

S rozvojem Internetu, Webu a nových digitálních technologií publikum hraje aktivnější roli v přetváření a usměrňování toku mediálních obsahů. Fanoušek, jako odborný a zasvěcený konzument, stanul v centru pozornosti mediálního průmyslu a jeho marketingových strategií. Toto uspořádání na jednu stranu skýtá fanouškům větší samostatnost a nové možnosti. Na druhou stranu přesunutím aktivity od producentů ke konzumentům dochází k transformaci mediálního průmyslu, ve kterém neplacení dobrovolníci dělají práci, za kterou jsou profesionálové placeni. Tato diplomová práce zkoumá tuto tenzi na konkrétní situaci, kdy herní společnosti využívají produkty fanouškovské kultury (fan art) k propagaci svých herních titulů. Kultura konvergence klade nároky na stávající autorská práva, formuje nové vztahy mezi tvůrci fan artu a herními společnostmi. Tato práce: (1) popisuje okolnosti, za kterých herní společnosti publikují fan art na svých oficiálních webových stránkách, (2) zjišťuje, jak svoji neplacenou práci, kterou odvádějí tvůrci fan artu, vnímají sami fanoušci, (3) zjišťuje postoj fanoušků k autorským právům v konkrétní situaci využívání fan artu herními společnostmi. Těmto cílům odpovídají formulované výzkumné otázky. K jejich zodpovězení jsem zvolila metodu deskripce (1) a kvalitativní obsahové analýzy komentářů pod fan artem publikovaným na oficiálních facebookových stránkách vybraných herních titulů (2), (3). Jedná se o tyto tituly a jejich vydavatele: World of Warcraft (Blizzard Entertainment), Mass Effect 3 (BioWare) a The Elder Scrolls V: Skyrim (Bethesda Softworks).