařídit. (č. 2 M28)

Na *Ženatý se závazky* jsem se třeba koukal před státnicemi, když jsem potřeboval rozptýlit. To bylo na půl hodiny, takže ideální na zabítí času, třeba místo zpráv. (č. 3 M27)

Nejčastěji jsou však seriály dle rozhovorů sledovány jednoduše v době, kdy člověk odpočívá nebo se mu již nechce nic dělat, tedy většinou v pozdním odpolední a večer. Často pak místo televize.

Většinou na ně koukám po příchodu z práce nebo ze školy, odpočívám u nich... (č. 5 Z25)

Pak večer, když nemám co dělat, nebo když se mi nechce nic dělat... (č. 7 Z24)

Většinou k večeru. (...) Kdyby člověk koukal v televizi, tak ti v tom běží deset reklam. Tady to máš nepřerušovaný. (č. 10 M21)

U některých dotazovaných se v této souvislosti objevilo rutinní chování:

Jelikož jsem pracovala, tak jsme to měli jako pravidelný rituál doma, že jsme si to pouštěli před spaním, jindy výjimečně, nebyl většinou čas, jelikož o víkendu doma člověk moc není. (č. 9 Z26)

Na Lost koukám ve čtvrtek. Když přijdu z práce, tak ho začnu stahovat. Podle toho, jak jdou rychle linky, to rychle stáhnou a skouknu večer. (č. 1 M25)

V posledním citátu se objevila jediná zmínka spojující rutinní chování se stahováním po jednotlivých dílech. Toto rutinní chování je odlišné od toho v prvním citátu. Je totiž narozdíl od něj závislé na podavateli. Je to však zároveň jediný příklad, kdy televizní program (ačkoliv nepřímý) určuje některému z respondentů čas sledování. To je poměrně překvapivé, protože by se dalo očekávat, že rutinní stahování povede k rutinnímu sledování častěji. U všech dalších respondentů je případné rutinní sledování spojené s časovým rámcem dne pevně vázáno na jejich osobní časové možnosti, nikoliv na vysílací plán. Míží tak simultaneita sociální zkušenosti. To však není na celospolečenské bázi nic nového, viz výše Morley a Silverstone (1988: 43-4). Sdílení zážitků však ani u lidí, kteří sledují seriály stažené prostřednictvím internetu, nemíží. Ačkoliv je sledování značně roztržité a obsahová nabídka různorodá, diváci stažených seriálů o nich mezi sebou komunikují, což alespoň v rámci primárních vztahů vede ke sdílení zážitků. Problematice komunikace se budu věnovat níže.

Rutinní sledování se ve skutečnosti u dotazovaných častěji než s časem pojí s jinými činnostmi, které jsou se sledováním paralelně vykonávány. Jak bylo uvedeno výše, těžko zde můžeme mluvit o kulise v tradičním smyslu slova, spíše o symbióze aktivit. Konkrétně někteří dotazovaní zmínili, že při seriálech jedí či žehlí.

Když jsem doma, tak obědvám prakticky jen u toho. (č. 7 Z24)

Já se koukám jen když potřebuji něco dělat. (...) Já když žehlím tři čtyři hodiny, tak skouknu tři čtyři díly. (č. 4 Z36)

Někdy žehlím, ale většinou se plně soustředím na seriál. Když začnu mít tendenci u něj dělat něco jiného, je to většinou signál, že mě ten seriál přestává bavit. (č. 5 Z25)

Jedná se tedy o činnosti, které nevyžadují nijak velkou pozornost. Že používá stažené seriály skutečně jako kulisu (k vypisování z knížek či třídění nafoceného materiálu) uvedla pouze

jedna dotazovaná osoba. Jinak všichni uvedli, že se na sledování soustředí. Rozdíl dokládá jeden z dotazovaných:

Koukám spíš při jídle nebo večer. (...) Zkoušel jsem koukat, když jsem pracoval, ale moc to nešlo. Nesoustředil jsem se ani na jedno (č. 6 M23)

10. 3 Důvody sledování stažených seriálů

Důvodů, proč dotazovaní sledují seriály stažené z internetu, zaznělo několik. Někteří přitom uvádějí téměř všechny, někteří jen jeden. Není ambicí předkládané práce kvantifikovat jejich četnosti, ale spíše předložit jakousi typologii motivů, vycházející z osobních výpovědí respondentů.

To, že se na ně člověk může podívat, když má čas, může si i ten jeden díl rozložit do více částí, může přerušovat to sledování, může dělat nějakou důležitější činnost a pak to dokoukat. To seriál vysílaný v televizi neumožňuje. Čili základní klad. (č. 1 M25)

Můžu je sledovat, kdy chci, ne kdy je vysílají. Navíc tyhle seriály u nás v televizi stejně nedávají. A když už ano, tak s debilním dabingem. (č. 2 M28)

Protože když jsem v práci, tak to nestíhám. Tolika jsem tupá, že si je ani nestihnu nahrát. Normálně doháním to, co jsem zmeškala. (č. 4 Z36)

Se podíváš třeba na díly, které běží v Americe. Vidíš je teda dřív, než u nás v televizi. Hlavně se na to podíváš, kdy chceš a ne až to poběží v televizi. (...) Kdyby člověk koukal v televizi, tak ti v tom běží deset reklam. Tady to máš nepřerušovaný. (č. 10 M21)

Hlavně to, že je to v angličtině. Protože v angličtině je to prostě lepší. Třeba Futurama v češtině absolutně ztratila to kouzlo, které měla. Červený trpaslík je v angličtině také o dost lepší, protože čeština tak nepostihne tu angličtinu, ty anglické výrazy, anglické vazby. Takže fůra věcí, které jsou tam v angličtině vtipné, v češtině nevyzní. (č. 7 Z24)

Běží tady pozdě a s dabingem. Hlavní přínos stahování je v tom, že člověk dostane originál a dostane ho hned, jak vyjde. Nemusí čekat, až po dvou letech některá z českých televizí (poslední dobou obvykle Prima) zjistí, že o seriál je zájem a začne vyjednávat o jeho zakoupení. (...) Když dobré seriály dávají ve tři dopoledne, nebo po desáté večer, tak to je dost otravné. (č. 5 Z25)

Z citovaných výroků (ostatní dotazovaní opakovali vlastně jen to, co někdo před nimi) každopádně vyplývají celkem čtyři motivy či důvody. Prvním důvodem je již mnohokrát zmiňovaná materiální kontrola, kterou stahování umožňuje. Druhým často uváděným důvodem je, že stahované seriály jsou v původním znění. Dále pak dotazovaní jmenovali možnost sledovat vybrané seriály mnohem dříve, než je zakoupí některá z českých televizních stanic a nepřítomnost reklam.

Materiální kontrolu jmenovala jako důvod, proč stažené seriály sledují, naprostá většina dotazovaných. Dvě osoby ji však neuvedly, přičemž za jediný přínos považovaly původní znění. Zároveň jako oblíbené jmenovaly seriály (respektive série), které běží i na českých programech. Na první pohled z toho tak plyne možnost, že sledování oblíbených seriálů podle časových potřeb (viz výše) může být pro někoho jen jakýmsi bonusem a nevadilo mu je sledovat v pevně stanovený čas, avšak v původním znění (s titulky). Tuto příležitost ale diváci často mají díky funkci skrytých titulků. Přesto ji ani jeden z dotyčných nevyužívá. Jednoduše proto, že díly chtějí sledovat opakovaně, jak vyplývá z jejich jiných odpovědí. Opakované sledování, které je vlastně součástí materiální kontroly, je tak pro ně neuvědomovaným motivem.

Ačkoliv všichni dotazovaní nejmenovali původní znění výslovně jako důvod, proč stažené seriály sledují, až na jednu výjimku uvedli, že mu dávají přednost před dabingem. Tou jedinou výjimkou byla žena, která při sledování stažených seriálů žehlí:

Já bych na to s titulkama i koukala, ale bohužel u toho většinou pracuju. Ono i když je to nadabované, tak se podívej tady na ty jizvy. To jsou přesně spáleniny od žehličky. Nedej bože, že by to bylo s titulkama, to bych si žehlila vlastní ruce. (č. 4 Z36)

Obvykle uváděným důvodem je špatná kvalita českého dabingu, přičemž dotazovaným většinou nevyhovují zvolené hlasy:

Tam běží ta Futurama. Párkrát jsem na ní koukal, ale nejsem z toho vůbec nadšený, jak to tam nadabovali. Podle mě je ten seriál poloviční a ani není prostě tak vtipný. Třeba ten Zoidberg, který v originále vydává úžasně vtipné zvuky, je tady namluven normálním hlasem, že to úplně zanikne. (č. 2 M28)

Když jsem ty seriály viděl nejprve v angličtině, tak mi pak k tomu lépe sedí ty hlasy. A abych řek pravdu, tak mi opravdu lépe zní, když je to v tom originále. (č. 8 M22)

Jistou roli zde tedy hraje jistě zvyk:

Je pravda, že když v Simpsonových změnili Homera, říkal jsem si, že je to strašné. Po dalších šesti dílech mi to už tak strašné nepřišlo a teď když slyším ten starý dabing, přijde mi strašný. Takže ten zvyk tomu dá určitě strašně moc. (č. 1 M25)

Přesto jsou hlasy důvodem, proč dávají přednost amatérským titulům, ačkoli je někteří považují za mnohdy nepříliš kvalitní:

Špatný titulky taky existují. Viděl jsem spoustu hrůzných titulků, kde říkali něco úplně jiného. Překládal to úplně blb nebo na to neměl a překládal to se slovníkem. (č. 1 M25)

A všimni si, že spousta titulků není dobře přeložených. Tam úplně ignorují, jaký jazyk ty postavy použily, časy atd. (č. 3 M27)

Dotazovaným, kteří ovládají angličtinu na takové úrovni, aby seriálům v původním znění rozuměli, však nevadí primárně hlasy, ale překlad do češtiny, který nedokáže zprostředkovat původní význam:

Třeba Futurama v češtině absolutně ztratila to kouzlo, které měla. Červený trpaslík je v angličtině také o dost lepší, protože čeština tak nepostihne tu angličtinu, ty anglické výrazy, anglické vazby. Takže fůra věcí, které jsou tam v angličtině vtipné, v češtině nevyzní. (č. 7 Z24)

Někteří dotazovaní zároveň uvedli i to, že původní znění jim umožňuje procvičovat angličtinu, případně, pokud si zvolí jiné titulky než české, nějaký jiný jazyk.

Zdá se, že materiální kontrola a původní znění vytvářejí jakýsi komplex, který je společný prakticky všem dotazovaným. To však ještě neznamená, že je všichni vnímají jako důvody. Pokud je v odpovědi na přímou otázku po důvodech stahování neuvedli, nelze než usuzovat, že je jako důvody nevnímají a bude lepší je u nich označovat za zásadní výhodu. Lze však říci, že materiální kontrola a původní znění tvoří důvod či alespoň zásadní výhodu sledování stažených seriálů pro prakticky všechny respondenty. Další dva jmenované důvody dotazovaným společné nejsou, alespoň to rozhovory neprokázaly. U možnosti získat přístup k dosud nevysílaným seriálům na tom není nic překvapivého, vzhledem k tomu, že řada dotazovaných sleduje seriály, které jsou běžně dostupné i na tuzemských televizních programech. Posledním explicitně jmenovaným důvodem je nepřítomnost reklam. Z odpovědi lze vyvodit, že se jedná opět spíše o výhodu stažených seriálů, než o důvod pro jejich sledování v pravém smyslu slova. Přesto je zřejmé, že lidem, kteří seriály stahují, reklamy vadí a pokud budou mít možnost je sledovat bez reklam, budou tak činit. Tím se dostáváme k ochotě ekonomicky sledování seriálů kompenzovat.

10. 4 Ochota kompenzovat sledování

Ochota ekonomicky kompenzovat sledování seriálů je mezi lidmi, kteří je stahují, obecně velice nízká. To vyplývá i z výše zmíněného negativního postoje k reklamám. Jakkoli platit za stahování dotazovaní také většinou odmítají, vlastně často vůbec nechápou, proč by měli:

A proč bych za ně měl platit, když se dají stáhnout z internetu? Nechápu tuhle otázku.

(č. 1 M25)

Já nevidím jediný problém v čem je stahování nelegální. U nás je v zákonech, že si můžeš pořídit jednu kopii. (...) Ty když si koupíš záznamové médium, tak automaticky platíš autorský poplatek. (...) Předplatné je v záznamových médiích.

Takže nevím, proč bych měl za něco platit dvakrát. (č. 3 M27)

Pro tyto dotazované je pak placení takovou překážkou, že pokud by jinou možnost neměli, vrátili by se k televizi, případně by seriály přestali zcela sledovat (nebo se o tom vůbec nechtějí bavit, protože tato situace stejně nemůže nastat). Ačkoliv tyto dotazovaní

v odpovědích na otázku po důvodech sledování stažených seriálů jmenovali jiné důvody, než že jsou zadarmo, odmítání platit (nebo platit podruhé) je pro ně ve skutečnosti důležitější. Nejedná se vyloženě o důvod sledování stažených seriálů, nikdo jistě nestahuje seriály jen proto, že jsou zadarmo (narozdíl třeba od hudby), ale spíše o předpoklad, který důvodům vůbec umožňuje vyvstat.

Většina dotazovaných však sice nechápe smysl placení za seriály ve formě, v níž je lze stáhnout zadarmo, ale zároveň připouštějí, že by byli ochotni připlatit za něco navíc:

Kdybych měl na výběr to stáhnout zadarmo nebo za to zaplatit? To bych si to určitě stáhnul zadarmo, kdyby k tomu nebyla nějaká přidaná hodnota. (...) Třeba ten kvalitní dabing. Ale pokud by tam za peníze nabízeli to, co si můžu stáhnout zadarmo, tak to fakt ne. (...) Mě hlavně vůbec není jasné, k čemu by to bylo dobré, kdyby to nabízeli ke stažení za peníze. (č. 2 M28)

Kdyby to přinášelo nějaké výhody, třeba tam byly nějaké bonusy navíc a nebylo to za přemrštěné ceny, tak proč ne. (č. 8 M22)

Diváci stažených seriálů jsou pravděpodobně zvyklí na internetu běžnou skutečnost, že základní standard je zadarmo a platí se až za prémiové účty. Tak to chodí i při stahování přes rapidshare, za jehož prémiový účet jsou někteří dotazovaní ochotni platit. Jiní si kupují DVD nosiče se svými oblíbenými seriály. Není to tedy tak, že by nikdo z osob, které stahují televizní seriály, do nich nechtěl investovat žádné peníze (ačkoliv peníze investované do rapidsharu se samozřejmě netýkají pouze seriálů, ale veškerých stahovaných dat). Samotný seriál, který není na originálním nosiči, však požadavky na vynaložení peněz nespĺňuje, jednoduše proto, že je obecně vnímán jako zboží zadarmo.

10. 5 Komunikace

Diskuse nad obsahy

Sledování stažených seriál rozhodně není odtržené od sociálních vztahů. Jednak, jak již bylo uvedeno výše, lidé, kteří sledují stažené seriály, tak poměrně často činí společně s někým dalším, jednak pro ně hraje zásadní roli komunikace o seriálech (s přáteli, spolupracovníky či sourozenci). Zcela všichni dotazovaní znají někoho, kdo sleduje nějaký stejný seriál a s kým o tomto seriálu mluví.

Rozebíráme postavy a to, jestli se chovají "v charakteru" nebo jestli si z nás tvůrci snaží udělat dobrý den, rozebíráme herce a jejich styl ztvárnění postavy a situace, probíráme zápletku a vzájemně se upozorňujeme na důležité náznaky. Záleží to epizodu od epizody a seriál od seriálu. Taky hodně "hláškujeme" - používáme věci, které některá z postav řekla. (č. 5 Z25).

Většinou, jestli byl díl dobrý nebo špatný, co tam bylo za blbosti a tak. Kam se seriál ubírá. (č. 1 M25)

Nejlepší hlášky a situace a to spíš dle toho kdo je pozadu (ostatní vzpomínají, jo to bylo super), protože spíš ten, kdo s tím seriálem začíná, je nadšený a má větší tendenci vyprávět co a jak. (č. 9 Z26)

V posledním citátu je zmíněn zásadní aspekt komunikace o seriálech stažených z internetu, totiž skutečnost, že jednotliví diváci obvykle viděli odlišné množství dílů. Jak vyplývá i z výše uvedeného citátu, komunikaci to nebrání. Dotazovaní však zdůrazňovali, že je nepřijatelné, aby někdo prozrazoval děj dopředu (tzv. spoiloval):

V tom případě se vždycky zeptám, jestli to ten dotyčný viděl. Pokud ne, tak to nikdy nespoiluju. (č. 3 M27)

Bavím se jen s lidma, u kterých vím, že mi nebudou spoilovat. (č. 5 Z25)

Nejintenzivnější komunikace však probíhá, pokud více lidí sleduje stejný seriál po jednotlivých dílech. To pak dotazovaní uváděli, že do detailu řeší každý detail každé epizody či si vyměňují teorie, jak se bude seriál dále vyvíjet a jaký je význam jednotlivých událostí a jevů. Zde se nabízí otázka, zda nemůže být důvodem tohoto typu sledování právě i následná komunikace. Někteří dotazovaní ve svých výpovědích připouštějí, že tomu tak může být:

Vlastně tu poslední sérii Galacticy. Tu jsme pak hned probírali s kamarádem. V tomhle konkrétním případě jsem to asi sledoval hned i kvůli němu. I když on to měl většinou hodně rychle, třeba ani nečekal na titulky. Tak jsem byl většinou pozadu. (č. 2 M28)

Povídání si o tom seriálu je podstatná část toho, proč ho člověk sleduje. (č. 5 Z25)

Komunikace se tedy zdá být nedílnou součástí sledování a možná dokonce i jeho skrytým motivem. Podle dotazovaných je to důležité téma hovorů s kolegy v práci nebo když se sejdou s přáteli. Komunikace však nemusí nutně probíhat fyzicky tváří tvář. Pokud sledují nějaký seriál po dílech, mnohdy nečekají, až se sejdou a diskutují například po icq či skypu. Důležitost komunikace o seriálech je obecně známá, nicméně obvykle ji výzkumníci vztahovali pouze na ženy (např. Gray 1992: 114 a 199). Gauntlet (1999: 129) ve svém výzkumu zjistil, že pro ženy, které pracují v rozlehlých společných kancelářích (tzv. open-spacech), jsou hovory o seriálech důležitou součástí každodennosti a usnadňují komunikaci se spolupracovníci. Muži však o seriálech nekomunikují, jelikož to je pro ně ryze ženská činnost (Gauntlet 1999: 129). Osoby, které sledují stažené seriály, však o nich komunikují bez ohledu na pohlaví, a to mnohdy i v zaměstnání.

Jak se o seriálech dozvídají?

Vzájemná komunikace je i nejčastějším způsobem, jak se o seriálech dozvídají. Dotazovaní uváděli, že se o nových seriálech dozvídají většinou od známých či přátel. Nikdo z dotazovaných nevedl, že by sám aktivně vyhledával informace o nových seriálech, nicméně ty, které si oblíbí, velice často doporučují dalším lidem. Spíše než o klasický dvoustupňový model komunikace se zde tak jedná o mnohastupňový model, kde na vrcholu stojí minimální počet názorových vůdců. Jakmile tito názoroví vůdci informaci předají dál, nastane situace, která by se dala nazvat verbálním virálním marketingem. Z rozhovorů však také vyplynulo, že předávání informací i v této fázi probíhá částečně vertikálně: někteří dotazovaní předávají dalším osobám více doporučení, než od nich dostávají, jiní naopak.

Díky stále se zrychlujícímu internetu postupně mizí předávání seriálů vypálených na fyzických nosičích:

Myslím, že v dnešní době internetu, který se běžně pohybuje kolem 10 megabitů, není pro nikoho problém si stáhnout seriál. Éra vyměňování CD a DVD se seriály je podle mě dávno pryč. (č. 1 M25)

Teď už to v zásadě spočívá v tom, že dám někomu tip a on si to pak sám stáhne.

Právě tím, jak se to zrychlilo je to v zásadě zbytečné. (č. 3 M27)

Doporučení tedy v současnosti probíhá spíše formou informace, než přímo předáním seriálu na fyzickém nosiči. Ženy však často z různých důvodů nestahují a seriály získávají od někoho jiného, ať už na „objednávku“ či jako součást doporučení:

Já když potřebuji něco stáhnout, tak řeknu bráchovi, protože ten má rychlejší počítač a ví, kde to najít a stáhne to. (č. 7 M24)

Asi bych si ho zaplatila (rapidshare, poznámka autora), kdybych neměla tolik lidí, kteří stahují hodně, a neměla tak možnost kopírovat od nich. (č. 9 Z26)

Druhým, méně častým způsobem, jak se o potenciálně zajímavých seriálech dotazování dozvídají, je televizní obrazovka. Pokud je v televizi nějaký seriál zaujme, začnou jej stahovat. Důvodem je již mnohokrát zmiňovaná materiální kontrola, se kterou souvisí i možnost opakovaného přehrávání (obvykle u sitcomů).

Fanouškovská setkání a weby

Ačkoliv dotazování o seriálech intenzivně komunikují se svými přáteli, známými či spolupracovníky, jiných komunikačních kanálů využívají jen sporadicky či vůbec. Když na fanouškovské weby chodí, tak obvykle kvůli titulkům a informacím, kdy bude vysílán další díl či série. Dalším důvodem, který se však objevil v minimální míře, jsou fanouškovské teorie vysvětlující záhady v seriálech typu Lost:

Chodil jsem takhle na Galacticu a na Lost, protože třeba konkrétně k tomu Lostu tam měli diskuse a shrnovali teorie. Pro Lost je to třeba ale dobré proto, že v tom seriálu jsou často takové jemné náznaky, které člověk nemusí hned pochytit. Někdy je proto dobré se na to ještě podívat. Nebo jsou to klidně i narážky na jiné filmy nebo seriály, které vůbec neznám. Teprve takhle to pak začne dávat lepší smysl. (č. 2 M28)

Pouze jedna dotazovaná uvedla, že se na fanouškovských stránkách diskusí aktivně účastní. Ostatní této možnosti nevyužívali:

(...) stačí mi fanoušci, co mám mezi přáteli. Občas pokecat, víc nepotřebuji. (č. 9 Z26)

Níjak velké oblibě se mezi dotazovanými netěší ani setkání fanoušků (tzv. cony). Účastní se jich (a to i zahraničních) pouze jedna dotazovaná, stejná, která aktivně přispívá do diskusí na fanouškovských stránkách. Hlavní náplň své účasti na zahraničním conu popsala takto:

Já to беру jako příležitost vidět svoje oblíbené herce chvíli venku z role - takové, jací opravdu jsou. A třeba si s nimi i chvíli popovídat u baru. (č. 5 Z25)

Další dotazovaná se conu zúčastnila jednou, ovšem podle vlastních slov vlastně jen doprovázela kamarádku. Dva dotazovaní připustili, že by je účast na nějakém conu zajímala, avšak zatím se k tomu nedostali.

Vzhledem k výše zmíněnému lze říci, že v divácích seriálů stažených z internetu se neshazuje hranice mezi fanouškem a příslušníkem kultu. U jediné dotazované osoby je tato hranice rozostřena. Žádná z činností, kterými se liší od ostatních dotazovaných (účastní se conů, avšak zejména kvůli hercům, přispívá do diskusí a sleduje seriály opakovaně za účelem lepšího porozumění), ji však nutně neřadí mezi příslušníky kultu (Abercrombie, Longhurst 1998: 138, Lacey, Longhurst 1998: 153). Ostatní dotazované lze nepochybně zařadit mezi běžné fanoušky dle Abercrombieho a Longhursta (1998: 138). Ostatně i oni se mezi ně dle svých slov často řadí, ačkoliv tuto koncepci neznají:

Jsem fanoušek. Gallactica je asi nejlepší seriál. Líbil se mi. (č. 3 M 27)

Já se určitě nemůžu zařazovat do skupiny extrémních fanoušků těchto seriálů. Nevyhledávám, nevymýšlím teorie, případně neuctívám hrdiny těch seriálů. Prostě se na ně podívám, baví mě a to je tak všechno. (č. 1 M25)

Závěr

Závěrem bych ještě rád shrnul poznatky, které předkládaná práce přináší. Stahování seriálů prostřednictvím internetu má poměrně zásadní vliv na to, jak jejich diváci se seriály zachází. V první části práce jsem načrtl možná teoretická východiska a souvislosti sledování takto stažených seriálů. V druhé části jsem se snažil nalézt odpovědi na otázky, které při přípravě teoretické části vyvstaly. Využil jsem k tomu techniku sběru dat prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, z jejichž analýzy vyplynulo pět hlavních oblastí (či kategorií) souvisejících se sledováním seriálů stažených prostřednictvím internetu: změny ve sledování televize, praktické aspekty sledování stažených seriálů, motivy sledování stažených seriálů, ochota ekonomické kompenzace a komunikace o stažených seriálech.

Respondenti shodně uváděli, že sledují televizi obecně méně než před příchodem stahování. Do přímé souvislosti to však dle svých slov nestaví. Roli hraje spíše nedostatek času a také neatraktivnost vysílaných pořadů (což jsou však zároveň důvody, proč stahují seriály prostřednictvím internetu, a tak je možné, že seriály stahují právě v důsledku sníženého sledování televize). Oblast návyků spojených se sledováním televize se oproti tomu prakticky nemění (pokud tedy televizi nepřestali zcela sledovat). Zde nastal rozdíl mezi muži a ženami. Zatímco muži uváděli, že většinou zapínají (nebo zapínali) televizor, když mají (měli) čas, chuť či příležitost a sledují tam to, co zrovna běží, ženy si naopak sledované pořady vybírají (vybíraly) podle programu a televizi zapínají (zapínali) prakticky jen za účelem sledování toho, co si zvolily. Je tedy zřejmé, že pro muže je důležitější časová dimenze, pro ženy obsahová. Ani ženy, které sledují seriály stažené prostřednictvím internetu, však nejsou ochotné strukturovat svůj den podle televizního programu. Určitý rozdíl mezi muži a ženami lze nalézt i u používání televize jako kulisy. Pravděpodobně v souvislosti s výše uvedeným nahodilým sledování používalo či používá televizi jako kulisu velké množství dotazovaných mužů. Ženy oproti tomu při televizi často vykonávají nějakou další činnost, která jim však nebrání v nerušeném sledování televize. Respondenti také rozhodně nevyklučují společné sledování televize s dalšími členy domácnosti. Neuvádějí však, že by společně vybírali pořady, které budou sledovat. Spíše se u televize (někdy u určitého pořadu) shodou okolností sejdou.

Sledování stažených seriálů výše zmíněné genderové rozdíly smazává. Umožňuje totiž synchronizaci času, kterému dávají přednost muži, a obsahu, jenž je hlavním zájmem žen. Vybraný obsah si lze totiž pustit přesně v době, která dotyčné či dotyčnému vyhovuje.

Kdy a při jaké příležitosti si respondenti stažené seriály pouští je přitom značně individuální a různorodé. Nejčastěji v době odpočinku (odpoledne či večer) nebo během činností, které nevyžadují velkou pozornost (jídlo, žehlení). Oboje je často rutinizované, tj. propojení je pravidelné a do značné míry zažitě. Stažené seriály však mohou sloužit i ke krátkodobému nárazovému odreagování se od práce či učení. Rozhovory také neprokázaly, že by sledování stažených seriálů probíhalo nutně o samotě. Na rozdíl od televize se však u sledování seriálů stažených prostřednictvím internetu scházejí s jasným záměrem sledovat určitý obsah, na kterém se předtím domluvili.

Způsob, jakým respondenti seriály sledují, závisí na způsobu jejich stahování. Pokud seriál stahují po větších celcích, obvykle sezónách (či seriál od někoho dostanou vypálený vcelku na DVD nosiči), mají naprostou moc nad tím, jak si sledování rozloží. Mohou tedy seriály sledovat po libovolném množství dílů, čehož také podle svých časových možností využívají. Serialita tedy již nezajišťuje pravidelné sledování, ale spíše diváka při sledování pouze udržuje. Existují však i případy, kdy si dokáže serialita svou moc uchovat. Diváci stažených seriálů totiž často mají nějaký oblíbený seriál, který sledují po jednotlivých dílech tak, jak jsou uváděny v televizi a objevují se na internetu. U sérií se tento způsob sledování objevuje velmi zřídka, narozdíl od opakovaného přehrávání epizod (týká se sitcomů), které zase není vlastní klasickým seriálům. Simultaneita sociální zkušenosti spojená se sledováním televize je každopádně značně narušena, ovšem tato skutečnost se objevila již dříve, v souvislosti s rozšířením televizní nabídky.

Respondenti explicitně uváděli čtyři důvody, proč seriály stažené z internetu sledují: možnost pouštět je podle individuálních potřeb (důvod jsem nazval „materiální kontrola“), původní znění, přístup k v ČR nevysílaným seriálům a nepřítomnost reklam. Materiální kontrola byla jasně nejčastěji uváděným důvodem, původní znění jmenovalo podstatně méně dotazovaných. Přesto prakticky všichni zároveň odpověděli, že jednoznačně dávají přednost původnímu znění (obvykle kvůli nekvalitnímu českému dabingu, avšak roli hraje pravděpodobně i zvyk). Materiální kontrola a původní znění tedy tvoří jakýsi spojený důvod společný prakticky všem respondentům. Neznamená to však, že si respondenti toto spojení nutně uvědomují. Pokud původní znění nevedli, nelze než usuzovat, že, ačkoliv mu dávají přednost před dabingem, nepředstavuje pro ně důvod nijak zásadní a jedná se pro ně spíše o důležitou výhodu. Přístup k seriálům, které jsou u nás nedostupné, respondenti uváděli poměrně málo, jelikož mnoho osob sleduje, z důvodů uvedených výše, i seriály, které běžně vysílají české televizní programy.

Nepřítomnost reklam není rozhodně primárním důvodem sledování stažených seriálů, nicméně respondenti reklamy vesměs odmítají (její nepřítomnost by se tedy opět dala označit spíše za výhodu stažených seriálů). To dokládá jejich neochotu jakkoliv ekonomicky kompenzovat sledování seriálů. Mnoho respondentů vůbec nechápe, proč by měli sledování nějak kompenzovat a uvádí, že by stažené seriály pravděpodobně vůbec nesledovali, kdyby nebyly zadarmo (to naznačuje, že se pro ně nejedná o nikterak zásadní volnočasovou náplň). Zároveň však většina připouští ochotu platit za něco navíc (bonusy a poměrně překvapivě i kvalitní dabing). To dokládá i skutečnost, že si mnozí seriály kupují na DVD nosičích. Seriál tak, jak je stahován, však považují za zboží zadarmo.

Mezi lidmi, kteří sledují seriály stažené z internetu, panuje poměrně čilá komunikace. Osoby, které sledují seriály stažené prostřednictvím internetu, diskutují především obsahovou stránku shlédnutých dílů. Nejintenzivněji tak činí, pokud seriál sledují po jednotlivých dílech, přičemž někteří připouštějí, že právě komunikace může být jedním z důvodů, proč seriály stahují a sledují tímto způsobem. Komunikace však v žádném případě neopadá, pokud se jednotliví komunikující diváci nacházejí v různých fázích seriálu, pouze se mění témata a jejich probíraná hloubka. Důležité je zde zejména neprozradit dopředu děj. Lidé, kteří sledují seriály stažené z internetu, o nich komunikují bez ohledu na pohlaví. To je v rozporu s dřívějšími výzkumy, které připisovaly komunikaci o seriálech pouze ženám.

Osobní kontakt je též nejdůležitějším způsobem, jak se o seriálech dozvídají. Z provedených rozhovorů vyplývá, že samostatné vyhledávání informací je velice řídké. Informace o nových seriálech tedy pravděpodobně rozšiřuje jen poměrně malý počet osob. Ostatní lidé, kteří sledují seriály stažené z internetu, si pak tyto informace předávají mezi sebou. Stažené seriály si také mezi sebou stále poměrně často předávají na fyzických nosičích, ačkoliv to není, vzhledem ke zvyšující se rychlosti internetového připojení, již daleka tak rozšířené jako dříve. Přestože osoby sledující stažené seriály o nich hojně komunikují mezi sebou, jiné komunikační kanály (spojené v současnosti zejména s fanouškovskými weby) využívají jen velice sporadicky. Totéž platí o tzv. conech. Všechny osoby, které sledují seriály stažené z internetu, tak rozhodně nelze považovat za příslušníky kultu (z respondentů vlastně pouze jediná osoba splňovala některé charakteristiky příslušníka kultu). Sami respondenti se však zároveň často označovali za fanoušky.

Výsledky výzkumu nelze jakkoliv interpretovat jako začátek přesunu diváků od pevného televizního schématu k individuálnímu. Nebylo jeho účelem zkoumat přeměny přístupu k televizním seriálům v rámci celé společnosti, ale pouze v rámci jedné skupiny osob definované právě určitým přístupem k televizním seriálům. Výzkum nijak neoperoval

s podílem členů této skupiny v rámci společnosti či jejího určitého věkového výseku. Tato skupina může být zcela specifická a do budoucna marginální, stejně jako může být jakousi „avantgardou“. Trend v rámci společnosti by bylo možné určit pouze kvantitativním výzkumem, případně časově oddělenými kvantitativními výzkumy. My se musíme spokojit pouze s tvrzením, že existují osoby, které jsou nespokojené s možnostmi, jež televize v souvislosti se sledováním seriálů nabízí a uchylují se k jiným kanálům, jak se k nim dostat. Přestože není jasné množství osob, které seriály sledují stažené z internetu, měly by televizní společnosti s touto skupinou počítat a snažit se alespoň částečně přizpůsobit jejím potřebám. Možnosti streamu jsou vzhledem k autorským právům značně omezené a není příliš pravděpodobné, že by se to v dohledné době změnilo, přesto je podle mého názoru v zájmu televizních společností se tímto směrem ubírat. V určitých částech světa je skutečně jedinou možností, jak se k určitým seriálům dostat, nelegální stahování (dokud tedy nevyjdou na pro mnohé finančně nedostupných DVD). Respondentům předkládaného výzkumu do značné míry vadí reklama a pravděpodobně by se tak oficiálním streamům bránili. Zároveň však často uváděli, že by byli ochotni kompenzace za něco navíc. Pokud by tedy oficiální stránky seriálů nabídly nějakou nadstavbu (nutností by pravděpodobně byla možnost propojení s fanouškovskými titulky), mohl by se tento postoj změnit. Televize v České republice mají prostor značně omezený, přesto jim nelze než doporučit větší propagaci skrytých titulků a pohotovější přístup k nákupu nových tzv. nových seriálů.

Předkládaný výzkum si klade za cíl lepší pochopení doposud neprobádanému fenoménu sledování seriálů stažených prostřednictvím internetu. V žádném případě si ve svých závěrech nenárokuje všeobecnou platnost. Jeho ambicí je pouze odhalení mnohdy dosud netušených praktik či motivací a v ideálním případě posloužit jako zdroj hypotéz příslušného kvantitativního výzkumu. Vzhledem k tomu, že se jedná o oblast dosud nejen v českém prostředí prakticky neprobádanou, podrobnější výzkum by si jistě zasloužila.

Resumé

In conclusion I would like to compile findings that the presented degree work brings. From analysis of carried out interviews emerged five main domains (or categories) related to watching of download (from internet) serials: changes of watching television, practical aspects of watching of downloaded serials, motives of watching of downloaded serials, readiness to economic compensation and communication about downloaded serials.

Respondents identically declared that they watched television generally less than before onset of downloading. According to them the main role plays namely shortage of time and non-attractive screened programmes. While men reported that they mostly switch (or switched) on television when they have a time, liking or occasion and watch currently running program, on the other hand women choose (or chose) watched programmes according to schedule and television switch on practically only in order to watch what they chose. Even women watching downloaded serials are not obliging to organize their day according to television program. Probably in connection with random watching great part of interviewed men used or use television as background. On the other hand women often exercise other activity that do not inhibit them from unbroken watching TV.

Watching of downloaded serials erases above mentioned gender differences. Watching of downloaded serials namely enables synchronization of time, that men prefer, and of content that is the main interest of women. Chosen program can be put on in convenient time for her or him. Most frequently it is in the relaxation time (in the afternoon or in the evening) or during activities that do not claim a lot of attention (meal, ironing). Both are often routine. Download serials however can be instrumental towards short time fitful letting off steam (from work or learning). Interviews also did not prove that watching of downloaded serials would be necessarily proceed by itself.

Method of watching of serials by respondents depend on the method of its downloading. If serials are downloaded in larger unit usually by campaign, serials are watched by random amount of episode, fully by time possibilities. So serialization already does not ensure regular watching but rather keeps viewer in watching. But even exist cases when serialization manages to keep its power. Viewers of downloaded serials often have their favourite serial that they watch by particular part as are show in television and appear on internet. This method of watching appears very rarely in series in contrast to repeated playing of episodes (relate to sitcoms) that is not peculiar to classic serials.

The most often respondents presented, as reason of watching downloaded serials, possibility to put on them according to individual need. Significantly less number of respondents explicitly mentioned original wording but herewith in practical way all pointed out a preference for original wording (usually because of dubbing of poor quality). Access to serials that are not available in our country is not widespread reason at all because a lot of persons watch the Czech television programmes. The last presented reason is absence of advertising.

People, who watch downloaded shows, communicate a lot. They discuss a content of the watched episodes (also when they have watched different quantity of the episodes), but they get knowledge of the new shows from interpersonal contact too. Gender does not matter. There is the contrariety to prior researches, which said, that about serials communicate only women. However they communicate a lot, other communication channels (fan sites, cons) use very rare. Thus, we cannot say, that they are cultists.

The aim of presented research is the better understanding of till now unexplored phenomenon of watching of downloaded serials. In any case does not claim in its conclusions universality. Its ambition is only uncovering of often hitherto unsuspected practices or motivations and ideally answer for source of hypotheses of relevant quantitative research.

Použitá literatura

- Abercrombie, Nicholas, Longhurst, Brian (1998): Audiences. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication.
- Anderson, Benedict (2008): Představy společnosti: úvahy o původu a šíření nacionalismu. Praha: Karolinum.
- Andreasen, Margaret (2001): Television use in families with children. Pp. 33-48 in Television and the American family ed. by Bryant, Jennings, Bryant Alison J. Mahwah, N J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Androutsellis-Theotokis, Stephanos, Spinellis, Diomidis (2004): A Survey of Peer-to-Peer Content Distribution Technologies. Dostupné na <http://www.ece.cmu.edu/~ece845/docs/p2p-content-distribution.pdf> [staženo 1. 6. 2009].
- Ang, Ien (1985): Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination. New York: Routledge.
- Babbie, Earl R. (2009): The Practise of Social Research. Belmont: Wadsworth Publishing.
- Barthes, Roland (2007): S/Z. Praha: Garamond.
- Benkler, Yochai (2006): The Wealth of Network: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven: Yale University Press.
- Bignell, Jonathan (2007): An Introduction to Television Studies. London, New York: Routledge.
- Bryce, Jennifer (1987): Family Time and TV Use. Pp. 121-38 in Natural Audiences. Ed. by Lindlof, Thomas. New Jersey: Ablex.
- Burns, Axel (2008): Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage. New York: Peter Lang Publishing.
- Butler, Jeremy (2007): Television: Critical Methods and Applications. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Casebeer, Ann, L.; Verhoef, Marja, J. (1997): Combining Qualitative and Quantitative research Methods: Considering the Possibilites for Enhancing the Study of Chronic. Dostupné na http://www.phac-aspc.gc.ca/publicat/cdic-mcc/18-3/d_e.html [staženo 20. 12. 2009].
- Castells, Manuel (1996): The Rise of the Network Society. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing.
- Creeber, Glen (2004): Serial television: Big Drama on the Small Screen. London: BFI.

- Dobrow, Julia R. (1990). Patterns of viewing and VCR use: Implications for cultivation analysis. Pp. 71-83 in *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. Ed. by Signorielli, Nancy, Morgan, Michael J. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Eliade, Mircea (2003): *Mýtus o věčném návratu*. Praha: OIKOYMENH.
- Emmet, Winn J. (2009): Videotime: selection and structuring family social time with rented commercially prerecorded electronic media. Dostupné na http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/203027122_1.html [staženo 11. 11. 2008].
- Gauntlet, David (1999): *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. London: Routledge.
- Ghosemajumder, Shuman (2002): *Advanced Peer-Based Technology Business Models*. Dostupné na <http://shumans.com/p2p-business-models.pdf> [staženo 2. 6. 2009].
- Giddens, Anthony (2003): *Důsledky modernity*. Praha: Slon.
- Gray, Ann (1992): *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology*. London: Routledge.
- Gray, Ann (2003): *Research Practise for Cultural Studies*. London: Sage.
- Hagedorn, Roger (1995): Doubtless to be continued. Brief history of serial narrative. Pp. 28-49 in *To be continued. Soap operas around the world*. Ed. by Allen, Robert C. London: Routledge.
- Hartley, John (1987): *Invisible Fictions, Textual Practisse*, 1 (2) Summer 1987.
- Hartnoll, Richard et. al. (2003): *Příručka pro provádění výběru metodou sněhové koule*. Štrasburg: Rada Evropy.
- Hendl, Jan (2008): *Kvalitativní výzkum: základní metody, teorie a aplikace*. Praha: Portál.
- Hills, Matt (2004): Defining Cult TV: Texts, inter-texts and fan audiences. Pp. 509-523 in *The Television Studies Reader*. Ed. by Allen, Robert. London, New York: Routledge.
- Hobson, Dorothy (2003): *Soap opera*. Cambridge; Malden, MA : Polity.
- Chang, Laura (2008): How do Serial Narratives Create a Non-linear Subjektivty? Dostupné na <http://laurasaura.wordpress.com> (staženo 7. 1. 2009).
- Jenkins, Henry (2008): *Konvergence Culture: Where New and Old Media Collide*. New York: NYU Press.
- Kompare, Derek (2006): Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television. *Television & New Media*, Vol. 7, No. 4.
- Korda, Jakub (2008): Hrdinové/V dobré tradici unreal TV. Dostupné na <http://cinetur.cz/article.php?article=1378> (staženo 17. 3. 2009).

- Kotler, Jennifer A., Wright, John C., Huston, Aletha C. (2001): Television use in families with children. Pp. 33-48 in *Television and the American family* ed. by Bryant, Jennings, Bryant Alison J. Mahwah, N J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Krasek, Jáchym (2008): Peer to peer síť od A do Z: : Gnutella a Ares. Dostupné na <http://www.lupa.cz/clanky/peer-to-peer-site-od-a-do-z-gnutella-a-ares/> [staženo 3.6.2009].
- Kubey, Robert, Donovan, Barna W. (2001): Media and the family. Pp. 323-339 in *Handbook of children and the media* ed. by Singer, Dorothy G., Singer, Jerome L. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kvale, Steinar (2007): *Doing Interviews*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage.
- Kvale, Steinar (1996): *An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Lacey, Nick (2000): *Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies*. New York: St. Martin Press.
- Lessig, Lawrence (2004): *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Kontrol Kreativitu*. New York: Penguin Press. [dostupné na <http://www.free-culture.cc/freeculture.pdf>].
- Levy, Mark R. (1981): Home Video Recorders and Time Shifting. Pp. 401-405 in *Journalism Quarterly*, Vol. 58 Issue 3.
- Levy, Mark R. (1983): The Time-Shifting use of Home Video Recorders. *Journal of Broadcasting*, vol. 27 issue 3.
- Lin, Carolin A. (1990). Audience activity and VCR use. In Dobrow, Julia R. (Ed.), *Social and cultural aspects of VCR use*. Hillsdale, N J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lindlof, Thomas R., Taylor, Brian Copeland (2002): *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Litman, Jessica (2003): *Sharing and Stealing*. Dostupné na http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=472141 [staženo 5. 8. 2009].
- Lull, James (1990): *Inside Family Viewing*. London, New York: Routledge.
- Manovich, Lev (2002): *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Mason, Jennifer (2002): *Qualitative researching*. London: Sage.
- Mára, Petr (2007): Internetová televize Joost chce nabízet i římé přenosy. Dostupné na http://www.lidovky.cz/internetova-televize-joost-chce-nabizet-i-zive-prenosy-pj1-/ln_noviny.asp?c=A071106_000094_ln_noviny_sko&klic=222307&mes=071106_0 [staženo 25.5.2008]

- Massey, Kimberly K., Baran, Stanley J. (1990): VCRs and People's Control of Their Leisure Time. In. Dobrow, Julia R. (Ed.), Social and cultural aspects of VCR use. Hillsdale, N J: Lawrence Erlbaum Associates.
- McLuhan, Marshall (2005): Understanding media. London: Routledge.
- Miovský, Michal (2006): Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu. Praha: Grada.
- Monaco, James (2004): Jak číst film. Svět filmů, médií a mult médií. Praha: Albatros plus.
- Moore, Shaun (1988): The box on the dresser: memories of early radio and everyday life. Pp. 23-40 in Media, Culture and Society, vol. 10.
- Morley, David (1988): Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure. London: Routledge.
- Morley, David, Silverstone, Roger (1990): Domestic communication – technologies and meanings. Pp. 31-55 in Media, Culture and Society, vol. 12.
- Morley, David (1992): Television, audiences and cultural studies. London: Routledge.
- Morrison, Margaret, Krugmann, Dean M. (2001): A Look at Mass and Computer Mediated Technologies: Understanding the Roles of Television and Computers in the Home. Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 41, no. 1.
- Oltean, Tudor (1993): Series and Seriality in Media Culture. Pp. 5-31 in European Journal of Communication, vol. 8.
- Pesce, Mark (2005): Piracy is Good? How Battlestar Gallactica Killed Broadcast TV. Dostupné na <http://www.mindjack.com/feature/piracy051305.html> [staženo 1. 8. 2009].
- Peterka, Jiří (2005): Historie českého internetu: BBS, alias Bulletin Board System. Dostupné na www.earchiv.cz/b05/b0701002.php3 [staženo 3.6.2009].
- Ryšánek, Ondřej (2007): Právní aspekty peer-to-peer sítí. Dostupné na http://is.muni.cz/th/77044/pravf_m/Pravni_aspekty_peer-to-peer_siti_-_fin.pdf [staženo 28. 5. 2009].
- Schollmeier, Rüdiger (2002): A Definition of Peer-to-Peer Networking for the Classification of Peer-to-Peer Architectures and Applications. Dostupné na WWW: <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/p2p/2001/1503/00/15030101.pdf> [staženo 27.5.2008].
- Secunda, Eugene (1990): VCRs and Viewer Control Over Programming: An Historical Perspective. In Dobrow, Julia R. (Ed.), Social and cultural aspects of VCR use. Hillsdale, N J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Scannel, Paddy (1984): Editorial. Pp. 333-5 in Media, Culture, Society, vol. 4.

- Silverstone, Roger (1993): Television, Security and the Transitional Object. Pp. 573-98 in Media, Culture and Society, vol. 15.
- Stacey, Jackie (1991): Stargazing: Hollywood Cinda and Fiale Spectatorship. London: Routledge.
- Štorkán, Vojtěch (2007): P2P šatů zbavená. Dostupné na <http://www.sedazona.cz/p2p-satu-zbavena.htm> [staženo 3.6.2009].
- Taylor, Steven J., Bogdan, Robert (1998) : Introduction to Qualitative Research Methods. New York: John Wiley& Sons, inc.
- Toffler, Alvin (1984): The Third Way. New York: Bantam Books
- Topka, Petr (2006): Napster, Kazaa, Grokster - významné spory ohledně peer-to-peer sítí v zahraničí. Dostupné na www.itpravo.cz/index.shtml?x=1931571 [Staženo 5. 6. 2009].
- Tulloch, John (1990): Television drama: agency, audience and myth. London; New York: Routledge.
- Van Dijk, Jan (1999): Th Network Society. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Van Dijk, Jan (2005): The Deepening Divide. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Wilcox, Rhonda (2005): Unreal TV. Pp. 201-226 in Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader (2008). Ed. by Edgerton, Gary R., Rose, Brian G., Lexington: Kentucky University Press.