

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2018

Bc. Jana Hažlinská

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Proměny českého fantasy a sci-fi fandomu v posledním
desetiletí**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Jana Hažlinská

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: Mgr. Tereza Krobová

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 6.5.2018

Bc. Jana Hažlinská

Bibliografický záznam

HAŽLINSKÁ, Jana. *Proměny českého fantasy a sci-fi fandomu v posledním desetiletí*. Praha, 2018. 77 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Tereza Krobová.

Rozsah práce: 147 878 znaků

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá českým fantasy a sci-fi fandomem a jeho proměnami v posledním desetiletí, přičemž výzkum je soustředěn na to, jak fandom nahlíží samotní fanoušci a jakým způsobem se s fandomem identifikují. S fanoušky byly prováděny hloubkové rozhovory, v nichž respondenti popisovali, co pro ně jejich fanouškovství znamená a jak silný dopad má na jejich životy. Pozornost je soustředěna také na vztahy fanoušků a to jak na vztahy k nefanouškům, tak na vztahy k ostatním členům jejich komunity, a také na vztahy ke konzumovaným obsahovým trendům. Důraz je kladen především na to, zda jsou členové fandomu věrni svým franšízám, či se s postupem času jejich vkus mění a zda tyto případné změny ovlivňují jejich působení ve fandomu. Respondenti hovořili zároveň i o svém přístupu k technologiím a rozvoji nových médií a jejich dopadu na fandom z hlediska zpřístupnění obsahu a usnadnění vzájemné komunikace. Zvláštní část rozhovorů byla věnována fanouškovské reflexi mediálního obrazu fandomu a tomu, zda se fanoušci cítí být v médiích zobrazováni v rámci stereotypu jako skupina podivínů a jak na svůj mediální obraz reagují.

Annotation

This diploma thesis inquires into the Czech fantasy and sci-fi fandom and its transformations in the last decade, whereas the research focuses on the mode in which the fandom is being viewed by the fans themselves and in which the fans create their fandom identities. The fans were interrogated in a series of in-depth interviews in which they described the significance of being a fan for their personalities and the impact of fanship on their lives. Attention is also focused on the fans' relations, specifically on the relations towards the non-fans, towards the other members of their community, and also towards the trends they consume. The research emphasizes on loyalty of the fans towards their favourite franchises and whether their taste is being steady or if it possibly varies over time. The goal is to examine if these changes in the fans' taste have any impact on the fans future inside of their community. The respondents also described their approach to the technology and the development of the new media, and how this development impacts on their fandom in terms of an access to more texts, or how it can facilitate a mutual communication. Special attention was paid on the way how fans reflect their own media

image, if they feel to be displayed in accordance with the stereotype describing fans as a community of freaks, and the way fans deal with this depiction.

Klíčová slova

Fandom - fanoušci - fantasy - sci-fi - sebeidentifikace - mediální obraz - konzumace - obsahové trendy - mediální stereotyp - nová média.

Keywords

Fandom - fans - fantasy - science fiction - self-identification - media image - consumption - content trends - media stereotype - new media.

Title

Transformations of the Czech fantasy and sci-fi fandom in the last decade

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala konzultantce diplomové práce Mgr. Tereze Krobové za její cenné rady a vedení. A dále respondentům za poskytnutá interview a informátorům za jejich přispění ke sběru dat při terénním výzkumu.

Obsah

Úvod.....	3
1 Teoretický rámec.....	5
1.1 Vymezení pojmů	5
1.1.1 Fanoušek a fandom.....	5
1.1.2 Fanové, geekové a nerdi.....	11
1.2 Struktura fandomu.....	12
1.2.1 Druhy fandomů dle obsahů	13
1.2.2 Struktura vztahů	14
1.3 Historie fandomu.....	19
1.5 Fanoušek jako stereotyp.....	22
2 Dosavadní výzkum fanoušků.....	26
2.1 Zahraniční studie	26
2.2 Český výzkum fandomu.....	28
3 Design výzkumu	29
3.1 Stanovení cíle výzkumu	29
3.2 Metody sběru dat.....	31
3.2.1 Zúčastněné pozorování.....	31
3.2.2 Kvalitativní rozhovory	33
3.2.3 Analýza dokumentů.....	36
3.3 Výběr respondentů	37
3.4 Vyhodnocování dat	38
3.4.1 Otevřené kódování	39
3.4.2 Axiální a selektivní kódování.....	40
4. Současná podoba českého fandomu.....	42
4.1 Sebeidentifikace jedince v rámci fandomu	42
4.1.1 Vstup fanouška do fandomu.....	43
4.1.2 Působení jedince ve fandomu.....	45
4.1.3 Význam fanouškovství pro jedince	47
4.1.4 Reflexe fandomu a jeho vývoje.....	48
4.2 Vztah fandomu k vnějšímu světu	52
4.2.1 Obsahové trendy konzumované fandomem	52
4.2.2 Vliv technologií na fandom.....	54

4.2.3	Vzájemné vztahy mezi fanoušky.....	58
4.2.4	Reflexe mediálního obrazu fandomu ze strany fanoušků.....	59
4.2.5	Vztahy fanoušků s nefanoušky.....	61
	Závěr.....	63
	Summary.....	65
	Použitá literatura	67
	Teze diplomové práce.....	72
	Seznam příloh.....	76

Úvod

Přestože se v posledních letech objevilo několik zejména absolventských prací zabývajících se tematikou českého sci-fi a fantasy fandumu, lze říci, že i nadále zůstává oblast fanouškovství výše zmíněných žánrů z velké části neprobádaným polem poskytujícím prostor pro další výzkum. A přitom můžeme pozorovat, že fenomén fanouškovství nabývá stále větších rozměrů, jimiž zasahuje hned do několika vědních disciplín od mediálních studií přes filmové či literární vědy až k sociologii, sociální psychologii a potažmo dalším oborům.

Jelikož jsme připustili, že pojem fandom přesahuje do více vědních oborů, existuje také několik možných způsobů, jak můžeme na fandom pohlížet. Lze jej nahlížet například jako sociální skupinu či jako subkulturu. My na něj však budeme pohlížet jako na druh publika a budeme jej tedy zkoumat jednak ve vztahu k mediálnímu obsahu, ale také ve vztahu k médiím samotným, zejména pak k médiím novým.

V pracích literárních teoretiků, jakým je například Denis McQuail, se můžeme dočíst, že publikum je de facto abstraktní termín používaný pro souhrnné označení příjemců komunikačního sdělení¹ a jelikož komunikační sdělení a způsoby, jakými jsou přenášena, procházejí neustálými proměnami, proměňuje a vyvíjí se zároveň i publikum. A tak i při výzkumu fantasy a sci-fi fandumu musíme mít na paměti, že se jedná o jakýsi živoucí organismus neustále procházející změnami. I to je důvodem, proč je v této oblasti stále prostor pro další zkoumání, fandom je třeba popisovat v časových úsecích. Poznatky, které o fandumu učiníme v jednom časovém úseku, již v dalším platit nemusejí.

Můj výzkum si klade za cíl popsat stav českého sci-fi a fantasy fandumu v posledním desetiletí a prozkoumat případné změny týkající se zejména, nikoli však výhradně, obsahových trendů konzumovaných sdělení, jimiž v této době prošel. Budeme se zajímat také o to, jak se fanoušci sami identifikují z hlediska příslušnosti k fandumu, a jaký mají pohled na své vlastní zobrazení v médiích – zda se cítí být stigmatizováni a jak se s tímto případným stigmatem vyrovnávají.

Zkoumané období je vybrané záměrně ze dvou důvodů. Prvním důvodem je návaznost výzkumu na diplomovou práci Milana Pohla z roku 2008², která zachycuje

¹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vydání. Praha : Portál, 2002, 447 stran. ISBN 978-80-7367-338-3. Kapitola 11, Tradice a teorie výzkumu, str. 315.

² POHL, Milan. *Mediální obraz českého sci-fi fandumu v denním tisku v letech 2001-2006*. Praha : Univerzita

český fandom a jeho mediální obraz do roku 2006. Druhým důvodem je fakt, že období mezi lety 2007 až po současnost pokrývá dobu, po kterou se já sama pohybuji v prostředí fandomu, a je tedy možné výzkum konfrontovat s vlastní osobní zkušeností. Vlastní role aktivního pozorovatele mi také umožňuje hlubší pochopení způsobu, jakým sami sebe fanoušci vnímají a jak se s fandomem identifikují, či jak se staví k většinové populaci a způsobu, jakým na ně tzv. „civilisté“ pohlížejí.

Práce se odchyluje od schválených tezí, jejichž cílem bylo kromě popisu českého fandomu popsat zejména to, jak je tento prezentován prostřednictvím médií středního proudu a zda se v tomto zobrazení vyskytuje stereotyp představující fanouška jako asociála, který žije mimo realitu a pravděpodobně není schopen navázat běžné sociální vztahy, a následně ověřit, jaký má tento obraz vliv na postoj většinové veřejnosti vůči fanouškům. Po konzultaci s vedoucí práce však byl výzkumný záměr spíše než na mediální obraz a postoj veřejnosti soustředěn na samotné fanoušky v době digitálních médií a na to, jak reflektují fandom, sami sebe a svou roli ve fandomu, jaký mají oni sami vztah ke konzumovanému mediálnímu obsahu, k technologiím, k médiím a k vlastnímu zobrazení v médiích, což je výzkum, který by měl přinést mnohem hodnotnější informace pro budoucnost českých fan studies.

S ohledem na změnu výzkumného záměru bylo nutné pozměnit také zamýšlené metody výzkumu. Bylo upuštěno od kvantitativní analýzy mapující zmínky o fandomu v českých médiích středního proudu. Kvalitativní část výzkumu se nezabývá mediálními sděleními zmiňujícími fandom, nýbrž fandomem samotným. Hlavní výzkumnou metodou se staly kvalitativní rozhovory vedené s fanoušky, jež byly sestaveny na základě informací získaných studiem odborné literatury a osobní zkušenosti, a dále doplněny o poznatky získané rolí přímého účastníka při zúčastněném pozorování.

Došlo také ke změně názvu práce tak, aby více vystihoval nový výzkumný záměr.

1 Teoretický rámec

V úvodní části práce se budeme zabývat vytvořením teoretického rámce, který nám poslouží jako základ pro praktický výzkum. V první řadě je třeba definovat pojmy běžně se vyskytující v pracích klíčových autorů z oblasti fan studies a s nimiž i my budeme nadále pracovat. Následně si blíže představíme český sci-fi fandom, jeho vznik, historii, strukturu a společenské aktivity. V závěru kapitoly si také vysvětlíme, co se míní tvrzením, že na fanoušky je pohlíženo v rámci stereotypu.

1.1 Vymezení pojmů

Předmět tohoto výzkumu byl v úvodu práce zmíněn jako sci-fi a fantasy fandom. Toto pojmenování je však poněkud zjednodušené a zcela nevystihuje vše, co je pod pojmem míněno. Hovoříme-li o fantasy a sci-fi fandomu, nemáme ve skutečnosti na mysli pouze fanoušky sci-fi a fantasy, což jsou v první řadě literární žánry, jejichž další definice by spadala pod jiný obor výzkumu. V pojmenování jsou zahrnuti fanoušci jak dvou již výše zmíněných žánrů, tak také fanoušci hororu, komiksu a do značné míry i her různého druhu od deskových po počítačové. Jak se můžeme dočíst v knize Jakuba Macka *Fandom a text* z roku 2006³, tyto žánry jsou v českém prostředí souhrnně označovány jako fantastika. Avšak termín fandom fantastiky je v prostředí dotyčné subkultury užíván velmi zřídka a zpravidla odkazuje pouze na fanoušky literární fantastiky. Pro celou základnu fanoušků žánru zahrnující nejen literaturu, ale také film, televizi či hry, se užívá pouze termínu fandom bez dalších přívlastků, čehož se v této práci přidržíme.

1.1.1 Fanoušek a fandom

Ačkoli počátky žánrů, zejména sci-fi, sahají hluboko do minulosti k takovým osobnostem, jako byli například Mary Shelley nebo Jules Verne, studium fanoušků, tzv. fan studies, jsou daleko mladší. Podle *Oxford Bibliographies*⁴ se jedná o součást studia mediálního publika, vycházející z koncepce aktivního publika sahající do šedesátých let 20. století

³ MACEK, Jakub. *Fandom a text. Fandom – subkultura textu. Profesionální česká SF a F periodika před rokem 2000*. 1. vydání. Praha : Triton, 2006, 148 stran. ISBN 80-7254-856-5. Str. 16.

⁴ JENKINS, Henry. Fan studies. In Oxford University Press. *Oxford Bibliographies* [online] Oxford : Oxford University Press, poslední aktualizace 13. 9. 2016 [citováno 28.1.2018]. Dostupné z: www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml

k birminghamské škole.

V eseji Henryho Jenkinse *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching*⁵ se dočteme, že to bylo taktéž v 60. letech minulého století, kdy producent Gene Roddenberry představil světu 79 dílný sci-fi seriál Star Trek, který si okamžitě získal srdce diváků a postupem času se stal fenoménem, jenž kolem sebe shromáždil množství fanoušků. Uvedení Star Treku se tak pro budoucnost fan studies stalo důležitým mezníkem. Z fanoušků seriálu se začala tvořit specifická subkultura, jež na sebe upoutala pozornost akademiků.

Než se však začneme blíže zabývat komunitou fanoušků, je třeba si vysvětlit, kdo to vlastně fanoušci jsou, kde se výraz fanoušek vzal a jak je definován.

Etymologický výklad slova fanoušek (angl. „fan“) můžeme nalézt opět u Jenkinse⁶, jenž poukazuje na to, že výraz je odvozen od slova fanatic (angl. „fanatic“), jehož původ tkví v latinském výrazu „fanaticus“. Tento výraz označoval člověka příslušícího k chrámu či svatyni (lat. fanum⁷), tedy člena určitého kultu. Z toho důvodu si podle Jenkinse i výraz „fanatic“ a z něho odvozené slovo „fan“, jež se objevilo až ke konci 19. století jako novinářský výraz pro lidi mající v oblibě určitý sport, udržely náboženský podtext, odkazující na vyznávání a bezmeznou oddanost k modle. Podle Jenkinse je právě toto důvodem, proč jsou fanoušci vystaveni určitému předsudku majícímu je za podivíny. O tomto stereotypním pohledu na fanoušky však budu ještě hovořit později.

Stejnou konotaci vidíme u slova fanoušek i v českém jazyce. V etymologickém slovníku je slovo fanoušek vysvětleno jako „náruživý přívrženec“⁸ a jeho původ je odvozován právě od anglického výrazu „fan“. Dostáváme se tedy zpět k původnímu latinskému „fanaticus“ a z něho odvozenému „fanatik“. Řekneme-li o někom, že je fanatic, ihned vnímáme negativní nádech výrazu poukazující na bezmezné až nekritické následování a uctívání určité modly, ať již je její podoba jakákoli. U slova fanoušek tak negativní nádech nepozorujeme, avšak i tento výraz odkazuje na někoho, kdo je do určité

⁵ JENKINS, Henry. *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching. Critical Studies in Mass Communication*. Ročník 5, číslo 2. Abingdon : Taylor & Francis Ltd, červen 1988. ISSN 0739-3180. Str. 85 – 107. [citováno 22. 10. 2017]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid,url&db=ufh&AN=9336467&lang=cs&site=ehost-live>

⁶ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. 1 vydání. New York : Routledge, 1992, 343 stran. ISBN 0-415-90571-0. Kapitola 1, strana 12.

⁷ REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2. vydání. Praha : Leda, 2012, 752 stran. ISBN 978-80-7335-296-7. Heslo „fanatik“, strana 168.

⁸ Tamtéž, heslo „fanoušek“, strana 169.

věci nadšený více, než je obvyklé.

U různých autorů nalezneme různé definice termínu fanoušek. Společně na fanoušky pohlížejí jako na aktivní publikum, avšak v mnoha dalších ohledech se od sebe navzájem liší. V následujících odstavcích si představíme několik významných pohledů a následně upřesníme, v jakém smyslu budeme termín nadále užívat.

Jak již bylo zmíněno dříve, pro fan studies je jedním z klíčových autorů Henry Jenkins, u něhož můžeme nalézt definici fanoušků, k níž se vrací převážná většina dalších autorů ať již tím, že na ni navazuje, či se proti ní vymezuje. S Jenkinsovým pojetím fanoušků se můžeme setkat již v jeho eseji *Star Trek: Rerun, Reread, Rewritten*⁹ z roku 1988 a autor jej dále rozpracovává ve svých pozdějších dílech, zejména pak ve své knize *Textual Poachers* z roku 1992¹⁰. Jeho přístup k tomu, kdo jsou fanoušci, je do jisté míry obranný, reagující na stereotypní pohled nejen laické, ale i odborné veřejnosti na publikum mající v oblibě určité kultovní fenomény¹¹. Jenkins poukazuje na to, že ačkoli mohou být fanoušci vnímáni jako podivíni, možná i potenciálně nebezpeční vyšinutí jedinci, ve skutečnosti se jedná o publikum vysoce aktivní, vynalézavé a tvůrčí. Fanoušci nevnímají obsah díla, které mají v oblibě, stejně jako ostatní publikum. Zatímco většinové publikum může dílo vnímat jen jako další příspěvek do popkultury, fanoušci v něm vidí více. Vnímají jeho uměleckou stránku, hledají v něm hlubší souvislosti, podrobují jej pečlivé analýze, vyzdvihují jeho přednosti, ale jsou schopni také poukázat na jeho nedostatky. Jedním z hlavních znaků, jež fanoušci podle Jenkinse vykazují, je schopnost s dílem dále nakládat. Zde Jenkins s odkazem na práci Michela de Certeau užívá výrazu „textoví pytláci“¹². Fanoušci, jelikož chovají k textu hluboký citový vztah, se ke svému oblíbenému dílu neustále vracejí, avšak pouhé sledování či čtení jim nestačí. Krom výše zmíněných analýz se věnují také práci s obsahem. Dílo si dále upravují, přepisují, rozvíjejí, zkrátka tvoří. Na základě původního díla tvoří své vlastní texty, obrázky, videa, tzv. fan fikci, v níž na původní obsah reagují. Dále rozvíjejí svá oblíbená témata, tvoří nové příběhy svým oblíbeným hrdinům, upravují tu část díla, která jim připadá špatná a přepisují ji tak, aby jim více vyhovovala, či navazují mezi hrdiny nové vztahy. Tato činnost jim umožňuje pronikat hlouběji do upytlačeného světa a přijmout jej za svůj vlastní, provázat jej se svým

⁹ JENKINS, Henry. *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching*. Taylor & Francis Ltd., 1988.

¹⁰ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992.

¹¹ Jenkins hovoří zejména o seriálu Star Trek.

¹² Tamtéž, strana 24.

životem. Pro fanouška je jeho oblíbený obsah nejen zábavou, ale také velkou součástí jeho každodenního života. Je pro něho místem, kam může uprchnout a kde se může ukrýt před všedností. Děje se to, že fanoušci si vlastně dílo přivlastňují a dále v něm hospodaří. Odtud vychází termín „textoví pytláci“, jelikož fanoušci de facto pytláčí na původním díle, avšak nikoli pro své vlastní obohacení, ale z lásky k němu.

Dalším důležitým znakem, jež fanoušci vykazují a o němž Jenkins hovoří¹³, je sdružování. Fanoušci rádi o svém díle hovoří, rozebírají ho, své analýzy a své fan fikce chtějí sdílet s ostatními. To se děje nejen při osobních setkáních, ale také prostřednictvím tematicky zaměřených časopisů, tzv. fanzinů¹⁴, a díky moderním technologiím dnes již převážně v prostředí internetu. Díky této vlastnosti jsou schopni vytvořit silnou komunitu, která může posléze získat i určitý vliv na oficiální producenty obsahu, jak bude rozvedeno později.

Lze tedy říci, že v Jenkinsově pojetí jsou fanoušci ta část publika, která dílo přijímá za součást svého každodenního života, která s dílem aktivně a tvořivě nakládá a která má tendenci se sdružovat za účelem sdílení svých dojmů z díla a produktů své tvorby. Nemusí se přitom nutně jednat jen o autory fan fikcí, jak v podobě literárních textů, tak v podobě videí či obrázků, tzv. fan artů¹⁵, je možné zahrnout také návštěvníky různých internetových diskuzních fór či fanouškovských setkání, tvůrce webových stránek s tematikou jejich oblíbeného díla a další osobnosti aktivně participující v komunitě vytvořené kolem daného díla. Proto by se dle mého mínění do Jenkinsovy definice dali zahrnout také lidé podílející se na tvorbě a účastníci se tzv. larpů¹⁶ s tematikou určitého známého díla.

Podobně chápe fanoušky také Camille Bacon-Smith. Ve své knize *Enterprising Women*¹⁷ z roku 1992 hovoří o fanoušcích ve stejném duchu jako Jenkins, tedy jako o aktivním publiku, které tvůrčím způsobem reaguje na obsah, jenž má v oblibě. Z

¹³ Tamtéž, strana 27-28.

¹⁴ *English Oxford Living Dictionaries*. [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 10.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/fanzine>

¹⁵ Výraz hojně používaný v internetovém prostředí označující výtvarná díla tvořená fanoušky na téma oblíbených např. televizních či filmových děl. Jedná se o složeninu anglických slov „fan“ neboli fanoušek a „art“ neboli umění. Zdroj: *Urban Dictionary*. [online] San Francisco : Urban Dictionary, LLC, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné z: www.urbandictionary.com/define.php?term=fanart

¹⁶ Z angl. „live-action role-playing“. Jedná se o hry založené na hraní rolí podle předem určeného scénáře. Dalo by se říci, že jde o jistý druh divadla, kde jsou hráči zároveň herci a zároveň obecenstvem.

Zdroj: *English Oxford Living Dictionaries* [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 10.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/larp>

¹⁷ Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. 2. vydání. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1994, 338 stran. ISBN 0-8122-1379-3.

„prostého“ konzumenta se stává fanoušek ve chvíli, kdy po seznámení se s obsahem začne člověk vyvíjet aktivitu související jednak s hlubším proniknutím do obsahu, ale také s produkcí své fan tvorby. Dalším důležitým krokem je posléze vyhledávání dalších fanoušků a sdružování se. Podle Bacon-Smith je fanoušek ten, kdo ve větší či menší míře participuje v komunitě a různými způsoby se projevuje. Nemusí zrovna tvořit fan fikce nebo organizovat setkání, za fanouška je možné označit i toho, kdo třeba jen sbírá tematické samolepky nebo odznáčky, čímž dává najevo svou příslušnost k dílu a ke komunitě fanoušků.

Mnohem podrobnější rozlišení mezi tím, kdo je či není fanoušek, poté nalezneme u Abercrombieho a Longhursta¹⁸. I oni rozlišují mezi fanoušky a běžným publikem, ale pouze toto rozlišení se jim zdá nedostatečné. Dle nich je třeba zohlednit nejen to, do jaké míry je publikum aktivní, ale také jaký je objekt jejich zájmu, jaká je u nich povaha užití médií a do jaké míry se to děje, a také stupeň jejich organizovanosti¹⁹. Na základě těchto měřítek poté rozlišují mezi fanoušky, kultem a nadšenci.

Ta část publika, kterou Jenkins či Bacon-Smith nazývají fanoušky, by z pohledu Abercrombieho a Longhursta nejvíce odpovídala termínu kult. U kultu je podstatné, že jeho členové jsou sice aktivní uživatelé médií a objektem jejich zájmu je určitá celebrita či určitý druh obsahu, ale jejich zájem je výrazně specifický. Kult je soustředěn kolem určitého druhu programu, mohli bychom říci žánru. Z hlediska míry organizovanosti je kult sice organizovaný, ovšem nemá pevně dané vazby a hierarchii. Oproti tomu fanouškem nazývají tu část publika, která je výrazným uživatelem médií a má v oblibě určitý obsah či osobnost, avšak postrádá organizovanost. Zároveň není tak silně vázána jen na určitý žánr a nevykazuje znaky aktivity tak jako kult. Fanoušci mohou být třeba děti sledující pohádky nebo mládež mající v oblibě nějakou kapelu. Vykazovaným druhem aktivity, která z nich však ještě nečiní kult, jak pak například kupování si časopisů, v nichž je o kapele psáno. Termín nadšenci je pak vyhrazen té části publika, která svůj zájem směřuje k aktivitě, čemuž podřizuje i míru užívání médií. Fanoušek v Jenkinsově pojetí se může projevit jako nadšenec ve chvíli, kdy příkládá větší míru participaci v komunitě fanoušků než věnování se obsahu, který ho do komunity přivedl. Nadšenci jsou také výrazně více organizovaní

¹⁸ ABERCROMBIE, Nicholas., LONGHURST, Brian. *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. 1. vydání. Londýn, Thousand Oaks, Nové Dílí : SAGE Publications, 1998, 197 stran. ISBN 0-8039-8961-X.

¹⁹ Tamtéž, strana 138.

než kult.²⁰

Zcela odlišně se k situaci staví Matt Hills, který v knize *Fan Cultures*²¹ poukazuje na to, že termín fanoušek je sice v obecné míře veskrze srozumitelný a většina lidí ví, co si pod ním má představit, avšak jeho akademická definice je přinejmenším problematická. Hills se odmítá pouštět do pokusů fanoušky definovat, jelikož to z jeho pohledu není možné. Fanouškovství není věc, která by se akademicky definovat dala, nýbrž je to dle něho spíše stav, jakási příslušnost²². Podstatné podle Hillse je, jak fanoušek vnímá sám sebe. Pokusy definovat fanoušky jako aktivně se projevující publikum vedly k tomu, že v nich byli opomenuti ti příslušníci publika, kteří sami sebe za fanoušky považují, ale navenek se aktivně neprojevují – netvoří fanouškovská díla, neoblékají se do kostýmů ani se nesdružují. Přes absenci takové aktivity, jakou fanouškům přisuzují jiní autoři, však tito konzumenti mají „svůj“ obsah v hluboké oblibě a mají o něm velké znalosti.

Dalším problematickým momentem je pro Hillse definice fanoušků skrze jejich příslušnost k fanouškovské komunitě. Hlavní úskalí vidí v tom, že v takových pokusech se již předpokládá existence fanouškovské komunity, bez ohledu na to, aby se někdo zabýval tím, jak taková komunita vznikla. Kde se vzali fanoušci, kteří komunitu vytvořili?²³

Jak vidíme, existuje množství přístupů k tomu, jak pojmout termín fanoušek. Pro účely tohoto výzkumu se přidržíme definice blízké té, již nalezneme u Jenkinse a Bacon-Smith. Je třeba odlišit fanoušky od běžných diváků, kteří konzumují médium bez zvláštního ohledu na druh obsahu a bez hlubšího vztahu k němu. Navzdory Hillsovi je však dle mého názoru potřeba také rozlišit mezi tím, kdo má určitý obsah v oblibě, avšak tato se nijak zvlášť neprojevuje, od těch, kdo svou náklonost k určitému dílu či osobnosti sdílejí s vnějším okolím, ať již se to děje formou vlastní fanouškovské tvorby, sdružováním se v prostředí internetových diskuzí a sociálních sítí, osobním setkáváním se na různých akcích, nošením kostýmů či jen prostým sběrem předmětů a nákupem merchandisingu. S ohledem na to, jak v pořizovaných rozhovorech sami fanoušci určovali, kdo je pro ně fanouškem, budeme se zabývat právě tou částí publika, která svou příslušnost k fanouškovské komunitě dává výše zmíněnými způsoby veřejně najevo. Bylo by totiž v pravdě problematické posuzovat specifika publika, u kterého se specifické znaky, jsou-li

²⁰ Tamtéž, str. 138-138.

²¹ HILLS, Matt. *Fan Cultures*. 1. vydání. Londýn, New York : Routledge, 2002, 237 stran. ISBN 0-415-24025-5. Str. viii.

²² Tamtéž, str. x.

²³ Tamtéž, str. xii.

přítomny, viditelně neprojevují.

Několikrát jsem zmínila, že fanoušci se sdružují do komunit. Pro tyto komunity se v anglickém jazyce ujal termín fandom, jehož původ bývá vysvětlován různě. Zatímco v anglických slovnících se dočteme, že se jedná o slovo „fan“ obohacené o koncovku „-dom“²⁴, můžeme se setkat také s názory prezentovanými mimo jiné v internetovém slovníku hovorové angličtiny Urban Dictionary²⁵, že se jedná o sloučeninu slov „fan“ a „dominion“ či „domain“ neboli „panství“, popřípadě „fan“ a „kingdom“ neboli království. Termín fandom byl následně přejat i do jazyka českého a nadále jej tedy budeme v práci pro označení fanouškovských komunit užívat.

1.1.2 Fanové, geekové a nerdi

Na místě je také zmínit, že ačkoli jsme definovali fanouška jako aktivního člena publika, který se viditelně hlásí ke svému oblíbenému dílu, má tendenci se sdružovat s ostatními fanoušky a svou příslušnost k fandomu popřípadě k předmětu, jehož je fanouškem, dává veřejně najevo, čeští fanoušci fantastiky sami sebe málokdy označují za „fanoušky“. V jejich komunitě se pro označení sebe sama stal hojně používaným anglický výraz „fan“ a jeho ekvivalent „faní“, používaný pro ženský rod, který má naznačit jakési zvláštní postavení fandomu fantastiky mezi globálně pojatou komunitou fanoušků. Cílem je tedy odlišit se od základního významu slova fanoušek, od fanoušků sportu či od fanoušků mainstreamové kultury.

Nástup internetu a s ním spojená vyšší míra interakce českých fanoušků s anglo-americkým prostředím způsobila fakt, že mimo výše zmíněného termínu „fan“ čeští fanoušci přijali i termíny „geek“ a „nerd“.

Slovo „geek“ je v anglickém jazyce definováno jako výraz pro člověka nepodléhajícího aktuálním módním trendům či člověka se zhoršenou schopností navázat sociální interakce, často nadšencem do určité věci²⁶. Není výjimkou, že český fan o sobě

²⁴ *English Oxford Living Dictionaries* [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/fandom>

²⁵ *Urban Dictionary* [online] San Francisco : Urban Dictionary, LLC, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné z: <https://urbandictionary.com/define.php?term=fandom>

²⁶ *English Oxford Living Dictionaries* [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/geek>

bude hrdě prohlašovat, že je geekem²⁷, čímž se bude snažit poukázat na svou jinakost a nezájem o mainstreamovou popkulturu často přecházející až k jejímu odmítání.

Výraz „nerd“ na rozdíl od slova „geek“ už však s sebou nese poněkud negativní konotaci. Originálně se jedná o označení osoby, která prakticky nenavazuje sociální vztahy, velmi často je to osoba vyčnívající z kolektivu, soustředící se na studium, nemající záliby.²⁸ Nejblížeším překladem by pravděpodobně bylo slovo „šprt“.

Tento negativní nádech původního významu, který můžeme vidět na příkladu knihy bloggera Kena Denmeada *Táta Geek*²⁹, se zachoval i po přijetí slova v českém fandomu. Za nerda sám sebe fanoušek označí jen velmi zřídka. Pokud tak učiní, je pravděpodobné, že tak bylo učiněno s nadsázkou. Za nerdy jsou ve fandomu označováni tzv. „hardcore fanoušci“, neboli fanoušci oddávající se předmětu svého fanouškovství až příliš. Nerdové jsou fanoušci, kteří nejsou schopni navázat vztahy ani v rámci fandomu, kde se setkávají s lidmi s více méně společným zájmem.

Nerdem může být nazván i takový fan, který se často pouští do diskuze s ostatními, avšak odmítá veškerou jejich argumentaci, tvrdošíjně si stojí za svým názorem, jenž opírá o hlubokou znalost kánonu, a krom svého vlastního výkladu oficiálních děl nepřipouští žádné jiné. V některých případech odmítá i ta díla, jež jsou obecně považována za součást kánonu, avšak z nejrůznějších důvodů odporují jeho vlastní představě a jeho vlastním názorům. Nezřídka se stává, že takový fanoušek je z kolektivu vyčleněn, a ačkoli je stále členem fandomu, jelikož fandom není oficiální institucí, z níž by bylo možné někoho vyloučit, ocitá se v pozici outsidera.

1.2 Struktura fandomu

Možné vyčlenění nerdů na okraj fandomové společnosti, o němž jsme hovořili v předchozím odstavci, naznačuje, že ačkoli fandom je volným a v podstatě přirozeně vzniklým uskupením fanoušků, i zde existuje určitá struktura. Tato sice není nijak oficiálně dána, ale platí jako svého způsobu nepsané pravidlo. Samozřejmě si musíme uvědomit, že

²⁷ Mnohé příklady lze nalézt na sociální síti Facebook, kde se slovo „geek“ vyskytuje přímo v názvu skupin sdružujících fanoušky.

²⁸ *English Oxford Living Dictionaries*. [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/nerd>

²⁹ DENMEAD, Ken. *Táta Geek: úžasné geekovské projekty a aktivity pro tatínky s dětmi*. 1. vydání. Brno : Jan Melvil Publishing, 2012, 240 stran. ISBN 978-80-87270-35-6.

hovoříme o fandomu, nikoli o fan klubech, což jsou oficiální instituce, kde je hierarchie dána jejich stanovami.

1.2.1 Druhy fandomů dle obsahů

Na to, jak je fandom strukturován, lze nahlížet několika způsoby. První nasnadě se nabízí strukturování fandomu podle jednotlivých obsahů. Je přirozené, že kolem různých obsahů se tvoří okruhy jejich fanoušků. Výrazně můžeme vnímat skupiny fanoušků kolem děl, jež se významně zapsala do dějin žánru a jež jsou nazývána díly kultovními. Mezi ta patří zejména díla ze světa *Star Treku*, kolem něhož se vytvořila skupina fanoušků říkajících si „*Trekkeři*“ (někdy můžeme slyšet také označení „*trekkies*“, avšak toto označení je ze strany fanoušků *Star Treku* vnímáno negativně³⁰).

Dalším kultem je sci-fi série z dílny George Lucase *Star Wars*, pro jejíž fanoušky se v českém prostředí ujalo označení „*starwarsáci*“.

Silně se do dějin žánru zapsal také seriál *Hvězdná brána*, jehož fanouškům se dle originálního názvu *Star Gate* říká „*stargejtáci*“, ale občas se můžeme setkat i s hravým označením „*vrátkaři*“.

Neopomenutelným kultem je také britský seriál *Doctor Who*, kolem kterého se soustředí fanoušci nazývaní „*whoviani*“.

Fenoménem těšícím se dlouhodobé oblibě je rovněž dílo britské spisovatelky J. K. Rowling *Harry Potter*, jehož fanoušci jsou i v českém prostředí označováni jako „*Potter Fans*“, případně počestěle jako „*potterfani*“ nebo „*potterovci*“.

A v neposlední řadě musíme zmínit i jedno z nejvýznamnějších fantasy děl minulého století z pera britského spisovatele J. R. R. Tolkiena *Pán prstenů* s fanouškovskou základnou, jíž se s odkazem na zkratku LOTR odvozenou od počátečních písmen anglického názvu díla *Lord of the Rings* přezdívá „*lotrovci*“.

V pracích zahraničních autorů jsou krom výše uvedených skupin zmiňováni jako typičtí zástupci sci-fi a fantasy fandomu také fanoušci seriálů *Battlestar Galactica*³¹, *Buffy*,

³⁰ BYRD, Patricia. *Star Trek Lives: Trekker Slang. American Speech* [online] Ročník 53, číslo 1. Durham : Duke University Press, 1978 [cit. 1.10.2017]. ISSN 00031283. Strana 52-58. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/455340>

³¹ PERSON, Roberta. *Fandom in the Digital Era. Popular Communication* [online] Ročník 2010, číslo 8. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 4.2.2010 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1540-5710. Dostupné z:

přemožitelka upírů a s ním souvisejícího seriálu *Angel, Xena*³², *Akta X* nebo *Městečko Twin Peaks*³³. Tyto seriály si však v domácím fandumu tak silnou pozici nezískaly.

Přestože se z výčtu tolika fandomových skupin může zdát, že vlastně nemůžeme hovořit o jednom fandumu, je třeba mít na paměti, že se stále jedná o fanoušky jednoho žánru. Navíc jsou tyto jednotlivé fandomy navzájem spojeny v domácím prostředí také skutečností, že mnohdy jsou členové jednotlivých fandomů stále titíž lidé.

1.2.2 Struktura vztahů

Esej Roberty Pearson *Fandom in the Digital Era* z roku 2010 je zaměřena na produkci fanouškovské tvorby v době digitálních médií a postoj majitelů autorských práv vůči takovému zásahu do jimi vlastněného díla, avšak hovoří zde mimo jiné o myšlence acafanovské³⁴ autorky Julie Russo, podle níž ve fandumu neexistuje hierarchie, což Pearson považuje za naivní představu.³⁵ S touto myšlenku nezbývá než souhlasit. Hierarchie možná není ve fandumu pevně dána, avšak stejně jako ve většině jiných lidských uskupení se projevuje.

Výmluvně tuto skutečnost popisuje Camille Bacon-Smith v knize *Enterprising Women: „Komunita mediálních fanoušků nemá ustavenou hierarchii nebo ziskové hospodářství. Zatímco skupina jako celek se nezodpovídá žádné autoritě, někteří fanoušci se v určitých aspektech aktivit pořádaných komunitou staví do vůdčích pozic. Tyto osobnosti zpravidla bývají jádrovými členy v jádrových kruzích. Ne všichni fanoušci v komunitě participují stejnou měrou.“*³⁶

Prvním z možných vztahů, který lze ve fandumu zkoumat, je vztah fanoušků

<https://doi.org/10.1080/15405700903502346>

³² HILLS, Matt, WILLIAMS, Rebecca. 'It's all my interpretation'. Reading Spike through the subcultural celebrity of James Marsters. *European Journal of Cultural Studies* [online] Ročník 8, číslo 3. Thousand Oaks : SAGE Publishing, 2005. [cit. 6.1.2018]. ISSN 13675494. Dostupné z: journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367549405054866

³³ MEYER, Michaela D. E., TUCKER, Megan H. L.. Textual Poaching and Beyond: Fan Communities and Fandoms in the Age of the Internet. *The Review of Communication* [online] Ročník 7, číslo 1. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 2007 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1535-8593. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15358590701211357>

³⁴ K označení aca-fan se hlásí ti autoři, kteří se zároveň považují za fanoušky. Blíže je tento termín vysvětlen na osobních internetových stránkách Henryho Jenkinse: henryjenkins.org

³⁵ PERSON, Roberta. Fandom in the Digital Era. *Popular Communication* [online] Ročník 2010, číslo 8. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 4.2.2010 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1540-5710. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15405700903502346>

³⁶ Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. 2. vydání. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1994, 338 stran. ISBN 0-8122-1379-3. Str. 41.

k obsahu. Již bylo řečeno, že prosté konzumování médií z diváka nečiní fanouška. Aby se z diváka stal fanoušek, je třeba, aby jeho konzumace nabyla určitého stupně aktivity. Ve chvíli, kdy diváka určitý druh obsahu zaujme natolik, že pocítí potřebu nejen si o daném díle zjišťovat více a více informací, ale zároveň své dojmy a pocity sdílet s dalšími lidmi, ocitá se na cestě k tomu, aby se stal fanouškem a začal rozvíjet nejen svůj vztah ke konzumovanému textu, ale také vztah k ostatním fanouškům.

Participace ve fanouškovské komunitě je bezesporu v době internetu snazší než v době vzniku prvních mediálních fandomů. Existuje nepřeberné množství možností, jak může divák s komunitou navázat kontakt, a to, jakou možnost dotyčný divák zvolí, záleží na jeho konkrétní individuální potřebě. Někteří diváci chtějí probrat s ostatními události odehrávající se v příběhu, jehož byli svědky, jiní chtějí porovnat svůj výklad, další touží po odhalování hlubších významů, či pouze chtějí vyjádřit svůj aktuální názor bez toho, aby ve skutečnosti očekávali odezvu. Tito diváci, teď již vlastně tzv. „noobové“³⁷ neboli noví fanoušci, neboť, jak upozorňuje Jenkins³⁸, již v tuto chvíli se dá říct, že participují v komunitě fanoušků, budou vyhledávat místa, kde mohou otevřeně diskutovat. Takovými místy se poté stávají diskuzní fóra či skupiny na sociálních sítích, ale diskutovat lze například i ve formě komentářů u článků na tematicky zaměřených internetových stránkách. Jiným možným způsobem, jak se dostat do kontaktu s fandomem, je vyhledávání míst, kde je uveřejňována fanouškovská tvorba. Již pouhé čtení fan fikcí znamená jistou míru participace stejně jako vstup na diskuzní fórum. Někdo u čtení zůstane a ve struktuře fandomu setrvá v pozici konzumenta toho, co jiní produkují, mnozí však začnou sami tvořit a následně sdílet své dílo s dalšími fanoušky.

Dnes již zřídka dochází k publikování fanouškovských prací jinou formou než jejich zveřejněním na internetu. Vzniká zde nespočet webových stránek, určených přímo ke sdílení fan tvorby, kde, jak tvrdí Pearson, jsou tyto práce sdíleny tzv. ekonomikou darů, kdy platba je provedena na základě reciprocity, tedy tím, že konzument na oplátku uveřejní své vlastní dílo.³⁹ Jenkins hovoří o tzv. „participační kultuře“⁴⁰, kdy fanoušci nezůstávají u konzumace médií, ale zároveň jsou podněcováni k vlastní tvorbě. Projevuje se tu již

³⁷ *Urban Dictionary*. [online] San Francisco : Urban Dictionary, LLC, 2018 [cit. 3.3.2018]. Dostupné z: <https://urbandictionary.com/define.php?term=Noob>

³⁸ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992. Kapitola 2, str. 55-60.

³⁹ PERSON, Roberta. Fandom in the Digital Era. *Popular Communication* [online] 2010. Str. 85.

⁴⁰ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992. Kapitola 1, str. 46.

zmíněný model textového pytláctví, neboť fanoušci si přivlastňují díla a tato dále přetvářejí. Z pozice konzumentů postoupili ve struktuře fandomu na pomyslný vyšší post, kdy se zároveň stávají producenty.

Australský akademik Axel Bruns hovoří o tzv. „produsage“⁴¹, tedy modelu, kdy se jasně vykreslená hranice mezi producentem a konzumentem smývá. Hovoříme-li o produsage, nehovoříme o produktu, který by byl v konečné podobě předložen konzumentům, hovoříme o tom, že konzumenti sami si tento produkt tvoří. Za příklad toho, co se rozumí pod pojmem produsage, by mohl posloužit několikrát citovaný internetový slovník hovorové angličtiny Urban Dictionary, do něhož přispívají sami uživatelé. V kontextu fanouškovské tvorby pak mám na mysli právě ona již zmíněná úložiště, internetové stránky nebo i diskuzní fóra, kam fanoušci umisťují svá díla a podílí se tak na tvorbě celkového produktu. Podílí se nejen na rozšiřování onoho úložiště, ale i původního obsahu, který se stal předmětem jejich tvorby.

S nástupem internetu a masového šíření fanouškovské tvorby se stala aktuální otázka autorských práv. Spolu s touto otázkou se vynořuje také další vztah, a to vztah fanoušků a tvůrců jimi konzumovaných děl. Jak složitý tento vztah ve skutečnosti je, můžeme vidět na příkladu publikace Aarona Schwabacha *Fan Fiction and Copyright* z roku 2011, kde autor problematiku autorských práv ve vztahu k fan fikcím podrobně rozebírá. A přestože postoj jednotlivých držitelů autorských práv k fan fikcím je různý, Schwabach připouští, že mezi fanoušky a autory platí status quo, kdy je fanouškovská tvorba ze strany autorů tolerována, dokud se nestane předmětem profitu⁴², neohrozí ekonomické zájmy držitelů autorských práv⁴³ nebo „...někteří fanoušci nezajdou příliš daleko na to, aby mohli být autory nadále tolerováni“⁴⁴.

Nová média umožňují fanouškům sledovat aktuální dění související s předmětem jejich zájmu a zároveň i pružnou komunikaci s producenty. Bruns připomíná, že již v 70. letech minulého století zavedl americký spisovatel a futurolog Alvin Toffler pojem

⁴¹ BRUNS, Axel. Produsage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation . *Proceeding Creativity a Cognition : Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition* [online] Washington, DC : ACM, 2007 [cit. 1.10.2017]. ISBN 978-1-59593-712-4. Dostupné z: eprints.qut.edu.au/6623/1/6623.pdf

⁴² SCHWABACH, Aaron. *Fan Fiction and Copyright. Outsider Works and Intellectual Property Protection*. 1. vydání. Farnham : Ashgate, 2011, 177 stran. ISBN 978-0-7546-7903-5. Str. 63.

⁴³ Tamtéž, str. 136 – 137.

⁴⁴ Tamtéž, str. 144.

„prosumer“ odvozený od slov „producer“ a „consumer“.⁴⁵ Tento pojem lze vyložit tak, že uživatelé mají přímý vliv na to, jaký produkt producent vyrobí. Vlastně se tedy na výrobě podílejí. Tento vztah můžeme vyzorovat i v prostředí médií.

Podrobně se jím zabývá Matt Hills, jenž ve své studii *The expertise of digital fandom as a 'community of practice'* z roku 2005 reaguje na Jenkinsovy úvahy o sdílení znalostí mezi fanoušky v době tzv. konvergentní kultury. Těm se Jenkins věnuje ve své knize *Convergence Culture* vydané v roce 2006, kde hovoří o kolektivní expertíze dalece přesahující znalosti jednoho fanouška. Vědomosti o daném díle a znalosti kánonu se skládají prostřednictvím diskuzí v digitálním prostředí. Expertem na dané dílo se tak může stát každý, kdo tyto diskuze pročítá, či případně kdo do nich přispívá.⁴⁶ Hills k této myšlence namítá, že Jenkins opomíná potřebu zohlednit, na jaké stránky fanoušci přispívají. Je třeba rozlišit mezi stránkami, kde nikdo informace neověřuje, a tedy zde může docházet k tomu, že fanoušci sice publikují své názory, díky nimž mohou vypadat jako experti, nicméně mohou se mýlit, a stránkami, které před zveřejněním informace ověří a publikují pouze ty relevantní. Za experta poté není možné považovat kohokoli, nýbrž pouze toho, kdo publikuje na seriózních stránkách, kde jsou uveřejňovány výhradně pravdivé informace. Hills dále podotýká, že takto publikované informace se následně mohou střetnout s oficiálním stanoviskem producentů díla, ba dokonce mohou někdy oficiální stanovisko producentů ovlivnit.⁴⁷ Je tedy zřejmé, že díky moderním technologiím mají fanoušci k producentům svého oblíbeného díla velmi blízko, díky čemuž mohou získat značný vliv nad tím, jakým směrem se bude obsah ubírat. Jisté dilema však může nastat ve chvíli, kdy by se fanoušek sám dostal do situace, kdy by se stal jedním z producentů řekněme seriálu, do jehož fandomu patřil. I tímto úskalím se Hills zabývá. Podle něj je na jednu stranu tento nový producent obeznámen se situací fandomu a směřovat obsah cestou vytyčenou přáním fanoušků, či by se měl od svého fanouškovství oprostít a pokračovat v původním záměru bývalých producentů. Hills si zde pokládá otázku, zda je takový fanoušek, který se začne podílet na produkování seriálu, stále ještě

⁴⁵ BRUNS, Axel. Producers: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation . In *Proceedings Creativity & Cognition : Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition*. [online] 2007

⁴⁶ JENKINS, Henry. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. 1. vydání. New York, Londýn : New York University Press. 2006, 308 stran. ISBN 978-0-8147-4281-5. Kapitola 1, strana 25-59.

⁴⁷ HILLS, Matt. The expertise of digital fandom as a 'community of practice': Exploring the narrative universe of Doctor Who. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online] Ročník 21, číslo 3, Londýn : SAGE Publications Ltd., 1.8. 2015 [cit. 6.1.2017]. ISSN 13548565. Strana 360 – 374. Dostupné online z: journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856515579844

fanouškem, či zda se již nachází mimo strukturu fandomu.⁴⁸

Stát se producentem obsahu, jak již bylo zmíněno, je často nevyhnutelný následek fanouškovství. Mnoho fanoušků produkuje svou vlastní fan tvorbu, avšak někteří se dostanou i k tomu, že začnou produkovat svá originální díla, která si taktéž získávají své fanoušky. Je nutné si položit otázku, zda takoví fanoušci zůstávají členy fandomu nebo se přesouvají za onu tenkou hranici mezi producenty. Na tyto otázky není snadné odpovědět. Fandom není instituce, z níž by mohl být někdo vyloučen, nelze si tedy představit situaci, že by někdo byl vyčleněn z fandomu, protože sám začal produkovat originální obsah. Jeho budoucnost mezi fanoušky je však závislá na tom, jaký vĕhlas si dílo získá. V českém fandomu můžeme vypořovat, že ti fanoušci, kteří se stali zároveň producenty originálního obsahu, jsou i nadále považováni za fanoušky, ale ve fandomu získali výsostné postavení celebrity, jejíž slovo má větší váhu než slovo „obyčejného“ fanouška. Pro takové výrazné osobnosti ve fandomu, nemusí se však jednat pouze o fanoušky produkující originální tvorbu, nýbrž také například o předsedy fanklubů, přispĕvovatele na webové stránky či jejich zakladatele, nebo právě fanoušky s blízkým vztahem k tvůrcům díla, se užívá výrazu „*big name fan*“⁴⁹.

Vidíme tedy, že ačkoli je fandom komunita veskrze otevřená a vstup do ní není nijak obtížný, existuje i zde jakási neoficiální hierarchie. Fanoušek prodĕlává svůj vlastní vývoj z naprostého nováčka, jenž se často zajímá jen o jedno dílo, kvůli němuž vlastně do fandomu vstoupil, v zasloužilého fanouška, který může rovněž produkovat svou vlastní tvorbu či například navázat určité vztahy s oficiálními tvůrci díla, a v některých případech ve fanouška považovaného ostatními členy komunity za celebrity, jelikož se na životě ve fandomu podílí významnou měrou, produkuje svou vlastní originální tvorbu či dokonce sám patří mezi skupinu vytvářející předmĕt, kolem kterého se fandom soustředí. Je pochopitelnĕ na každĕm jednotlivci, na jakĕ příčce v této struktuře zůstane a jakou měrou hodlá v komunitĕ participovat. Vztahy, které bude poté navazovat nejen s ostatními členy fandomu, ale také s okolním svĕtem nebo s tvůrci fandomem konzumovaného obsahu, pak budou určitou měrou na jeho postavení ve fandomu záviset.

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ BYRD, Patricia. Star Trek Lives: Trekker Slang. *American Speech* [online] Ročník 53, číslo 1. Durham : Duke University Press, 1978 [cit. 1.10.2017]. ISSN 00031283. Strana 52-58. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/455340>

1.3 Historie fandomu

Historii sci-fi a fantasy fandomu se věnují Antonín Kudláč⁵⁰ a Jakub Macek⁵¹, z jejichž prací tato kapitola čerpá. Tito autoři shodně hovoří o tom, že vznik fandomu ve světě sahá až do 20. let minulého století, kdy se převážně v USA začaly formovat první skupiny fanoušků kolem v té době pochopitelně literárních děl. Je třeba poukázat na fakt, že se jednalo z velké části o sci-fi literaturu, jejíž fanoušci spolu začali prostřednictvím tematických magazínů komunikovat, což vedlo k zakládání prvních sci-fi klubů a vydávání prvních fanzinů.

Postupem času nejen že přibývalo autorů věnujících se vědeckofantastické literatuře, ale fandom soustředil svůj zájem i na další žánry, zejména na fantasy a horor. Obrovský rozmach poté zažil v 60. a 70. letech s uvedením prvních televizních děl, jakými byly zejména Star Trek a následně Hvězdné války. V té době se fandom rozrostl o množství dalších fanoušků a mnohem častěji se začala pořádat jejich setkání. Začaly také vznikat nejrůznější žánrové odnože.

V tomto časovém období se však vývoj fandomu týkal zemí na západ od českých hranic. Starší fanoušci upozorňují, že v domácím prostředí bylo před rokem 1989 sci-fi potažmo fantasy podpultovým zbožím a mezi české čtenáře pronikalo velmi pomalu⁵². I přesto však bylo možné pozorovat první snahy o založení sci-fi klubů již na konci 60. respektive na začátku 70. let. Zásadním impulsem pro další vývoj se stala výzva k zakládání sci-fi klubů, jež byla součástí statě Ludvíka Součka publikované v Literárním měsíčníku v roce 1978. Tato inspirovala několik studentů Matematickofyzikální fakulty UK pod vedením Zdeňka Rampase k založení prvního sci-fi klubu, který později dostal název Villoidus.

Ačkoli do listopadu roku 1989 vzniklo dokonce několik desítek sci-fi klubů, které vydávaly své fanziny, pravidelně se setkávaly a dokonce v roce 1982 byla poprvé udělena Cena Karla Čapka, dnes nejprestižnější literární cena v oblasti fantastiky u nás⁵³, skutečný

⁵⁰ KUDLÁČ, Antonín. *Česká populární fantastika 1990 -2012 v kontextu kulturním, sociálním a literárním*. Praha, 2014. Dizertační práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav etnologie. Vedoucí práce Štoll, Martin. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/147358>

⁵¹ MACEK, Jakub. *Fandom a text. Fandom – subkultura textu. Profesionální česká SF a F periodika před rokem 2000*. 1. vydání. Praha : Triton, 2006, 148 stran. ISBN 80-7254-856-5.

⁵² Tato informace se v kvalitativních rozhovorech vedených v praktické části výzkumu opakovala u všech respondentů participujících ve fandomu ještě před rokem 1989.

⁵³ Stručná historie Čs. SF Fandomu (1962 – 2000). In *Fantasy Planet* [online] Ostrava : Libor Marchlík, 14.10. 2001 [cit. 3.3.2018]. ISSN 1213-5712. Dostupné z: www.fantasyplanet.cz/uncategorized/strucna-

rozvoj českého fandomu můžeme pozorovat až v 90. letech, kdy osobnosti působící ve sci-fi klubech, mimo jiné i řada spisovatelů a překladatelů, mohly konečně začít české čtenáře zásobit tím, co na domácí scéně do té doby prakticky nevycházelo. Vzniklo hned několik vydavatelství, která se soustředila na vydávání fantastiky, a na trh se tak dostala řada významných zahraničních sci-fi autorů a žánr získal celou řadu nových fanoušků. Zároveň vznikl také oficiální Československý fandom, který však v současné době přežívá spíše jen jako pojem.⁵⁴

V 90. letech také mohli diváci sledovat v českých televizích mnohá kultovní díla, která do té doby směli zhlédnout jen vyvolení při jejich promítání na setkáních sci-fi klubů, kde je čeští překladatelé doprovázeli jakýmsi rychlodabingem. Pronikly k nám také RPG hry typu *Dračí doupě*, díky nimž se mezi fanoušky dostala mladá krev. Krom fanzinů začal v 90. letech vycházet také první pravidelně vycházející tematický magazín, jímž byla *Ikarie*⁵⁵.

Na konci 90. let se fanoušci dostali také na internet, kde se sdružovaly komunity kolem tematických internetových stránek, diskuzních fór a chatů ještě stále převážně věnovaných Hvězdným válkám, Star Treku, sci-fi literatuře, ale nově také hrám. Díky internetu bylo snazší propagovat fanouškovská setkání, a tak výrazně vzrostlo nejen množství pořádaných conů, ale také počet jejich účastníků, což vedlo k tomu, že se fandom výrazně omladil. Tzv. „starou gardu“, která stála u zrodu fandomu, doplnily řady mladých, mnohdy ještě náctiletých fanoušků, k čemuž přispěl i nový druh obsahu, který do fandomu pronikl. Nejen že jsme v roce 2000 mohli zaznamenat nový kultovní sci-fi seriál *Hvězdná brána*, ale také se mezi převážně mladými lidmi rozšířila obliba japonských komiksů tzv. mangy, a jejich televizní zpracování ve formě tzv. anime. Obrovský dopad pro fandom mělo v roce 2002 filmové zpracování Tolkienova příběhu *Pán Prstenů*, které přivedlo k žánru fantasy další mladé lidi, které buď minulo *Dračí doupě*, nebo je tento svět nijak zásadně neoslovil.

S ohledem na výše zmíněné trendy je tak zřejmé, že další směřování fandomu se obrátilo od literární fantastiky k té filmové, televizní, herní a komiksově, zatímco literatura se dostala do pozadí zájmu fanoušků, byť pochopitelně nelze říci, že by její obliba

historie-cs-sf-fandomu-1962-2000

⁵⁴ Tamtéž.

⁵⁵ HALAMA, Jiří. *Ikarie dvacetiletá: Nostalgické vzpomínání. Neviditelný pes* [online] Praha : MAFRA, a.s., 20.5.2010 [cit. 3.3.2018]. ISSN 1212-673X. Dostupné z: neviditelnypes.lidovky.cz/ikarie-dvacetiletá-nostalgické-vzpominání-f2b/-p_scifi.aspx?c=A100518_222043_p_scifi_hpe

z fandumu zcela vymizela. Také komunikace fanoušků se ze zcela pochopitelných důvodů přesunula na internet, díky jehož vlivu mohl český fandom navázat blízké kontakty s fandomem zahraničním a takříkajíc s ním srovnat krok.

1.4 Cony

Ačkoli dnes již fanoušci pořádají vícero druhů společenských aktivit, nejvýraznější činností fanoušků stále zůstává pořádání conů. Slovo *con* je odvozeno od anglického slova *convention* neboli setkání či shromáždění a jedná se, jak název napovídá, o setkání fanoušků fantastiky, která jsou s fandomem ve světě spojena od samotného jeho vzniku, jelikož, jak jsme si již řekli, fanoušci mají tendenci se setkávat a diskutovat spolu či jinak sdílet svou zálibu ve fantastice.

Za nejstarší con na světě je považován Worldcon, pořádaný od roku 1939 v různých, zejména amerických městech⁵⁶, avšak nejznámějším světovým conem je Comic-Con pořádaný každoročně v americkém San Diegu⁵⁷.

V Československu byl první con uspořádán v roce 1982 v Pardubicích a v jeho rámci došlo právě k udělení již zmíněné Ceny Karla Čapka⁵⁸. O rok později toto setkání dostalo název *Parcon* a je pořádáno, i když již ne v Pardubicích, dodnes, což z něj činí nejstarší con v Česku. Po uspořádání prvního conu u nás počet dalších pořádaných setkání stoupal. V současné době se prakticky každý měsíc v roce v některém městě České republiky odehrává alespoň jeden con, z nichž největší je *Festival Fantazie* pořádaný od roku 1996 (do roku 1999 pod názvem *Avalcon*) v Chotěboři⁵⁹.

Zaměření conů bývá různé. Jsou cony zaměřující se na fantastiku obecně jako právě Festival Fantazie nebo třeba brněnský *Conec*⁶⁰ či pražský *STARcon*⁶¹, který však vznikl původně jako *SCON* zaměřený na tematiku Hvězdných válek, Star Treku a Hvězdné brány (okrajově také Battlestar Galacticy). Avšak jsou také cony zaměřené pouze na jedno téma, případně na několik dalších veskrze s hlavním tématem příbuzných. Takovými cony

⁵⁶ *Worldcon. The World Science Fiction Convention* [online] Sunnyvale : World Science Fiction Society, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.worldcon.org

⁵⁷ *Comic-Con International: San Diego*[online] San Diego : San Diego Comic Convention, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.comic-con.org

⁵⁸ RAMPAS, Zdeněk. O ceně. Cena Karla Čapka – Informace. In *ČS Fandom* [online] ČS Fandom, 1.1.2000 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.fandom.cz/index.php/ck/56-o-cen

⁵⁹ *FFestivaly* [online] Chotěboř : SFK Avalcon o.s., 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.convention.cz

⁶⁰ *Conec* [online] Spolek Conec, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: con-ec.cz

⁶¹ *STARcon* [online] STARcon , 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.star-con.cz

jsou například kopřivnický *KoprCon*⁶² s tematikou Hvězdných válek, pražský *Trpaslicon*⁶³ odkazující svým názvem na britský seriál Červený Trpaslík a tedy tematicky se zaměřující na britský humor, brněnský *WHOCON*⁶⁴ opět tematicky směřující k britské převážně seriálové tvorbě, pražský *Tolkiencon*⁶⁵ soustředící se na tvorbu spisovatele J. R. R. Tolkiena, či v neposlední řadě pražský *Advík*⁶⁶ a brněnský *Animefest*⁶⁷ věnující se japonské kultuře.

České cony jsou pořádány výhradně fanoušky, kteří si sami tvoří program trvající zpravidla po jeden víkend ve svém volném čase bez nároku na finanční odměnu⁶⁸. Program sestává zejména z tematických přednášek, kvízů a debat, ale také různých soutěží, z nichž největší oblibě se těší soutěže kostýmové, divadelních představení, promítání nebo workshopů.

1.5 Fanoušek jako stereotyp

V současné době je ve světě velmi populární sitcom vysílaný na televizní stanici CBS s názvem *The Big Bang Theory*⁶⁹ (česky na televizní stanici Prima Cool pod názvem *Teorie velkého třesku*), jehož humor je postaven na povznesení stereotypního vnímání fanoušků fantastiky ad absurdum. V úvodu seriálu je nám představena skupina vědců, kteří jsou zároveň také fanoušky toho, co shrnujeme pod pojem fantastika. Tito vědci jsou úspěšnými odborníky ve svých oborech obdařenými nadprůměrnou inteligencí, avšak minimálními sociálními dovednostmi. Zatímco se tato skupina „podivínů“ dokonale vyzná ve světě vědy a ve světě fantastiky, okolní svět všedních zážitků jim uniká a s jeho pochopením mají značné problémy. Je pro ně extrémně obtížné navazovat vztahy s lidmi, kteří nejsou „stejně postiženi“ jako oni, a kvůli tomu musí často čelit ústrkům a posměchu od okolního světa.

Přestože je „geekovství“ v seriálu *The Big Bang Theory* posunuto až na hranici extrému, můžeme si jeho pomocí přiblížit, co máme na mysli, hovoříme-li o stereotypním

⁶² *KoprCon* [online] Czech Star Wars Universe, 2017 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.cswu.cz/koprcon/

⁶³ *Trpaslicon* [online] Klub Terryho Pratchetta, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.trpaslicon.cz

⁶⁴ *Brno WHOCON* [online] Doctor Who Fanclub ČR, z.s., 2017 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: whocon.cz

⁶⁵ *JCsoft's Fantasy* [online] Jan Čeřovský, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.tolkiencon.cz

⁶⁶ *Advík* [online] Spolek nezávislých otaku, z.s., 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.advik.cz

⁶⁷ *Animefest* [online] Brněnští otaku, 2017 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.animefest.cz

⁶⁸ Většinou je podílení se na programu odměněno slevou na vstupném.

⁶⁹ *The Big Bang Theory* [online] New York : CBS Corporation, 2018 [cit. 3.3.2018]. Dostupné z: https://www.cbs.com/shows/big_bang_theory/

vnímání fanoušků. Fanoušci bývají v médiích zobrazováni jako podivíni, kteří žijí ve světě vzdáleném od reality. Mají hluboké znalosti o fantastice, možná mají i vyšší inteligenci, díky čemuž vynikají v nějakém vědním oboru, ale v praktickém životě všedních záležitostí se neorientují. To je pochopitelně odděluje od „normálních“ lidí, staví to mezi ně a okolní svět těžce překonatelnou propast, velmi těžko se jim navazují sociální vztahy, a tak dochází k tomu, že se tito fanoušci více a více uzavírají do svého izolovaného světa a stávají se stále většími podivíny. Někdy je na fanoušky pohlíženo jako na přerostlé děti, které odmítají dospět, a přestože již dávno dosáhli věku dospělosti, namísto zakládání rodiny, budování kariéry a dělání „normálních věcí“ hrají hry, dívají se na seriály, čtou komiksy, sbírají figurky a převlékají se za fiktivní postavy. Existují však pohledy, kdy jsou fanoušci považováni dokonce za osoby potenciálně nebezpečné.

Problematikou stereotypního pohledu na fanoušky se podrobně zabývá Jenkins. V úvodní kapitole své knihy *Textual Poachers* hovoří nejen o výše popsaném stereotypním pohledu na fanoušky fantastiky, ale o možných stereotypech týkajících se fanoušků obecně. Při vyřčení slova fanoušek totiž nemusí lidem vyvstat na mysli pouze ono „přerostlé dítě“ čtoucí komiksy, ale také křičící fanoušci na koncertech populárních hudebníků, kteří se po skončení koncertu pokouší dostat do šatny za svými idoly, případně psychicky labilní jedinci, vylepující si na zeď svého pokoje všechny možné obrázky svého oblíbeného idolu, trpící bludy o tom, že se svým idolem mají blízký vztah, vytvářející si různé fantazie často se sexuálním podtextem. Takoví podivíni poté, s odkazem na činy skupiny kolem Charlese Mansona mající na svědomí vraždu mimo jiné herečky Sharon Tate, manželky režiséra Romana Polanského, či Marka Chapmana, fanouška, který zavraždil Johna Lennona, mohou být společností považováni za osoby, z jejichž strany hrozí nebezpečí a kterým je radno se vyhýbat.⁷⁰

Není to však jen Jenkins, kdo o stereotypu hovoří. Hills ve svém článku vydaném v roce 2005 v edici *Spectator* při University of Southern Carolina⁷¹ ukazuje, jak mediální stereotyp může ovlivnit pohled široké veřejnosti na fandom, případně opačně, pohled fandomu na širokou veřejnost. Veřejnost, jak by se ve fandomu řeklo, „civilisti“, se od fanouška snaží odlišit a při rozhovorech často opakují, že vlastně fanoušky nejsou, aby

⁷⁰ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992.

Kapitola 1, str. 12-24.

⁷¹ HILLS, Matt. Negative Fan Stereotypes (“Get a Life!”) and Positive Fan Injunctions (“Everyone’s Got To Be a Fan of Something!”): Returning To Hegemony Theory in Fan Studies. In MULLENS, Lauri (ed.). *Get a Life?: Fan Culture and Contemporary Television*. Edice *Spectator*, číslo 25. Los Angeles : University of Southern Carolina, 2005. ISBN X. Strana 35-47.

nedošlo k tomu, že by byli spojováni s „těmi divnými“, vůči nimž si vytvořili určité předsudky. Členové fandomu na druhé straně mohou mít tendenci se vymezovat vůči „obyčejným civilistům“ jakožto těm, kdo je mají za podivíny, přičemž sami tak zcela nechápou, co to vlastně znamená být fanouškem, a sami jsou jen pouhými konzumenty bez hlubšího vztahu ke sledovaným dílům.

Tímto pohledem opačným směrem se zabývá Neta Yodovich z univerzity v Manchesteru ve svém článku „*A Little Costumed Girl at a Sci-Fi Convention*“: *Boundary Work as a Main Destigmatization Strategy Among Women Fans*⁷². Její článek je zaměřen na stigmatizaci ženské části fandomu. Podotýká, že ženy-fanynky musí čelit vlastně stigmatizaci dvojí. V první řadě čelí stereotypnímu pohledu veřejnosti na fanoušky, ale zároveň se také potýkají s kritickým pohledem kvůli svému ženství, jelikož u fanynek je často předpokládáno, že nemají k obsahu tak hluboký vztah ani tak vytríbený vkus jako mužská část fandomu, a pakliže fanynky směřují svůj zájem „tím správným směrem“, tedy k obsahům přijímaným fandomem jako kvalitním, setkají se s kritikou, že se pohybují na poli, které patří mužům. Krom této myšlenky, jež pro český fandom není tak úplně relevantní a na základě dlouhodobého pozorování s ní nelze souhlasit, však Yodovich hovoří i o tom, jak fandom na stigmatizaci reaguje. Z jejího článku můžeme vyvodit, že v souvislosti s fandomem existuje trojí vymezení se.

1. Vymezení fanoušků vůči nefanouškům
2. Vymezení fanoušků vůči obsesivním fanouškům
3. Vymezení fanoušků vůči svým začátkům ve fandomu

V prvním případě reagují fanoušci na to, že je veřejnost vnímá jako asociály, kteří nemají svůj vlastní život. Fanoušci však považují sebe za ty „normální“ a kladou si otázku, co vlastně veřejnost dělá, když se nezabývá fanouškovstvím. Jak mohou nefanové dostatečně ocenit fantastiku, když k ní nemají tak hluboký vztah? Toto vymezení se nefunguje jenom ve vztahu fanoušek – nefanoušek, ale také ve vztahu větší fanoušek – menší fanoušek.

Druhý případ pak odkazuje na to, že jako obranu vůči stereotypnímu pojetí se fanouškové vymezují vůči obsesivním fanouškům. Těm, kteří křičí na koncertech,

⁷² YODOVICH, Neta. „A Little Costumed Girl at a Sci-Fi Convention“: *Boundary Work as a Destigmatization Strategy Among Women Fans*. *Women's Studies In Communication*. Organization for Research on Women & Communication [online] Ročník 39, číslo 3. El Paso : University of Texas at El Paso, 2016 [cit. 1.10.2017]. ISSN 0749-1409. Strana 289-307. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/07491409.2016.1193781>

pronásledují hvězdy, či se chovají jiným nevhodným způsobem. Fanoušci se snaží ukázat, že toto jsou extrémní případy, a tedy nejsou pro fanouškovství standardem.

Poslední vymezení pak souvisí s onou již zmíněnou hierarchií fanouškovství. Po určité době příslušnosti k fandomu si fanoušci uvědomí, že jejich vkus je mnohem vytríbenější, než když do fandomu vstoupili. Jejich přístup k obsahu se proměnil. Vnímají ho v jiných souvislostech a rovinách. Nacházejí v něm hlubší myšlenky a nejsou již tak upnutí na jeden určitý aspekt. Některý druh obsahu zavrhnou úplně, jelikož usoudí, že není hoden správného fanouška. V tuto chvíli se fanoušek vymezí vůči svému chování z jeho raného působení ve fandomu, jelikož pocítí, že by mohl být zařazen do skupiny těch méně sofistikovaných fanoušků, jejichž vinou fandom čelí předsudkům ze strany veřejnosti.

V podobném duchu, tedy v duchu kritického pohledu fanoušků na fanoušky, se nese také článek americké akademičky Mel Stanfill „*They’re Losers, but I Know Better*“: *Intra-Fandom Stereotyping and the Normalization of the Fan Subject*⁷³, kde autorka nejprve shrnuje, co autoři jako Jenkins, Hill, Sandvoss a další míní, když hovoří o stereotypním pohledu na fanoušky, a následně prezentuje výsledky svého výzkumu provedeného mezi fanoušky seriálu Xena. Zaměřuje se na to, jakým způsobem nazírají fanoušci jiné fanoušky. Ukazuje, že v rámci obrany fanoušků proti tomu, aby byli nazíráni stejným stereotypním pohledem jako zbytek fandomu, mají jednotlivci tendenci sami sebe ze stereotypu vyčleňovat. Tito jednotlivci se o jiných fanoušcích vyjadřují kriticky. Připouštějí, že někteří fanoušci, jejichž chování a projevy mohou dosahovat extrému, jsou „divní“, a jejich chování odsuzují. Sami sebe pak považují za ty racionální, zatímco ti „divní“ jsou důvodem existence stereotypu a na fanouškovství vrhají špatné světlo.

Na příkladech seriálu *The Big Bang Theory* nebo amerického filmu *Fanboys*⁷⁴ popisujícího fanoušky Hvězdných válek vidíme, že stereotypní zobrazení fanouškovství může pro média být tématem slibujícím zábavu a zájem publika, avšak je třeba mít na paměti, že členové fandomu se poté mohou potýkat s určitým stigmatem, majícím je za podivíny, asociály a potenciálně nebezpečné osoby. Přestože autoři jako Cornel Sandvoss ve své práci z roku 2005 tvrdí, že fandom je na cestě stát se současným mainstreamem, a

⁷³ STANFILL, Mel. „They’re Losers, but I Know Better“: Intra-Fandom Stereotyping and the Normalization of the Fan Subject. *Critical Studies in Media Communication* [online] Ročník 30, číslo 2. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 2013 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1479-5809. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295036.2012.755053>

⁷⁴ *IMDB.com* [online] Seattle : IMDB.com, Inc., 2009 [cit. 4.3.2018]. Dostupné z: www.imdb.com/title/tt0489049

proto již stereotypní zobrazení fanoušků nehraje takový význam jako kdysi, jelikož se již z médií vytrácí⁷⁵, z výše uvedených příkladů zahraničních studií a z rozhovorů pořázených s českými fanoušky vyplývá, že je stále ve fandomu vnímán a fanoušci, ačkoli si to mnohdy sami neuvědomují, k němu zaujímají určité stanovisko.

2 Dosavadní výzkum fanoušků

2.1 Zahraniční studie

Již v úvodu bylo řečeno, že kořeny fan studies lze hledat u birminghamské školy, avšak jejich skutečný zrod je třeba řadit až do devadesátých let, kdy byly publikovány práce systematicky se zabývající fanoušky. Za nejvýznamnějšího autora nejen tohoto období, ale i let následujících je považován Henry Jenkins, z jehož prací můžeme mimo jiné vysledovat, koho lze považovat za předchůdce studia fanoušků.

Ve svých pracích se Jenkins hlásí k autorům, kteří se publikem zabývali v 80. letech. Zmiňuje například Ien Ang a její práci z roku 1985 *Watching Dallas*, v níž rozebírá vztah diváků k obsahu na příkladu fanoušků, ale i nefanoušků seriálu *Dallas*⁷⁶. Odkazuje také na studium kultury, estetiky a vkusu Pierra Bourdieu⁷⁷. Velký vliv na Jenkinsův výzkum fanoušků měla také práce Janice Radway zabývající se v knize *Reading the Romance* z roku 1984 čtenářkami romantické literatury⁷⁸. Mnohokrát se odvolává také na texty Johna Fiskeho⁷⁹ a v neposlední řadě svůj model textového pytláctví přebírá od Michela de Certeau⁸⁰.

V roce 1992 publikoval Jenkins knihu *Textual Poachers*, ve které dále rozvíjí své myšlenky zpracované v eseji *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten* z roku 1988⁸¹. Taktéž v roce 1992 byla vydána kniha Camille Bacon Smith *Enterprising Women*, v níž autorka popisuje své studium fanynek sci-fi a jejich vztah k fan produkci⁸². Mezi dalšími

⁷⁵ SANDVOSS, Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption*. 1. vydání. Cambridge : Polity, 2005, 224 stran. ISBN 978-0-745-62973-5. Kapitola 1, str. 1-11.

⁷⁶ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992. Kapitola 1, str. 20-23.

⁷⁷ Tamtéž, kapitola 2, str. 61-63.

⁷⁸ JENKINS, Henry. *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching*. Taylor & Francis Ltd., 1988.

⁷⁹ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992. Kapitoly 7-8, str. 228-282.

⁸⁰ JENKINS, Henry. *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching*. Taylor & Francis Ltd., 1988.

⁸¹ JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992.

⁸² Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*.

významnými autory z devadesátých let lze zmínit také Lawrence Grossberga, Joli Jenson a Johna Tullocha⁸³.

Po roce 2000 následně vycházejí další Jenkinsovy knihy, z nichž jmenujme alespoň z roku 2006 *Convergence Culture* věnující se fanouškovství v době konvergentních médií⁸⁴ a *Fans, Bloggers and Gamers*, soustředící se na přechod mezi světem fanouškovství popsaným v *Textual Poachers* a v *Convergence culture*⁸⁵.

Po přelomu tisíciletí začínají vycházet publikace také další generace autorů, mezi něž patří jednoznačně Matt Hills, jenž v knize *Fan Cultures* z roku 2002 podrobil dosavadní přístupy ke studiu fanoušků kritice⁸⁶. V roce 2005 poté vychází publikace Cornela Sandvosse *Fans: The Mirror of Consumption*⁸⁷. O rok později Karen Hellekson a Kristina Busse vydávají sborník esejí věnujících se převážně fan fikci s názvem *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: new essays*⁸⁸. Další sborník esejí, tentokrát zaměřených již více na fanoušky a na jejich komunitu, vydávají v roce 2007 Jonathan Gray, C. Lee Harrington a Cornel Sandvoss a nese název *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*⁸⁹. Poslední významná publikace, kterou je třeba zmínit, vyšla v roce 2010. Jedná se o knihu Paula Boothy s názvem *Digital Fandom: New Media Studies*, která se soustředí zejména na fandom v době digitální kultury⁹⁰.

V úvodu ke svému sborníku Busse a Hellekson poukazují na to, že fandom je neustále se měnící fenomén a panuje kolem něho živá diskuze odehrávající se převážně prostřednictvím esejí. Mnoho akademiků, popřípadě aca-fanů, se snaží fandom prozkoumat skrze studium fan fikce a činí tak prostřednictvím případových studií soustředících se na fandom jednoho fenoménu. Poznatky získané těmito studii jsou následně podrobeny

University of Pennsylvania Press, 1994.

⁸³ JENKINS, Henry. Fan studies. In Oxford University Press. *Oxford Bibliographies* [online] Dostupné z: www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml

⁸⁴ *Confessions of an Aca-Fan* [online] Henry Jenkins, 2006 [cit. 4.3.2018]. Dostupné z: henryjenkins.org/aboutmehtml

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ HILLS, Matt. *Fan Cultures*. Routledge, 2002.

⁸⁷ SANDVOSS, Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption*. Polity, 2005.

⁸⁸ HELLEKSON, Karen., BUSSE, Kristina. (eds). *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: new essays*. 1. vydání. Jefferson, Londýn : McFarland & Company, Inc., Publishers, 2006. 290 stran. ISBN 978-0-7864-2640-9.

⁸⁹ GRAY, Jonathan., HARRINGTON, C. Lee., SANDVOSS, Cornel. (ed). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. 1. vydání. Londýn, New York : New York University Press, 2007. 432 stran. ISBN 978-0814731826.

⁹⁰ JENKINS, Henry. Fan studies. In Oxford University Press. *Oxford Bibliographies* [online] Dostupné z: www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml

kritice dalších autorů či jsou vzájemně postaveny do kontrastu.⁹¹ V současné době tedy lze získávat poznatky z prostředí studia fanoušků studiem těchto kratších prací.

2.2 Český výzkum fandomu

V českém akademickém prostředí soustavný výzkum fandomu fantastiky nedohledáme. Jedna z klíčových prací na toto téma je publikace Jakuba Macka *Fandom a text* z roku 2006, která je složena z upravených studií autora, jež vznikly během jeho studia na Masarykově univerzitě⁹².

Jistý náhled do českého fandomu poskytuje také diplomová práce Milana Pohla z roku 2008 *Mediální obraz českého sci-fi fandomu v denním tisku v letech 2001-2006*, která se, jak je patrné z názvu, zabývá primárně mediálním obrazem fandomu a tedy vztahem médií k fanouškům a tendencemi jejich popisu v denním tisku, avšak v teoretické části se autor pozastavuje i nad tím, jaká je reálná podoba českého fandomu⁹³.

Cenným zdrojem se může stát rovněž disertační práce Antonína Kudláče *Česká populární fantastika 1990-2012 v kontextu kulturním, sociálním a literárním* z roku 2014, jenž je zaměřena na literární fantastiku a její český fandom. Její význam pro studium fandomu v rovině obecné tkví v podrobném popisu historie fandomu, jelikož jak bylo uvedeno výše, zrod českého fandomu je zásadním způsobem spojen právě s fantastikou literární⁹⁴.

Za posledních pět let je možné dohledat několik dalších obhájených absolventských prací věnující se určitým aspektům týkajících se českého fandomu. Z tematicky nejbližších mému výzkumu je možné uvést z roku 2014 bakalářskou práci Adély Košařové *Český seriálový a filmový fandom jako fenomén* zkoumající fandom jako druh subkultury⁹⁵ a z roku 2016 diplomovou práci *Conování jako praxe české komunity fanů* Veroniky Weiszové, která se zde věnuje problematice spojené s pořádáním conů a jejich významem

⁹¹ HELLEKSON, Karen., BUSSE, Kristina. (eds). *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: new essays*. McFarland & Company, Inc., Publishers, 2007. Introduction, str. 5-33.

⁹² MACEK, Jakub. *Fandom a text*. Triton, 2006. Úvod, str. 11-12.

⁹³ POHL, Milan. *Mediální obraz českého sci-fi fandomu v denním tisku v letech 2001-2006*. Praha, 2008.

Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, vedoucí práce Reifová, Irena. Kapitola 2, str. 11-23.

⁹⁴ KUDLÁČ, Antonín. *Česká populární fantastika 1990 -2012 v kontextu kulturním, sociálním a literárním*. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav etnologie, 2014

⁹⁵ KOŠAŘOVÁ, Adéla. *Český seriálový a filmový fandom jako fenomén*. Plzeň, 2014. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce Zíková Tereza.

pro fanouškovskou komunitu⁹⁶.

Jako další zdroje převážně pro výzkum historie fandomu mohou posloužit i publikace, na jejichž edici se podílel Ondřej Neff. Jedná se o knihy z roku 1995 *Encyklopedii literatury science fiction*⁹⁷ a *Slovník české literární fantastiky a science fiction*⁹⁸.

Určité povědomí o fandomu lze pochopitelně získat také ze zdrojů mimo akademickou sféru, jakými jsou například fanziny či tematické weby, popřípadě příspěvky fanoušků a jejich komunikace na sociálních sítích.

3 Design výzkumu

Než se budu věnovat samotným výsledkům výzkumu, je nutné si představit, jakým způsobem byl výzkum navržen. V této kapitole si popíšeme postup, jakým byl stanoven cíl výzkumu, jaké metody byly použity při realizaci výzkumu, proces stanovení výzkumného vzorku a to, jak byla sesbíraná data vyhodnocována.

3.1 Stanovení cíle výzkumu

Prvním nezbytným krokem pro zahájení výzkumu je výběr tématu a rozhodnutí, jaké problematice se výzkum bude věnovat. Toto bylo popsáno v úvodu, a proto se zde k této fázi již nebudu vracet. V této podkapitole popíši další krok, na němž výzkum z velké části závisí, a to stanovení cíle výzkumu a formulaci výzkumné otázky.

Cílem mého výzkumu je prozkoumat, jaká je současná podoba českého sci-fi a fantasy fandomu a jakými proměnami současný český sci-fi a fantasy fandom prošel. Takto položená výzkumná otázka by však byla pro zpracování výzkumu příliš široká a abstraktní. Bylo tedy nutné výzkumnou otázku upřesnit a výzkumný cíl definovat jasněji.

Ze všeho nejdříve jsem výzkumnou otázku zasadila do patřičného rámce. Zeptala jsem se, z jakého pohledu chci podobu a případné proměny fandomu zkoumat. Upustila

⁹⁶ WEISZOVÁ, Veronika. *Conování jako praxe české komunity fanů*. Praha, 2016. Diplomová práce.

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Švelch, Jaroslav.

⁹⁷ NEFF, Ondřej., OLŠA, Jaroslav. (eds.) *Encyklopedie literatury science fiction*. 1. vydání. Praha : H+H, 1995. 555 stran. ISBN 80-85787-90-3.

⁹⁸ ADAMOVIČ, Ivan., NEFF, Ondřej. (eds.) *Slovník české literární fantastiky a science fiction*. 1. vydání. Praha : R3, 1995. 350 stran. ISBN 80-85364-57-3.

jsem od původního záměru zkoumat fandom z pohledu médií a za pomoci kvantitativní analýzy článků sestavit mediální obraz. Ačkoli již existuje diplomová práce, předkládající mediální obraz českého fandomu do roku 2006, na níž by bylo možné navázat a následně porovnat, v čem se mediální obraz fandomu změnil, po konzultaci s vedoucí práce jsem usoudila, že přínosnější bude zkoumat podobu fandomu očima samotných fanoušků. Formulace výzkumné otázky se tak proměnila následovně: *Jaká je podoba současného sci-fi a fantasy fandomu a jakými proměnami současný český fandom prošel z pohledu fanoušků?*

Avšak ani taková formulace výzkumné otázky není dostačující. Bylo nezbytné upřesnit, jaké období mám na mysli, hovořím-li o současné podobě. Zde jsem se přidržela původního záměru zkoumat období mezi lety 2007 a 2017. Důvodem, proč jsem se rozhodla zkoumat právě toto časové rozpětí, je nejen existence výzkumu, na nějž je možné navázat, ale také možnost konfrontovat terénní výzkum s mou vlastní zkušeností s participací ve fandomu, která začíná právě rokem 2007. Časovým ohraničením jsem dospěla k následující podobě výzkumné otázky:

Jak fanoušci vnímají proměny českého sci-fi a fantasy fandomu mezi lety 2007 a 2017?

Touto formulací jsem určila, že výzkum bude probíhat mezi fanoušky, budu zkoumat období posledních deseti let a budu zkoumat, jak fanoušci vnímají podobu svého společenství v daném období. Abych konkretizovala, co mám na mysli, táži-li se po podobě fandomu a jeho proměnách, doplnila jsem výzkumnou otázku o sérii podotázek, jejichž účelem je nastolit témata, skrze něž lze podobu fandomu popsat.

Výzkumné podotázky:

1. *Jaký je vztah fanoušků k jejich příslušnosti k fandomu?*
2. *Jak sami sebe fanoušci reflektují?*
3. *Jsou fanoušci věrni svým franšízám, jež je do fandomu přivedly, nebo se jejich zájem proměnil?*
4. *Jaké obsahové trendy jsou ve fandomu aktuální?*
5. *Mají na případných proměnách zájmu fanoušků podíl digitální média?*
6. *Mají digitální média vliv na chování fanoušků v rámci fandomu?*
7. *Potýkají se fanoušci s mediálními stereotypy, v rámci nichž by byli zobrazováni?*

3.2 Metody sběru dat

Již bylo řečeno, že osobu výzkumnice s tématem pojí dlouholetá osobní zkušenost. Ačkoli tuto nelze pochopitelně považovat za metodu sběru relevantních dat, posloužila k utvoření schopnosti, již Strauss a Corbinová nazývají teoretická citlivost⁹⁹ a jenž poskytla vodítko, jak k výzkumu přistupovat a jaké metody sběru dat budou pro výzkum nejvhodnější. Je však na místě upozornit, že právě z důvodu osobní příslušnosti ke zkoumané skupině bylo nutné důsledně dbát na dodržení objektivitu při vyhodnocování dat, aby nedošlo ke zkreslení výzkumu.

3.2.1 Zúčastněné pozorování

Poznatky získané osobní zkušeností jsem se rozhodla ověřit a doplnit metodou zúčastněného pozorování. To je v odborné literatuře popisováno jako jedna ze základních metod kvalitativního výzkumu. Hendl (2016) o této metodě hovoří následovně: „*Pozorovatel nefunguje jako pasivní registrátor dat, který stojí mimo předmětovou oblast, nýbrž se sám účastní dění v sociální situaci, v níž se předmět výzkumu projevuje. Je v osobním vztahu s pozorovaným, sbírá data, zatímco se účastní přirozeně se vyvíjejících životních situací.*“¹⁰⁰ Při zúčastněném pozorování se výzkumník účastní zkoumaných procesů spolu se zkoumanými subjekty a data takto získaná si zaznamenává, aby je později mohl vyhodnotit. Jeho role pozorovatele může, ale také nemusí být pozorovaným subjektům známá. Lišit se může také míra jeho participace na zkoumaných procesech.

Pro účely výzkumu jsem opustila svou roli úplného účastníka a přijala roli účastníka jako pozorovatele. Toto postavení pozorovatele v rámci výzkumu Hendl (2016) popisuje jako pozorování, při němž se výzkumník stává plnohodnotným členem skupiny, již zkoumá, a ostatním členům skupiny je známa jeho totožnost pozorovatele¹⁰¹. Další autoři, například Disman (2002), popis dále rozvádějí o upozornění, že pozorované subjekty jsou si tak vědomy, že jsou pozorovány, jelikož však osobu pozorovatele znají a přistupují k ní jako ke členu skupiny, je zde nízká míra rizika zkreslení výzkumu tím, že by

⁹⁹ STRAUSS, Anselm., CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu*. 1. vydání. Boskovice : Albert, 1999. 228 stran. ISBN 80-85834-60-X. Kapitola 3, str. 27-31.

¹⁰⁰ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vydání. Praha : Portál, 2016. 440 stran. ISBN 978-80-262-0982-9. Kapitola 6, strana 197.

¹⁰¹ Tamtéž, strana 196.

subjekty vykazovaly chování, které podle nich výzkumník očekává¹⁰².

Pro pozorování fandomu byly zvoleny zejména cony, jelikož se jedná o akce nejspíše přístupné, na nichž je možné se setkat s širokým spektrem fanoušků nejen v demografickém smyslu, ale také ve smyslu zaměření na nejrůznější obsahy. Jelikož délka trvání conu je několik dní, je v rámci nich možnost věnovat pozorování dostatek času. Do výzkumu však byly zahrnuty i dvě kratší fandomové akce, a to dvě společné návštěvy filmových promítání v kině, jichž se fanoušci zúčastnili v kostýmech.

Prvním conem, na němž pozorování probíhalo, byl *Festival fantazie* pořádaný od 29. června do 9. července v Chotěboři na Vysočině. Z hlediska délky jeho konání i z hlediska množství obsahu je Festival fantazie největším conem v České republice. V roce 2017 proběhl již jeho 22. ročník¹⁰³, což mu mezi českými cony dává status, dalo by se říci, vrcholu sezóny. Tohoto conu se tradičně účastní nejvíce fanoušků. Program zahrnuje prakticky všechny žánry shrnuté pod pojmem fantastika, přičemž prostor je věnován nejen klasikám žánrů, ale také novinkám. Na této akci je možné pozorovat nejširší spektrum fanoušků.

Jako další con byl pro výzkum zvolen *Conec*¹⁰⁴, jenž se odehrál v termínu od 10. do 13. srpna 2017 v Brně. Tento con je akcí menšího rozsahu než Festival fantazie a účastní se ho mnohem méně fanoušků. Je pořádán menší skupinou organizátorů a trvá výrazně kratší dobu, což s sebou nese i to, že je obsahově skromnější. Program je soustředěn na subžánry fantastiky v obecné rovině, není zde prostor, aby se jednotlivé úseky věnovaly konkrétním dílům. Ta zde mohou být rozebírána pouze v rámci jednotlivých přednášek. Na Conci se tak setkáme s liniemi věnovanými například klasické sci-fi, fantasy, hororu, literární fantastice, komiksu či larpu.

Třetím domácím conem, který byl do výzkumu zahrnut, je *PragoFFest*¹⁰⁵, jenž proběhl 1. až 5. února v Praze. PragoFFest je pořádán stejným organizačním týmem jako Festival fantazie, a tak s ním má takřka totožnou podobu. Je však obsahově i časově méně rozsáhlý a účastní se jej méně fanoušků. Jeho součástí je i herní festival GameFFest, díky čemuž se conu neúčastnili výhradně fanoušci, ale také děti.

¹⁰² DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vydání. Praha : Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0139-7. Kapitola 10, strana 306.

¹⁰³ *Festival fantazie* [online] SFK Avalcon o.s, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.festivalfantazie.cz

¹⁰⁴ *Conec* [online] Spolek Conec, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: con-ec.cz

¹⁰⁵ *PragoFFest* [online] SFK Avalcon o.s., 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.pragoffest.cz

Abych měla možnost porovnat české cony s cony zahraničními, pořádanými profesionálními agenturami, zúčastnila jsem se 17. listopadu 2017 také *Vienna Comic Conu*¹⁰⁶ ve Vídni. Výhodou účasti na vídeňském conu bylo, že se odehrál blízko České republiky, a tak byl pro mnohé české fanoušky snadno dostupný. Bylo tak možné pozorovat členy českého fandomu i v prostředí zahraniční akce. Vienna Comic Con je conem poněkud odlišným, než na jaké jsou čeští fanoušci zvyklí. Zatímco české cony pořádají fanoušci a ti si sami také tvoří program, cony jako Vienna Comic Con jsou pořádány profesionálními agenturami a více než setkání fanoušků připomínají veletrh. Fanoušci se na tvorbě programu nepodílejí, pouze se ho účastní. Zatímco na českých conech jsou fanoušci v postavení jak konzumentů, tak producentů, na těch zahraničních se nacházejí pouze v postavení konzumentů.

Pozorování fanoušků na několikadenních akcích bylo doplněno o pozorování provedené na dvou krátkých setkáních cosplayerů¹⁰⁷. Konkrétně se jednalo o společnou výpravu v kostýmech do kina na promítání filmů na komiksově náměty. První setkání se odehrálo 5. května 2017 při příležitosti promítání filmu *Guardians of the Galaxy 2* v kině CineStar na pražském Andělu, druhé 3. září v pražském kině Imax Flora, kde se společně sledoval první díl seriálu *Inhumans*.

Pozorování provedené na těchto akcích se zaměřilo především na prožitky fanoušků. Pozoroval jsem reakce fanoušků na určité situace a podněty, jejich chování, jejich zaměření a zvýšenou pozornost jsem věnovala také jejich interakci s okolím. Během pozorování byly pořizovány terénní poznámky převážně ve formě hlasových záznamů zachycovaných na diktafon. Stejně tak jsem si zaznamenávala i stručné obsahy či zajímavé podněty vzešlé z terénních rozhovorů s fanoušky.

3.2.2 Kvalitativní rozhovory

Abych vypořádané jevy správně vyhodnotila a zejména kvůli zjištění názorů fanoušků a pro pochopení jejich vnitřních prožitků a jejich postojů týkajících se fandomu a

¹⁰⁶ *VIIECC. Vienna Comic Con* [online] Reed Messe Wien GmbH, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.viecc.com

¹⁰⁷ Slovo „cosplay“ pochází z anglického výrazu „costume play“. Jedná se o činnost, kdy se fanoušci převlékají za fiktivní postavy převážně z filmů, komiksů, videoher či japonského anime a mangy. Pro cosplayery je důležité nejen jako znázorňovaná postava vypadat, ale také převzít co nejvíce z jejího chování, mluvy, gest a dalších charakteristik, a tak postavu co nejvěrohodněji ztvárnit. Zdroj: *Kmeny* [online] Praha : Jan Strejcovský, 2018 [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: kmeny.tv/cosplay

fanouškovství, využila jsem další z metod, jež jsou pro kvalitativní výzkum klíčové, a to kvalitativní rozhovory.

Pro získání doplňujících informací k pozorované skutečnosti jsem uplatnila v průběhu pozorování metodu tzv. neformálních rozhovorů, což je druh rozhovorů, který Hendl (2016) popisuje takto: „...*spoléhá na spontánní generování otázek v přirozeném průběhu interakce (např. během zúčastněného pozorování v terénu). Informátor si přitom ani nemusí uvědomit, že jde o explorační rozhovor*“¹⁰⁸. Ve stejné práci dále podotýká, že získávání dat a jejich následné zpracování pomocí tohoto druhu rozhovorů je zdlouhavé a náročné¹⁰⁹, z toho důvodu byla tato metoda volena skutečně jen k získání vysvětlení či doplnění informací. Nezřídká se k rozhovoru připojil další informátor a neformální rozhovor se tak proměnil ve skupinovou diskuzi.

Příkladem takové situace může být diskuze o množství účastníků na akci, jež se zpravidla odehrává po příjezdu účastníka během jeho prvního setkání se skupinou přátel, což bylo výzkumníci provedeno na všech cenech zvolených pro pozorování. Forma takového rozhovoru poté vypadá následovně:

Výzkumnice: „Kde jsou všichni? Myslela jsem, že tu bude víc lidí?“

Informátor 1: „Znáš to, první dny. Oni snad ještě dorazí.“

Výzkumnice: „A nevíš, kdo ještě dorazí? Já mluvila s X, a ten prý nepřijede. Že prý nemá volno, nebo co.“

Informátor 1: „Jo, to mi taky říkal. Hele, nevím. Ale snad někdo ještě dorazí. Možná Y nebo Z. Ti říkali, že se sem snad chystají. I když Z říkal, že neví, jak to bude mít s prací. Ale naposledy psal na Facebooku, že to vypadá nadějně.“

V této chvíli se připojí Informátor 2, jenž zná jak osobu výzkumnice, tak Informátora 1.

Informátor 2: „Co řešíte?“

Výzkumnice: „Kdo ještě přijede.“

Informátor 2: „Jo, no, je to tu fakt slabý. Zatím jsem nikoho moc nepotkal. Jak jsou ty dovolený, tak lidi moc nemají volno. Snad dorazí v pátek večer.“

Výzkumnice: „Stejně to bylo snazší, když jsme chodili do školy a jednoduše měli prázdniny.“

¹⁰⁸ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Portál, 2016. Kapitola 6, strana 179.

¹⁰⁹ Tamtéž, strana 178.

Rozhovor se poté proměnil na diskuzi mezi výzkumníci a oběma informátory o tom, jaký je rozdíl v dostupnosti conů pro studující fanoušky a fanoušky, kteří již dostudovali a nastoupili do zaměstnání.

Za hlavní metody pro získání informací od fanoušků však byly zvoleny hloubkové rozhovory, v nichž byla s vybranými respondenty probírána témata týkající se výzkumných otázek, jež byla postupně doplňována v průběhu otevřeného kódování. S ohledem na to, že mým záměrem bylo získat od respondentů co nejvíce dat vyjadřujících jejich vlastní názor, využila jsem méně strukturovanou formu rozhovorů podle návodu, při nichž, jak vysvětluje Hendl (2016), není pevně stanoveno znění ani pořadí otázek, nýbrž se výzkumník řídí předem sestaveným schématem obsahujícím seznam témat, jež je třeba probrat, a aspektů, které se ke stanoveným tématům váží. V jakém pořadí tazatel témata s respondentem probere, však záleží na průběhu rozhovoru samotného¹¹⁰.

Samotné rozhovory probíhaly v únoru 2017 v rámci účasti na PragoFFestu. Respondenti byli předem kontaktováni a dotázáni, zda by byli ochotni rozhovor poskytnout. Před začátkem interview byl respondentům vysvětlen účel rozhovoru a přislíbena naprostá anonymita s možností zpětného kontaktu za účelem získání souhlasu se zveřejněním identity v případě, že by se při vyhodnocování rozhovoru ukázalo, že některou ze získaných informací by bylo vhodné spojit s konkrétní osobou respondenta. S tímto všichni respondenti souhlasili. Interview byla zachycena na diktafon a následně převedena do písemné podoby provedením doslovného přepisu. Schéma, podle něhož byly rozhovory vedeny, je zobrazeno v tabulce 1.

Tab. 1. Návod pro vedení rozhovorů

Téma	Aspekty
Fanouškovství	<ul style="list-style-type: none"> - co pro respondenta znamená být fanouškem - vlastní sebereflexe - reflexe ostatních fanoušků - vztahy s nefanouškovským okolím - vztahy s ostatními fanoušky
Fandom	<ul style="list-style-type: none"> - vysvětlení pojmu - reflexe fandomu

¹¹⁰ Tamtéž, strana 178 - 179.

	<ul style="list-style-type: none"> - vývoj fandomu - fandom v době, kdy do něj respondent vstoupil, a fandom nyní
Obsahové trendy	<ul style="list-style-type: none"> - co respondent přivedlo do fandomu - zajímá jej stále tento trend - co ho zajímá aktuálně - jaké trendy zajímají ostatní fanoušky - co bylo populární v době, kdy do fandomu vstoupil
Digitální média	<ul style="list-style-type: none"> - vliv na konzumaci obsahových trendů - vliv na komunikaci fanoušků - respondentův vztah k technologiím
Reflexe mediálního obrazu	<ul style="list-style-type: none"> - zda se respondent setkal se zobrazením fanouškovství v médiích - jaký z něho měl dojem - zda se setkal se stereotypním zobrazením - jak na něj reagoval

3.2.3 Analýza dokumentů

Při provádění výzkumu byla použita také metoda analýzy dokumentů. Jednalo se především o analýzu materiálů týkajících se conů, jejich zaměření a jejich programů, jejímž cílem bylo zjistit aktuální obsahové trendy v daných obdobích, jelikož popularita a aktuálnost obsahových trendů se ve skladbě programu conů projevuje.

Pro účely analýzy posloužil program Festivalu fantazie, který je pro registrované uživatele možné dohledat v archivu informačního systému conu. Program festivalu sestává z řady programových linií, jejichž zaměření se mění v závislosti na aktuálnosti daných trendů. Jaké trendy jsou právě populární, je tedy možné poznat dle toho, zda je jim v rámci festivalu věnována samostatná programová linie, jak dlouho tato linie trvá a jak je obsáhlá.

Festival fantazie jsem zvolila nejen pro to, že pokrývá prakticky všechny subžánry fantastiky, ale také proto, že má v České republice dlouhou tradici, tudíž je možné

analyzovat jeho program po celé zkoumané období. Pokud bychom chtěli analyzovat jiné cony, musela bych spoléhat spíše na vlastní paměť a dohledávat, jaké cony se v jakém roce zkoumaného období pořádaly, přičemž není vyloučeno, že bych nedohledala všechny akce, čímž by došlo ke zkreslení dat. Pomůckou by se mohl stát kalendář conů na webu Fantazeen¹¹¹, ten však zachycuje data až od roku 2013, a tak nepokrývá celé zkoumané období.

3.3 Výběr respondentů

Než se začnu věnovat popisu toho, jakým způsobem proběhl výběr respondentů pro hloubková interview, je na místě zdůraznit, že jelikož jsem prováděla kvalitativní výzkum, mým cílem nebylo sestavit vzorek tak, aby byl reprezentativní pro celý fandom. Nebrala jsem tak v úvahu demografická data fanoušků jako pohlaví, věk, místo pobytu, povolání, vzdělání a podobné. Tato pro mě byla jen druhotnou informací, pokud se je respondent rozhodl uvést či pokud mi byla předem známa. Určující pro mě byla doba, po kterou se respondent považuje za fanouška a po kterou participuje ve fandomu.

Na základě provedeného pozorování a na základě vypěstované teoretické citlivosti jsem pro interview zpočátku vytipovala 13 fanoušků, o nichž vím, že jsou dlouholetými členy fandomu a o jeho podobě mají značný přehled. S pěti z těchto osobností se mi však nepodařilo navázat kontakt, a tak byly ze seznamu respondentů vyřazeny. Zbývajících osm osob jsem předem kontaktovala, abych zjistila, zda by byly ochotné mi rozhovor poskytnout. U jedné osoby jsem se setkala s úplným odmítnutím a u jedné osoby jsem od rozhovoru upustila, jelikož, ač se mi nedostalo úplného odmítnutí, vybraný jedinec jevil silné známky toho, že poskytnutí rozhovoru vnímá spíše jako povinnost a že se cítí výrazně nekomfortně. Z předem vybraných respondentů byl tedy rozhovor veden s šesti fanoušky.

Další respondenti byli přidáni do vzorku přímo na PragoFFestu, kde rozhovory probíhaly, a to metodou „sněhové koule“, což je metoda, kterou Hendl¹¹² popisuje jako druh výběru, při němž vhodné kandidáty doporučí informátoři přímo v terénu. Dva respondenti mi byli doporučeni stávajícími informátory po dokončení interview, jelikož jsem projevila zájem provést rozhovor s fanoušky participujícími ve fandomu kratší dobu. Další dva respondenti, taktéž participující ve fandomu kratší dobu, na základě

¹¹¹ *Fantazeen* [online]. Dostupné z: www.fantazeen.bluefile.cz/kalendar-conu/

¹¹² HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Portál, 2016. Kapitola 5, strana 154.

neformálních rozhovorů sami projevili zájem interview poskytnout.

Celkově bylo provedeno deset rozhovorů, přičemž výběr vzorku byl ukončen ve chvíli, kdy jsem na základě otevřeného kódování došla k závěru, že informace podávané respondenty se opakují a že bylo dosaženo teoretické saturace.

V následující tabulce uvedu přehled respondentů. Jelikož těmto byla přislíbena anonymita, nebudu uvádět jejich skutečná jména ani přezdívky, pod kterými vystupují ve fandomu, označím je písmeny řecké abecedy. Nebudu uvádět ani jejich přesný věk, nýbrž pouze věkové rozmezí. Uvedu však délku jejich působení ve fandomu.

Tab. 2. Seznam respondentů

Respondent	Pohlaví	Přibližný věk	Doba příslušnosti k fandomu
Alfa	Muž	25-30	10 let
Beta	Žena	50+	6 let
Gama	Muž	35-40	15 let
Delta	Muž	15-20	3 roky
Epsilon	Žena	20-25	8 let
Zéta	Muž	50+	20+ let
Éta	Žena	40-45	19 let
Théta	Muž	45-50	20+ let
Ióta	Žena	40-45	20+ let
Kappa	Žena	45-50	16 let

3.4 Vyhodnocování dat

Pro vyhodnocení získaných dat bylo využito metod zakotvené teorie, jež je rozpracována v knize z roku 1999 autorů Strausse a Corbinové, kteří ji popisují jako teorii, jež „...je induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatím ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Proto se shromažďování údajů, jejich analýza a teorie vzájemně doplňují“¹¹³.

Z výše uvedené definice vyplývá, že při tvorbě zakotvené teorie nepracujeme s předem stanovenými hypotézami, které bychom následně sběrem dat a jejich vyhodnocováním ověřovali, nýbrž na základě sesbíraných dat metodou indukce

¹¹³ STRAUSS, Anselm., CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu*. Albert, 1999. Kapitola 1, str. 14.

vyvozujeme závěry, z nichž posléze poskládáme novou teorii, jež bude pevně zakotvena v námi shromážděných datech. Jejich vyhodnocování probíhá v zakotvené teorii na základě tří druhů kódování. Jedná se o otevřené kódování, axiální kódování a selektivní kódování¹¹⁴.

3.4.1 Otevřené kódování

První akce, jíž s nasbíranými daty provádíme, krom jejich samotného zaznamenání, je právě otevřené kódování. Strauss s Corbinovou jej definují jako „...část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů“¹¹⁵. To znamená, že během otevřeného kódování procházíme data a hledáme v nich jednotlivá témata, pod něž přiřazujeme konkrétní jevy. Jinak řečeno, každý respondent se vyjadřuje ke stejné věci jiným způsobem, jinými slovy, a během rozhovoru s nízkou mírou strukturalizace není vyloučeno, že se bude opakovat. Naším úkolem v otevřeném kódování je tato různá pojmenování stejných věcí odhalit a přiřadit je k jednomu tématu, jehož se týkají.

Není výjimkou, že otevřené kódování započneme dříve, než rozhovor převedeme do písemné podoby. V případě mého výzkumu jsem zaznamenávala jednotlivá témata v době, kdy jsem s rozhovory teprve začínala. Již v průběhu třetího rozhovoru jsem si všimla, že respondenti se k otázkám tazatelky vyjadřují podobným způsobem a hovoří o podobných tématech. Tato jsem si poznamenávala a ve chvíli, kdy byly rozhovory převedeny do písemné podoby, je přiřazovala k patřičným úsekům promluvy respondenta.

Otevřené kódování není důležité jen pro vyhodnocení dat a následné vyvození teorie, nýbrž také napomáhá ke konstrukci výzkumného vzorku. Vytváření nových témat může doplnit znalosti načerpané z odborné literatury v přípravné fázi výzkumu a tím navést výzkumníka směrem ke stále neprozkoumaným jevům týkající se zkoumané oblasti. Výzkumník tak dojde k tomu, že současný zkonstruovaný vzorek není dostatečný a je třeba jej doplnit. Stejně tak může výzkumníka přivést i k nutnosti využití dalších metod.

Otevřené kódování však neslouží jen k definování témat, slouží také k jejich třídění. Na začátku kódování vytváříme poměrně konkrétní pojmy k pojmenování jevů, postupně však tyto pojmy podřizujeme abstraktnějším kategoriím. V této fázi kódování

¹¹⁴ Tamtéž, část II, strana 40.

¹¹⁵ Tamtéž, kapitola 5, strana 43.

také určujeme vlastnosti kategorií, jejichž účelem je napomoci nám identifikovat témata do daných kategorií spadající.

Jak již bylo zmíněno výše, během mého výzkumu jsem identifikovala určitá témata již během pořizování rozhovorů a zaznamenala jsem je mezi terénní poznámky. S těmito tématy jsem nadále pracovala ve chvíli, kdy byly rozhovory převedeny do písemné podoby, a další analýzou jsem seznam témat ještě doplnila, abych je mohla následně třídit do kategorií.

3.4.2 Axiální a selektivní kódování

Ve chvíli, kdy jsme metodou otevřeného kódování identifikovali témata, roztrídili je do kategorií a určili vlastnosti těchto kategorií, nastal čas pospojovat tyto kategorie mezi sebou, určit jejich vzájemné vztahy. A právě k tomu slouží axiální kódování, Straussem a Corbinovou (1999) definované následovně: „*Soubor postupů, pomocí nichž jsou údaje po otevřeném kódování znovu uspořádány novým způsobem, prostřednictvím vytváření spojení mezi kategoriemi*“.¹¹⁶

Zatímco v průběhu otevřeného kódování jsme text rozložili z jeho lineární osy na jednotlivá témata a kategorie, úkolem axiálního kódování je text opět složit dohromady, nikoli však tak, jak jsme jej zaznamenali na základě rozhovoru s respondentem, tedy po lineární ose rozhovoru, nýbrž na základě kategorií a jejich vzájemných vztahů.

Bylo by však chybné tvrdit, že během axiálního kódování již další kategorie netvoříme. Naopak. Jelikož zkoumáme vzájemné vztahy kategorií a jim podřazených témat, je pravděpodobné, že mezi nimi nalezneme dosud neidentifikované souvislosti, na základě čehož v rámci kategorií vytvoříme subkategorie a popíšeme jejich vzájemné vztahy, nebo stávající kategorie podřadíme pod nové, abstraktnější kategorie.

Nástrojem pro určení vztahů mezi kategoriemi je podle Strausse a Corbinové tzv. „*paradigmatický model*“, což je schéma, v rámci něhož v kategoriích pátráme po ústředním jevu, k němuž přiřazujeme příčinné podmínky, jež ho určují, zasazujeme jej do kontextu, hledáme přidružené intervenující podmínky, určujeme strategie jednání a interakce a

¹¹⁶ Tamtéž, kapitola 7, strana 70.

popisujeme následky.¹¹⁷

Podobným krokem, který nelze od axiálního kódování oddělit načrtnutím hranice, je proces selektivního kódování. Strauss s Corbinovou o něm hovoří jako o kroku velmi podobném axiálnímu kódování, který se ovšem „...provádí na vyšší – abstraktnější úrovni analýzy“.¹¹⁸ Během selektivního kódování neurčujeme ústřední jev, nýbrž ústřední kategorii, k níž následně vztahujeme kategorie ostatní, a tak skládáme dohromady konečnou podobu teorie. V jeho průběhu se nám však může stát, že narazíme na nedostatečně popsané vztahy mezi kategoriemi, a tak je třeba se vrátit k axiálnímu kódování a tyto vztahy doplnit, popřípadě přepracovat, což se nám ovšem může stát i v případě vztahu otevřeného a axiálního kódování. Tyto vzájemné vztahy mezi jednotlivými druhy kódování popisuje Hendl (2016), který o nich říká: „*Tyto procedury se nemusí používat zcela odděleně. Představují spíše různé způsoby, jak zacházet s textovým materiálem, a výzkumník může mezi nimi podle potřeby přecházet*“.¹¹⁹

Na základě výzkumných otázek a výše popsaných metod jsem stanovila následující seznam kategorií, jež v další kapitole rozeberu podrobně a na jejichž základě popíši současnou podobu českého fandomu a jeho proměny v posledním desetiletí.

1. Vstup fanouška do fandomu
2. Působení jedince ve fandomu
3. Význam fanouškovství pro jedince
4. Reflexe fandomu a jeho vývoje
5. Obsahové trendy konzumované fandomem
6. Vliv technologií na fandom
7. Vzájemné vztahy mezi fanoušky
8. Vztahy fanoušků s nefanoušky
9. Reflexe mediálního obrazu fandomu ze strany fanoušků

¹¹⁷ Tamtéž, kapitola 7, strana 72.

¹¹⁸ Tamtéž, kapitola 8, strana 87.

¹¹⁹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Portál, 2016. Kapitola 8, strana 251.

4. Současná podoba českého fandomu

Ačkoli ve výzkumu hovořím o fandomu jako jednom celku, je na místě si uvědomit, že se nejedná o jednu entitu, nýbrž o množinu individuálních osobností. Z toho důvodu je nemožné vyvozovat obecně platné závěry, které bychom mohli vztáhnout na celý fandom a které by platily bez výjimek. V průběhu výzkumu však byly identifikovány určité opakující se rysy podpořené výpověďmi respondentů, jež fandom vystihují v míře dostatečné na to, abychom je mohli považovat za charakteristické pro většinu této množiny. Avšak musíme připustit i existenci odchylek od těchto charakteristických jevů.

V předchozí kapitole jsem uvedla seznam devíti kategorií, na jejichž základě budeme podobu fandomu popisovat. Tyto kategorie lze rozdělit na dvě skupiny. První skupina popisuje jednotlivce ve fandomu, tedy to, jak fanoušek sám sebe v rámci fandomu identifikuje a jak on fandom jako celek vnímá. Do této skupiny tedy zařadíme následující kategorie: *vstup fanouška do fandomu, působení jedince ve fandomu, význam fanouškovství pro jedince a reflexe fandomu a jeho vývoje*. Druhá skupina sdružuje kategorie, které popisují fandom z více obecné perspektivy. Ačkoli i výpovědi fanoušků určující tyto kategorie byly postaveny na individuálním pohledu, týkaly se jevů a vztahů ne zcela závislých na nich samotných. Do druhé skupiny tak zařadíme tyto kategorie: *obsahové trendy konzumované fandomem, vliv technologií na fandom, vzájemné vztahy mezi fanoušky, vztahy fanoušků s nefanoušky a reflexe mediálního obrazu fandomu ze strany fanoušků*.

4.1 Sebeidentifikace jedince v rámci fandomu

Všechny kategorie vymezené v tomto výzkumu spolu navzájem souvisejí a vzájemně se ovlivňují. Abychom lépe pochopili fandom a jeho vztah k okolnímu světu, jenž je reprezentovaný kategoriemi v druhé skupině, je nejprve třeba pochopit vztah jednotlivců k fandomu a fanouškovství. V rámci následujících podkapitol se pokusím vypovědět příběh jedince od doby, kdy se s fandomem poprvé setká a postupně se s ním začne seznamovat, do chvíle, kdy si je svého fanouškovství plně vědom, identifikuje se jako právoplatný člen fandomu a sám sebe reflektuje v tomto smyslu. V tomto okamžiku pro tohoto jedince již fandom není cosi nového a nepoznaného, nýbrž něco, co je mu důvěrně známé a čehož vlastnosti je schopen reflektovat a popsat.

4.1.1 Vstup fanouška do fandomu

Dotaz, jak dlouho jsou ve fandomu, chápali respondenti většinou ve smyslu, jak dlouho jezdí na cony. Avšak ve fandomu nezačíná fanoušek participovat ve chvíli, kdy přijede na první con. Existují fanoušci, které je možné v rámci naší definice považovat za členy fandomu, přičemž se žádného conu nikdy nezúčastnili. Bylo tedy nutné respondentům položit další doplňující dotazy, aby se rozhovořili o tom, kdy poprvé došlo k jejich kontaktu s fandomem a co bylo prvotním impulsem, který je k fandomu přivedl.

Pochopitelnou podmínkou pro to, aby se člověk stal fanouškem, je existence záliby ve fantastice. Respondenti uvedli téma, skrze něž se seznámili s žánrem a skrze něž si žánr oblíbili. Většina z nich se nejprve setkala s literární fantastikou, přičemž konkrétní obsahy závisely do značné míry na věku respondenta. Ti starší jako Zéta, Théta a Kappa hovořili o klasické sci-fi, zatímco mladší jako Alfa, Delta a Epsilon jmenovali sérii Harry Potter. Skrze tu si žánr oblíbila také Beta, která, ačkoli by věkem patřila mezi starší fanoušky, se do fandomu dostala před relativně krátkou dobou. Zbylí respondenti Gama, Éta a Ióta uvedli jako to, co je přivedlo k fantastice, série Star Wars a Star Trek.

Prvním impulsem pro to, aby vyhledali kontakt s dalšími fanoušky, byla u většiny respondentů potřeba tuto svou zálibu sdílet s dalšími osobami, avšak ve svém bezprostředním okolí neměli nikoho nebo jen minimum lidí, s nimiž by toto sdílení bylo možné.

Delta se k prvnímu kontaktu fanouška s fandomem vyjádřil následovně:

„Ona lidská přirozenost je, že člověk je sociální zvíře. I ten největší introvert se chce potkat s jinýma lidma a chce se potkat s těma lidma, co mu dají ten dojem, že on není sám.“

Podobné vyjádření nalezneme i u dalších respondentů.

Epsilon

„U mě je to docela zvláštní. Já jsem převážně asociální člověk, já jsem ráda sama, ale jednou za čas mám potřebu si o tom nadšením pro film, seriál, hudbu apod. s někým popovídat.“

Ióta

„Mně se chtělo bavit s lidma o věcech, který mě zajímaj, a to úplně s většinovou společností dělat nemůžeš, protože většině lidí je to buď jedno, nebo je to nezajímá, nebo o tom nic nevědí, takže se

s nima o tom bavit nejde.“

Kappa

„Mě zaujaly Star Wars (...) a hlavně mě zaujala nová trilogie (...) a chtěla jsem se o tom dozvědět co nejdříve. To už byl internet (...), tak jsem začala googlit, a zjistila jsem, že existují nějaké stránky, nějaká diskuzní fóra, začala jsem s těma lidma diskutovat, a tak jsem se s těma lidma seznámila.“

Ve chvíli, kdy člověk pocítí výše popsany prvotní impuls a začne vyhledávat další fanoušky, dojde k jeho prvnímu kontaktu s fandomem, ať již se jedná o kontakt osobní, kdy rovnou přijede na fandomovou akci, či o kontakt virtuální prostřednictvím internetu. Tento krok učiní fanoušci buď sami, nebo je pro ně usnadněn tím, že mají blízkou osobu, která již členem fandomu je a do společnosti fanoušků je uvede. Takového zprostředkovatele měli při svém prvním kontaktu Alfa, v jehož případě tou osobou byla přítelkyně, Beta, která začala s fandomem participovat skrze své děti, a Epsilon.

Epsilon

„Já jsem začínala tím, že jsem si na základní škole našla kamarádku, která byla zažraná do anime, a jednoho dne mi to ukázala. (...) Ona mi potom ukázala takové ty hodnotnější seriály a donutila mě jet na Advík.“

Význam takového prostředníka se pro participaci ve fandomu může ukázat jako značný, jelikož vstup do fandomu v případech, kde taková osoba chyběla, popisovali respondenti jako nelehký, zaměřený převážně na obsah a spojený s rolí pozorovatele.

Delta

„Přijel jsem na svůj první con a první den jsem si myslel, že hned odjedu, protože jsem tam nikoho neznal.“

Éta

„Co za ty roky pozoruju, tak většinou prvofan přijede na prvocon a sedí ve své linii celou dobu, kouká na své přednášky v té své linii a to je všechno, co dělá. A druhý rok už začíná chodit kolem.“

Epsilon

„Já jsem měla tu výhodu, že jsem měla tu kamarádku, (...) ale chápu, že spousta lidí, co přijedou na tu akci jen tak, bez nikoho, tak to pro ně musí být neskutečně těžký k někomu přijít a oslovit ho.“

4.1.2 Působení jedince ve fandomu

Působení jedince ve fandomu znamená vlastně jeho vývoj. Poté, co jedinec vstoupí do fandomu, začne se jako fanoušek vyvíjet. Naváže vztahy s dalšími fanoušky, získá přátele, seznámí se s novým obsahem, který do té doby neznal, ale také vyzkouší nové způsoby, jakými lze v komunitě participovat. V teoretické části jsem hovořila o struktuře vztahů ve fandomu. Ty jsou dány právě působením fanouška v komunitě.

Fanoušek se nemusí vyvíjet směrem k produkci vlastního obsahu ani směrem k tomu, stát se významnou osobností ve fandomu. Jeho participace může zůstat u diskuzí a účasti na akcích. Avšak i v tomto případě zde bude docházet k vývoji, či lépe řečeno k rozvoji jeho zájmu. Fanoušek postupně vstřebává informace získané z fandomu a přichází do styku i s jinými obsahovými trendy, než jsou ty, za kterými do fandomu přišel. Přestože respondenti během rozhovorů zmiňovali i fanoušky, jejichž zájem zůstal veskrze stejný, jako když do fandomu vstoupili, většinou se shodují na tom, že postupem času fanoušek získá rozhled a oblíbí si i další díla. Dále se tomuto rozvoji zájmu budeme věnovat v části popisující obsahové trendy konzumované fandomem.

Alfa

„Myslím, že většinou je to tak, že ten člověk přijde s tím, že má tu jednu určitou věc, co ho hodně zajímá, případně pár dalších věcí, o které má alespoň trochu zájem a kterým se věnuje. A jak se v tom fandomu pohybuje, tak začne nasosávat ta další témata, ty další fandomy.“

Množství fanoušků si však roli producenta obsahu v rámci svého působení ve fandomu vyzkouší. Respondenti o tomto kroku hovořili jako o přirozeném vývoji fanouška. Každý z respondentů má zkušenost s přednášením na conech, psaním fan fikcí či s organizací conů, přičemž každý z nich navázal s fandomem kontakt jako pouhý konzument.

Zéta

„Máš tam tu genezi, že začneš jezdit na cony s tím, že jedeš na nějakou konkrétní přednášku, pak zjistíš, že jsou tam nějaký lidi, tak pak už jedeš na přednášku a za lidma. Pak jezdíš za lidma a na přednášky. Pak začneš přednášet. A pak už budeš říkat, že pořádáme vlastní cony, vedeme linii na festivalu a podobně.“

Kappa

„Já měla nástup do fandomu raketový. Na jaře jsem začala diskutovat na fóru, kde jsem se s těma lidma seznámila, v létě jsem se s nima setkala na živo. Druhý rok jsem jela na svůj první con, tehdy ještě jako návštěvník. A další rok už jsem na svém prvním conu přednášela a napsala první povídku.“

I v pozici producenta obsahu je však možné zůstat jen tzv. „řadovým“ fanouškem. To, že fanoušek začne produkovat svůj obsah nebo aktivně přednášet či přispívat na webové stránky, ještě nemusí vést k tomu, že se stane tzv. „big name fanem“. Někteří fanoušci si dokonce tuto fázi pouze vyzkoušejí a posléze se vrátí na předchozí stupeň, kdy žádný svůj obsah netvoří, nýbrž participují pouze konzumací.

Éta

„Spousta lidí začne na fan fiction a pak se přesune na vlastní světy. Já taky, i když já zatím nebyla schopná napsat knihu. Ono je to hrozně obtížná věc to vysedět.“

V rámci fandomu se také můžeme setkat s fanoušky, jejichž produkce se vyvine do profesionální roviny a stane se alespoň částečně jejich zdrojem obživy. Takoví producenti v rámci českého fandomu zůstávají nadále fanoušky, přestože by se dalo říci, že se kolem nich shromáždil jejich vlastní fandom. Tyto osobnosti poté ve fandomu získávají jistý vliv z hlediska určování trendů.

Beta

„Já, když jsem se připojila k fanouškovské komunitě, (...) vlastně jsem jen četla povídky na internetu a komunikovala na fanouškovských stránkách, (...) kde se vytvořila komunita lidí, kteří začali psát povídky. (...) Vytřídila se tam skupina lidí, kteří, a to je zajímavý, začali psát povídky a dokonce knížky, které vycházejí. Začali na fan fikci a znám minimálně čtyři z nich, kterým regulérně opravdu vyšly knížky, jsou v knihkupectví a normálně se prodávají.“

Gama

„Pak se to pro mě pozvolna přetvořilo. (...) Začal jsem přednášet mnohem víc, takže jsem už i ten, kdo produkuje obsah. Zároveň skrz fandom jsem se dostal k psaní fan fikcí, pak k psaní vlastních věcí. (...) Nechci říct, že jsem na opačné straně, ale jsem někdo, kdo vytvořil něco, z čeho pak jiní dělají fanouškovství.“

Epsilon

„Tak samozřejmě těch spisovatelů nám tady pro PragoFFestu běhá spousta. (...) Většina z nás skončí u toho, že napíše nějakou povídku. Většina z nás se o to asi někdy pokusila, (...) spousta z nás to ale tak daleko nedotáhne.“

4.1.3 Význam fanouškovství pro jedince

Ve chvíli, kdy respondenti byli požádáni, aby se pokusili vyjádřit, co pro ně fanouškovství znamená, mnozí z nich si pomáhali přirovnáním členství ve fandomu ke členství v jiných, více běžných zájmových skupinách a přirovnáním fanouškovství k jiným koníčkům jako například rybnářství, fotbalu či modelářství. Operovali s míněním, že zatímco lidé mimo fandom spíše pochopí člověka, který si jde po práci či škole zahrát fotbal či lepší modely, popřípadě si o víkendech vyjede na ryby, už s menším pochopením se setká dospělý člověk, který ve volném čase hraje hry, diskutuje o fantastických příbězích a jejich postavách, sbírá tematické předměty a akční figurky či dokonce vytváří kostýmy, v nichž se následně nechává vidět na veřejnosti.

Ve fanouškovství a své participaci ve fandomu respondenti spatřovali významnou součást jejich životů. Fanouškovství pro ně znamená nejen odreagování od všedního života a do značné míry únik z reality, ale ve velké míře také impuls, který je vede k neustálému rozvoji dovedností a seznamování se s něčím novým a který jim mnohdy chybí v běžném životě mimo fandom. K většímu pochopení lze uvést příklad cosplayerů, jež si sami tvoří své kostýmy. Aby svým kostýmům dali co nejlepší vzhled a kvalitu, jsou nuceni seznamovat se se stále novými technologiemi a výrobními postupy, s nimiž by se ve svých životech mimo fandom neselekali. Podobně autoři povídek jsou pro co největší věrohodnost svých příběhů nuceni studovat fakta, která následně do svých děl zapracovávají. Odměnou za toto úsilí jim potom je možnost své dílo předvést a získat zpětnou vazbu v podobě kritiky.

Fanouškovství je pro respondenty také významným sociálním katalyzátorem, díky němuž se seznamují s novými lidmi a navazují nová přátelství. Mnozí fanoušci ve fandomu potkali lidi, kteří se posléze stali jejich blízkými přáteli, jimiž zůstali i ve chvíli, kdy sami fandom opustili. Během pozorování jsem se setkala také s lidmi, kteří ve fandomu našli svého životního partnera. Tito fanoušci následně hovořili o tom, že fanouškovství pro ně

má hluboký osobní význam, jelikož kdyby nebyli fanoušky, vedli by pravděpodobně velmi odlišný život. Fanouškovství je pro ně významnou součástí jejich identity.

Zejména starší respondenti reflektující své počátky ve fandomu také připouštěli, že fanouškovství chápali jako jistou formu rebelství vůči většinové společnosti. Čím více se setkávali se společenským stigmatem, tím více svou příslušnost k fandomu dávali najevo, aby tím demonstrovali svou odlišnost. Ačkoli tento postoj mezi fanoušky, zejména těmi mladšími, nadále přetrvává, díky tomu, že fantastika vstupuje do širšího povědomí veřejnosti, postupně ztrácí na významu.

4.1.4 Reflexe fandomu a jeho vývoje

Názor na to, co je pro něho fandom, si fanoušek vytvoří až ve chvíli, kdy si odpoví na otázku, koho vlastně považuje za fanouška. Tato definice se u jednotlivých respondentů poněkud lišila. Někteří respondenti považovali za fanouška účastníka conů, což je definice, jak bylo popsáno v teoretické části, příliš úzká. Jiní při definování toho, kdo je pro ně fanouškem, zdůrazňovali vlastnosti jako tvořivost, hravost a schopnost dopodrobna nakládat s textem a nadále jej přetvářet a rozvíjet. Zde je možné pozorovat podobnost s Jenkinsovým modelem textového pytláctví. Nejbližší k definici fanouška jako člověka majícího v oblibě určitý obsah, jenž svou oblibu aktivně prezentuje, se poté přiblížili ti respondenti, kteří kromě výše uvedených vlastností hovořili také o tom, že fanoušek je pro ně každý, kdo se ke svému oblíbenému textu hlásí a svou zálibu v něm sdílí s okolím buď jen ve formě módních doplňků. Tato veřejná prezentace textu se může stát i jakýmsi poznávacím znamením pro jiné fanoušky, že se setkali s někým, s kým je možné navázat kontakt na téma jejich oblíbeného díla.

Pro respondenty je také důležité, aby člověk, jehož by nazvali fanouškem, měl o daném obsahu určité vědomosti, které někdo, kdo je pouhým konzumentem, postrádá. Fanoušek je ochoten zajímat se o daný obsah více do hloubky. V tomto aspektu se velice přibližujeme kategorii popisující vztah fanoušků k většinové společnosti. Jedním z hlavních znaků, který fanoušky od veřejnosti odlišuje, je právě znalost textu, citová vazba k němu a ochota o něm diskutovat.

Alfa

„A to bych řekl, že je to fanouškovství, že mě to zajímá, že tomu třeba do jisté míry rozumím, že jsem ochoten o tom mluvit, že jsem ochoten to nějakým způsobem prezentovat, že to mám rád.“

Éta

„Fandom je, teda aspoň v Čechách, méně konzumní a více tvořivý.“

„Ale musím říct, že my Češi jsme dost unikátní v tom, že naše cony jsou založený na tom, co fanoušci dělají. Naše cony vypadají tak, že lidi přijdou a baví se. Zahraniční cony, na kterých jsem byla, vypadají tak, že lidi přijedou a nechají se bavit. To je dost velký rozdíl. U nás ti fanoušci dělají ten program sami.“

Ióta

„Já myslím, že když se někomu něco líbí, věnuje tomu trošku času, může i málo, může třeba být fanoušek jenom tím, že si kupuje určité knížky a čte si je, má je rád, tak to si myslím, že je taky fanoušek.“

Definice toho, co je fandom, podle respondentů vychází právě z jejich definice toho, kdo je fanoušek. O fandomu hovoří jako o společenství fanoušků, tedy lidí, s nimiž mohou probírat společné téma a s nimiž mohou sdílet svůj zájem ve fantastice. Fandom jako společenství je pro ně důležité ve smyslu toho, že je pro ně místem, kde se nemusí obávat dát své fanouškovství najevo, jelikož by je stavělo na okraj společnosti.

Jako velmi podstatnou vlastnost fandomu respondenti uváděli jeho otevřenost. Pro vstup do fandomu není zapotřebí žádných přijímacích rituálů, člověk do něj vstupuje přirozeně ve chvíli, kdy přijde do kontaktu s ostatními fanoušky. Aby však byl zdárně přijímán, je třeba, aby nový člen fandomu vykazoval další velmi podstatný rys, který respondenti uváděli, a tím je tolerance a schopnost přijmout názor druhých.

Fandom je místo, kam fanoušci přicházejí za sdílením svého zájmu, přicházejí sem diskutovat, přicházejí sem hovořit o svých názorech na dílo a přicházejí sem porovnat svůj názor s jinými fanoušky. Ve fandomu se zpravidla neřeší, kým je člověk ve vnějším světě, čím se živí, jaké má vzdělání, jaká je jeho sexuální orientace, jaké jsou jeho politické názory. Nelze pochopitelně říci, že by si tyto informace nikdo s nikým nesděloval, to by byla mylná úvaha, ale pro život ve fandomu, pro to, zda bude člověk ostatními fanoušky přijímán či ne, nemají žádný podstatný vliv. Fanouška, jenž chce ve fandomu sdílet své nadšení pro fantastiku, zpravidla tyto druhotné informace nezajímají, avšak stejnou míru

tolerance tento fanoušek očekává i od ostatních členů fandomu. Ten, kdo toto pravidlo reciprocity poruší a projevuje se netolerantně, se ve své podstatě sám z fandomu vyčleňuje.

Zéta

„Fanoušci jako takoví, ta banda, cítí nějakou sounáležitost. (...) Zažil jsem asi dvakrát, že tam někdo začal řešit, co je zač, že má dvě vysoké školy a tak. Ten člověk, aniž by se o to někdo snažil, se automaticky vyčlenil ze společnosti. Všichni se s ním přestali bavit, protože tam tyhle věci nikdo neřeší.“

Éta

„Jsou to ohromně tolerantní lidi. Můžeš být, čímkoli chceš a každému je to jedno, naopak tě ještě podpoří.“

Epsilon

„Pokud někdo není ochoten přijít s tím, že mě nebude obracet na svoji víru zuby nehty, tak já se s ním odmítám bavit.“

V souvislosti s vývojem fandomu jako společenství respondenti nepozorovali příliš razantní změny ve zkoumaném období, tedy mezi lety 2007 až 2017. Největšími mezníky pro období, mezi nimiž pozorovali velké změny, byly rok 1989 a rok 2000. To znamená, že by se dle jejich výpovědí dal vývoj fandomu rozdělit na období před rokem 1989, období 90. let a dobu po roce 2000. Tato období a změny, které se v nich udály, už byly popsány v kapitole o historii fandomu, a tak se jim v této části již nebudu věnovat.

To, co ovlivnilo fandom ve zkoumaném období, byl podle respondentů rozvoj technologií, z nichž jako nejvýznamnější jmenovali rozvoj sítě internet. Způsob, jakým technologie ovlivnily fandom, popíší ve druhé části v kapitole o vztahu fanoušků k technologiím. Zde se budu věnovat důsledkům, jež toto působení technologií na fandom pro společenství přináší.

Respondenti ve svých výpovědích poukazovali na to, že členové fandomu pochopitelně stárnou. Ti, kteří do fandomu vstoupili jako náctiletí studenti, dnes již chodí do zaměstnání a zakládají rodiny. Někteří z těchto starších fanoušků fandom z uvedených důvodů úplně opouštějí či míru své aktivity v něm výrazně omezují. Přestože nelze tvrdit, že by tento úbytek starších fanů nebyl nahrazen příchodem nových, mladších fanoušků, je třeba vzít úvahu míru aktivity této nové generace.

Respondenti poukazují na to, že mladí fanoušci už mnohdy nejeví zájem o podílení

se na tvorbě obsahu. Nemohu pochopitelně nové fanoušky generalizovat a tvrdit, že nikdo z mladší generace nehodlá být aktivní, avšak podle výpovědí dotazovaných fanoušků a na základě pozorování lze připustit, že množství aktivních mladých fanoušků není dostatečně velké na to, aby nahradilo úbytek tzv. „*staré gardy*“. A ačkoli do fandomu mladí fanoušci přicházejí, mnohdy setrvávají v pozici konzumentů nejevících zájem o podílení se na fandomových aktivitách. Nadšení těchto nových fanoušků není dostatečně hluboké, nýbrž pouze povrchní. Často je pro ně fanouškovství jen módní záležitostí, která je brzy opustí. Pokud ve fandomu setrvají, jejich zájem je roztržštěný mezi velké množství témat, z nichž ani pro jedno nemají dostatečný zápal na to, aby se mu hlouběji věnovali.

Éta

„Dneska je strašně jednoduchý být ne fanouškem, ale konzumentem nějakého fenoménu.“

„Stargate byla strašně silná linie, strašně silný fenomén v Čechách, ale protože je zcela normální, že nikdo nevydrží dělat organizátora nějakého programu dlouho, tak potom, co stará garda odešla, tak to nikdo pořádně po nich nevzal. A dneska bývalá nejsilnější linie je jenom málokdy vidět.“

Théta

„A hlavně změny vidím v tom, (...) že dřív se lidi sdružovali do part a mladý lidi přibývali do toho fandomu. A dneska party skoro nejsou. Jsou ty starý, ale nový nevnímám, že by přicházely. Jsou to spíš jednotlivci. Ten jejich zájem není tak hluboký, je povrchní. Teď mě to baví, teď pojedou na con, ale za chvíli mě to nebaví, tak na další už nejedu. Těch mladých lidí, kteří přicházejí, je hodně málo a nestačí nahrazovat úbytek těch starších.“

Ióta

„Co mi přijde, že je velký rozdíl, že teď ty nové seriály, i když jsou třeba dobrý a chvíli mají nějaké fanoušky, tak ti fanoušci skoro nic nedělají. Nemají takovou chuť něco vytvářet sami pro sebe a pro ostatní. Jenom prostě konzumují, jenom se dívají, jenom čtou, ale že by něco dělali, to ani moc ne. A jakmile ten seriál skončí, tak to okamžitě umře.“

Změny ve zkoumaném období bychom tak mohli nalézt v tom, že zatímco kolem roku 2007 stále vznikaly nové cony, z nichž lze zmínit například Scon, který byl poprvé pořádán v roce 2005¹²⁰, v současné době, jak respondenti uvádějí, cony spíše zanikají. Jako jeden z možných důvodů vidí respondenti skutečnost, že organizátoři zaniklých conů opustili fandom, aniž by se našel někdo, kdo by se organizace ujal místo nich. Lze zde tedy identifikovat trend posunu fandomu od aktivní participace směrem ke konzumaci.

¹²⁰ Scon [online] CZ Kontinuum, 25.11.2010 [cit. 08.04.2018]. Dostupné z: www.scon.cz

4.2 Vztah fandomu k vnějšímu světu

Zatímco v předchozí části jsem se věnovala kategoriím zahrnujícím jevy spojené s osobou respondenta a s jeho vztahem k fandomu, v této podkapitole rozeberu kategorie, které více než vztah fanouška k fandomu popisují vztah fandomu k okolnímu světu. Bylo by však mylné domnívat se, že mezi oběma skupinami kategorií neexistuje pevné propojení. Již v předchozí části jsme viděli, že popis jedné kategorie by přesahoval do tématu, jemuž se budu věnovat v této podkapitole. Je důležité si uvědomit, že sebeidentifikace jedince a jeho reflexe fandomu úzce ovlivňuje fanouškov postoj nejen vůči jiným fanouškům, ale také vůči okolnímu světu. Toto propojení však není jednostranné, vazba funguje oběma směry, a tak vztah fanouška k okolnímu světu ovlivňuje i jeho sebeidentifikaci v rámci skupiny a jeho pohled na skupinu samotnou. A jelikož, jak jsme si již vysvětlili, je fandom nikoli samostatnou entitou, nýbrž společenstvím jednotlivců, to, jak jednotliví fanoušci vnímají sami sebe, následně ovlivňuje podobu celého fandomu.

4.2.1 Obsahové trendy konzumované fandomem

Jedním z jevů, jež postupem času zaznamenávají největší změny, jsou právě trendy, které jsou ve fandomu aktuální a nejvíce konzumované. Fanoušci přicházejí do fandomu za určitým tématem, které v nich probudilo zájem o fantastiku. Toto téma je do značné míry závislé na tom, co je v dané době populární. Starší z respondentů se poprvé seznámili s fantastikou přes literární klasickou sci-fi, s níž přišli do styku v době svého dětství či raného mládí. Ti fanoušci, kteří se seznámili s žánrem v devadesátých letech, uvedli jako témata, za nimiž do fandomu přišli, Star Trek a Hvězdné války. Fanoušci přichozí do fandomu po roce 2000 hovořili o mladších dílech, mezi nimiž dominuje knižní série Harry Potter, seriál Hvězdná brána a nemalý podíl na příchodu nových fanoušků má také filmová trilogie Pán prstenů, díky níž se do povědomí širokého okruhu fanoušků dostala i její knižní předloha.

Hovořila jsem také o tom, že během působení fanoušků ve fandomu se jejich zájem rozšiřuje o další díla a další žánry. Informátoři připustili, že za dobu, po kterou jsou členy fandomu, prošli několika „podfandomy“ a oblíbili si další témata. Zároveň však upozornili, že ono původní téma mají stále rádi a stále se k němu vrací.

Kappa

„Srdcovky samozřejmě zůstávají. (...) Není v lidských silách vidět všechny seriály. Není v lidských silách znát všechny komiksy, znát všechny anime. (...) Takže já se snažím nějaký nový trendy sledovat, nebo o nich aspoň vědět.“

Éta

„Je málo lidí, kteří jsou zaměřeni na jednu konkrétní linii celou dobu, ale jsou tady linie, které vydrží celou tu dobu a vždycky si přitáhnou nové lidi. A pak ti noví lidé je opustí a pak se k nim zase vrátí.“

Jednou ze změn mezi lety 2007 a 2017 je množství dostupného obsahu. Ačkoli již v roce 2007 měli fanoušci na výběr z širokého spektra témat, která do českého fandomu pronikala mnohdy díky jejich sdílení na internetu, toto se ještě více rozšiřuje s příchodem nových médií, z nichž jako tuzemský příklad lze uvést televizní kanál Prima Cool, jenž začal vysílat v roce 2009 a skladbou programu se zaměřil právě na témata populární v českém fandomu¹²¹. Podobně v roce 2008 spustilo komiksové vydavatelství Marvel svůj projekt Marvel Cinematic Universe, v rámci něhož jsou natáčeny filmy o jeho nejslavnějších komiksových hrdinech¹²², což se ve fandomu projevilo zvýšeným zájmem o komiksy. Za významný mezník pro dostupnost obsahu pak lze považovat rok 2016, kdy se stala celosvětově dostupnou internetová služba Netflix¹²³, díky níž fanoušci získali přístup nejen k nejnovějším dílům, ale také ke starším klasikám.

Velký výběr obsahu je však ne vždy ve fandomu hodnocen kladně. Respondenti ve svých výpovědích upozorňovali na to, že pozornost se stále více tříští mezi nejrůznější témata, což vede k tomu, že ačkoli vznikají díla kvalitní, nedostane se jim takového zájmu, jakého se dostávalo dřívějším klasikám. Fanoušci se soustředí spíše na kvantitu, snaží se co nejvíce zorientovat v nabízených textech, přičemž se u nich žádný nezapíše tak hluboko, aby se stal jejich srdeční záležitostí. Toto se poté odráží na programech conů. Za příklad si vezměme Festival fantazie, jehož program je složen z množství jednotlivých tematických linií. Ve sledovaném období přibyly pouze dvě výrazné linie pořádané několik let po sobě věnované jednomu tématu a to linie věnovaná seriálu Hra o trůny s názvem ThroneCon a linie o animovaném seriálu Můj malý pony nesoucí název PoníCon. Ostatním tématům,

¹²¹ *iPrima* [online] FTV Prima, 19.05.2016 [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://www.iprima.cz/o-spolecnosti/prima-cool>

¹²² *Marvel* [online] Marvel, 2018 [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://marvel.com/movies/all>

¹²³ *Netflix Media Center* [online] Netflix, Inc., 2018 [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/about-netflix>

přestože se jedná o témata kvalitní, se dostane pozornosti pouze v podobě několika přednášek¹²⁴.

Povšimněme si souvislosti mezi nedostatkem nových programových linií a skepsí starších fanoušků vůči aktivitě nové nastupující generace fanoušků. Respondenti hovořili o tom, že fandom určitého fenoménu může přežít pouze ve chvíli, kdy ve fandomu existuje skupina fanoušků, která bude ochotna zájem ostatních udržovat a na fenomén upozorňovat a to i ve chvíli, kdy fenomén jako takový je již zakončený. Takto se daří udržovat v popředí zájmu po mnoho let nejsilnější témata, jakými jsou Hvězdné války, Star Trek, Harry Potter, Pán prstenů a britské seriály Doctor Who a Červený trpaslík. Oproti tomu dřívější velmi silné téma, seriál Hvězdná brána, ač se stále řadí mezi oblíbené fenomény, po svém ukončení postupně ztrácí na významu.

Théta

„Určitě jsou Star Wars, logicky, Harry Potter, Stargate. Ke každému je důvod, proč to drží. Star Wars, protože je to podporovaný téma firmama. (...) Harry Potter, protože ti fanoušci jsou jedni z mála aktivních a sami pro sebe a pro ostatní jsou neuvěřitelně pracovití a dělají zajímavé věci. (...) Pak je Stargate. To bylo hodně podmíněný tím, že to šlo v televizi opakovaně. (...) Star Trek, jasně, to je dlouholetý fenomén.“

Éta

„Třeba Star Trek, Star Wars vydržely prakticky deset let bez nového filmu. Harry Potter, který vydržel deset let bez nového filmu. Ale není to ani tak tím fenoménem, ale těmi lidmi, kteří se věnují tomu fenoménu a kteří nějakým způsobem udrží pozornost těch konzumentů, protože se pořád něco děje.“

4.2.2 Vliv technologií na fandom

Hovoříme-li o vlivu technologií na fandom, je třeba upřesnit, že mám na mysli technologie komunikační a informační. Přestože rozvoj dalších technologií fandom ovlivňuje také, například vývoj nových materiálů zásadně usnadňuje cosplayerům výrobu kostýmů, jejich výzkum leží mimo naše téma. Oproti tomu rozvoj informačních a komunikačních technologií s sebou nese zároveň rozvoj nových médií, která ovlivňují fandom ve dvou hlavních rovinách. První z nich je způsob komunikace fanoušků a kanály, skrze něž se tato

¹²⁴ Amber [online]. SFK Avalcon o.s., 2018 [cit. 10.4.2018]. Dostupné z: amber.festivalfantazie.cz/porady.php?change_action=ff

komunikace děje, druhým poté obsah, jeho dostupnost a jeho konzumace.

Jak už jsem popsala v přechozí podkapitole, rozvoj nových médií, zejména internetu, přinesl větší dostupnost a větší množství nového obsahu. Nejedná se však pouze o nová témata ke konzumaci, toto se týká také dostupnosti a množství informací. V době, kdy mají fanoušci takřka nepřetržitý přístup na internet, je snadné vyhledat jakoukoli informaci, která je zrovna zajímavá. Respondenti v rozhovorech popisovali dopad, jaký má tento nepřetržitý přístup k informacím na tvorbu programu pro ostatní fanoušky. Zatímco v minulosti se řada fanoušků zúčastňovala conů mimo jiné i proto, aby získala o svém oblíbeném fenoménu nové informace, dnes již tato potřeba opadá právě proto, že si informace kdykoli mohou sami vyhledat. Program conů je však stále závislý na přednáškách, které si fanoušci pro sebe navzájem připravují. Nárok na tyto přednášky se však postupně zvyšuje. Již nestačí pouze předat informace, jelikož je pravděpodobné, že přednášející nebude svým posluchačům říkat nic nového. Důležitá je dnes forma, jakou přednášející sdělení předává. Přednáška je v současné době něco, co má posluchače především pobavit. Je zapotřebí ji udělat interaktivní, přidat do ní množství obrazového materiálu či videí. Je nutné, aby sdělení obsahovalo mimo dat i přidanou hodnotu ve formě zábavy. Přednášející se z informátora mění v baviče. Kvalitní přednášející není ten, kdo dovede předat hodnotná data, nýbrž ten, kdo dovede dostatečně využít nové technologické možnosti a své posluchače pobaví.

Alfa

„Když se podívám na svoje vlastní přednášky, tak kdyby nebyl internet, tak polovina mých přednášek je úplně osekaná. Videá, obrázky. Bez internetu by polovina mých přednášek nebyla. (...) A myslím, že i spousta těch lidí, co na tu přednášku nebo besedu přijdou, tak jim internet umožňuje mít víc informací, se kterými na tu přednášku přicházejí. (...) Lidi si to hodně uvědomují. Pokud bych jenom okopíroval informace z internetu, tak mi lidi řeknou: ‚Ale to už přece dávno víme‘.“

Ióta

„Změnily se třeba přednášky. Dřív to byly diskuze, lidi přednášeli z kusu papíru, ani nepotřebovali projektor. Teď na každou přednášku máš projektor, skoro v každý přednášce máš videá nebo máš přednášky jenom z videí. Myslím, že ta multimedializace se v tom hodně projevila.“

Interaktivita je pro mladé fanoušky důležitá nejen při přenosu informací, nýbrž i při konzumaci obsahu. Respondenti poukázali na to, že v současné době se konzumace

posunuje od literární fantastiky přes filmy a seriály směrem k videím a hrám. Ačkoli nelze říci, že by mladí fanoušci literární fantastiku zavrhovali, konzumace obsahu seriálového, filmového a herního nabývá stále většího významu. Setkat se můžeme i se situacemi, kdy se fanoušci seznámí s literární fantastikou skrze její filmovou či herní adaptaci, jak tomu může být například u díla J. R. R. Tolkiena, s jehož díly *Pán prstenů*¹²⁵ a *Hobit*¹²⁶, se mnozí dnešní fanoušci setkali právě díky filmovým adaptacím, či Andrzeje Sapkowského, autora povídkové a románové ságy *Zaklínač*, které se staly inspirací pro celosvětově úspěšnou herní sérii *Zaklínač*¹²⁷. Podobnou genezi můžeme pozorovat také u knižní ságy *Píseň ledu* a ohně od amerického spisovatele George R. R. Martina¹²⁸, která se dostala do popředí zájmu fanoušků díky seriálu televizní stanice HBO *Hra o trůny*¹²⁹.

Zéta

„Máš tam ten posun toho fandomu od toho literárního k tomu filmovému nebo hernímu. (...) Když si vezmeš dnešní cony, jezdí tam spíš herci. Na prvním Euroconu v roce 2002 v Chotěboři byl jako host Martin. Dneska díky seriálu hvězda, tehdy ho nikdo neznal.“

Vývoj nových médií a s ním spojený rozvoj sociálních sítí zásadně ovlivňuje způsob komunikace fanoušků a výběr komunikačních kanálů, které využívají. Ještě v roce 2007 se fanoušci sdružovali kolem tematicky zaměřených internetových fór, kde mezi sebou diskutovali, sdíleli své názory, zážitky či fan fikce. Komunity, jež se kolem těchto fór utvářely, se následně scházely i při osobních setkáních, čímž se utvářela pevná uskupení zaměřená na jednotlivé obsahové fenomény. S rozvojem komunikačních prostředků, jakými jsou zejména programy ICQ a Skype, se však tyto komunity začaly postupně tříštit. Postupem času fanoušci opustili i tyto komunikační kanály a přesunuli se na sociální sítě, mezi nimiž dominují Facebook, Twitter a v současné době také Instagram.

Gama

„Každý fandom měl vlastní fóra, (...) no a potom přišla sociální média. Bylo to pozvolné, ale přecházelo se na ta sociální média. A teď ta sociální média nahrazují spoustu jiných věcí a pro lidi

¹²⁵ *IMDB.com* [online] Seattle : IMDB.com, Inc., 2009 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: www.imdb.com/title/tt0120737

¹²⁶ *IMDB.com* [online] Seattle : IMDB.com, Inc., 2009 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: www.imdb.com/title/tt0903624

¹²⁷ *The Witcher* [online] CD Projekt S.A., 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: thewitcher.com

¹²⁸ *George R. R. Martin* [online] George R. R. Martin, 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: www.georgerrmartin.com/book-category/cat=song-of-ice-and-fire

¹²⁹ *Game of Thrones* [online] Home Box Office, Inc., 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: <https://www.hbo.com/game-of-thrones>

je nepohodlné chodit na to fórum, protože ta sociální média jim zapípají v mobilu a hned jim vyskočí zpráva.“

Éta

„Myslím, že jakýkoli způsob komunikace, který se objeví na internetu, tak se to tam časem přelije. Byla fóra, byly chaty, z chatů ICQ a začalo se to rozsyávat na menší skupiny, pak zpátky přes Skype na Facebook, kde se to zase začíná spojovat, ale momentálně je problém v přesycení. Je příliš možností a je velice obtížné najít ty, které člověku sednou.“

Ačkoli respondenti připustili, že komunikace se díky novým prostředkům usnadnila, jelikož díky sociálním sítím mohou být fanoušci neustále v kontaktu a pružně reagovat na nová témata, uvědomují si zároveň i negativní dopady komunikace na sociálních sítích. Připouštějí sice, že sociální síť roztržitou komunitu fanoušků opět postupně stmelují, avšak dodávají, že tyto zároveň způsobují jisté vzájemné odcizení. Fanoušci spolu sice denně komunikují a vyměňují si zprávy, ale již se nescházejí tak často jako v minulosti. Zatímco tzv. „na síti“ spolu vedou živé debaty, v osobní komunikaci jsou zdrženliví a tápou nad tématy k hovoru.

Epsilon

„Sociální síť bych považovala za přínos i za zhoubu. Přínos je v tom, že je daleko jednodušší šířit to naše nadšení, na druhou stranu se zase setkávám s lidma, kteří jsou netolerantní a odmítají přijmout názory druhých. (...) U těch digitálních médií je těžký se od tohohle distancovat, protože třeba na Facebooku to bude vyskakovat, i když si člověk vypne upozornění. Tady když se s někým pohádám, otočím se, odejdu na druhou stranu budovy a už se s tím člověkem nemusím vidět.“

Zéta

„Dřív se ta parta byla schopná sejít v hospodě a pokecat, dneska se všechno řeší po netu namísto toho, abychom se potkali u toho piva. (...) Online si pokecají, ale ve chvíli, kdy je to live, tak mají problém komunikovat.“

Éta

„Já bych řekla, že sociální síť umožnily líp propagovat akce, na druhou stranu se na sociálních sítích najde víc humusu. (...) Z oka do oka lidí na sebe nejsou tak hnusní.“

Rozvoj nových médií a sociálních sítí respondenti v obecné rovině považují spíše za přínos právě díky zvýšení dostupnosti obsahu, snazší propagaci jimi pořádaných akcí a usnadnění komunikace, uvědomují si však i negativa tohoto technologického rozvoje, která

spočívají zejména v zahlcenosti obsahem, kdy hovoří o tom, že se klade důraz spíše na kvantitu a nikoli na kvalitu. V rámci internetové komunikace to vede k tomu, že její účastníci nevěnují mnoho pozornosti obsahu svých sdělení, která na internet umisťují. V rámci konzumace obsahových trendů je pak fanoušek nucen pečlivě zvažovat, jak naloží se svým časem. Je zapotřebí mnohem více si z obsahu vybírat, přičemž výběr může spočívat čistě v zájmu a vkusu fanoušků, či může být ovlivněn komunitou, v níž se fanoušci pohybují, kdy se jednotlivec snaží vyrovnat ostatním členům komunity a poznat co nejvíce témat, aby nepůsobil jako tzv. „noob“.

Zéta

„Média mohou být přínos, ale chce to brát taky trošku s rozumem. Když se podíváš kolem sebe, tak někteří hltají, sežerou úplně všechno a pak se jim to mezi sebou plete.“

4.2.3 Vzájemné vztahy mezi fanoušky

Vztahy mezi fanoušky do značné míry souvisí právě s konzumací jednotlivých tematických trendů a komunikací fanoušků na internetu, jelikož předmětem sporů mezi fanoušky jsou právě rozdílné přístupy k tematickým trendům a jejich vymezování se vůči sobě navzájem se projevuje převážně v internetové komunikaci. Jak jsme mohli vidět v citacích v předchozí podkapitole, fanoušci se proti sobě výrazně vymezují na sociálních sítích, avšak v osobní komunikaci zásadní neshody nepozorujeme.

Mezi českými fanoušky chybí i vzájemná rivalita mezi fandomy jednotlivých franšíz, což je oblíbeným tématem zahraniční satiry, jak ukazuje již zmíněný film *Fanboys*, kde se fanoušci *Hvězdných válek* pustí do střetu s fanoušky *Star Treku*. Do značné míry je to způsobené tím, že český fandom není tematicky vyhraněný a řada jeho členů, i přestože má své oblíbené téma, kterého si cení více než ostatních, je v řeči fanoušků tzv. „multifandomová“. Důležitým faktem je také to, že český fandom oproti zahraničním nemá tolik členů. Lidé se často setkávají na akcích a řada z nich se přátelí, takže jakékoli projevy rivality z hlediska konzumovaného žánru či díla jsou spíše záležitostí přátelského škádlení míněného s nadsázkou.

Théta

„Dřív to bylo: ‚Já jsem starwarsák. Kdo je víc?‘ Já jsem trekkie. Kdo je víc?‘ Je to takový škádlení. Dneska se ty lidi škádlí už jenom pro zábavu, protože se tolik let setkávají, jsou to kamarádi. Dřív

to mělo nějaký bojový nádech, dneska už ne.“

Ve výpovědích jednotlivých informátorů jsem však mohla vyzorovat, že v českém fandomu se uplatňuje podobný trend, o jakém hovoří Stanfill a Yodovich, tedy vymezování se vůči obsesivním podivínům, kteří jsou v očích fanoušků příčinou existence stereotypního pohledu většinové veřejnosti na fandom. Z hlediska českého fandomu jsou do této skupiny zahrnováni fanoušci netolerantní, kteří nejsou otevřeni diskuzi a názorům ostatních, jelikož, jak jsme mohli vidět výše, tolerance je vlastnost, jíž čeští fanoušci považují za velmi důležitou, a také tzv. „poníci“, neboli fanoušci animovaného seriálu *My Little Pony*, kteří do určité míry staví svou identitu právě na podivínství, jelikož se jedná o dospělé fanoušky, často muže, animovaného seriálu, jehož hlavní cílovou skupinou mezi diváky jsou malá děvčata.¹³⁰

4.2.4 Reflexe mediálního obrazu fandomu ze strany fanoušků

Na otázku, zda se někdy setkali s reportáží či článkem týkajícím se fandomu v médiích středního proudu, každý z respondentů odpověděl, že ano. Při reflexi vlastního mediálního obrazu poté shodně uváděli, že jej vnímají jako vylepšující se. Zatímco v minulosti vnímali mediální zmínky o fandomu jako neobjektivní, povrchní a podléhající stereotypnímu pohledu na fandom, v současné době už ve fanoušcích takový pocit nevyvolávají.

Théta

„Ten posun vidím v tom, že nás berou vážně, že už jim to není tak divný. Ono konec konců vzhledem k tomu, kolik divností na světě vzniká, najednou my jsme už ti normálnější.“

Ióta

„Pamatuju si ty reportáže kdysi, v těch devadesátých letech a potom na začátku tisíciletí. To každá reportáž byla taková, že když to člověk slyšel, tak si řekl, že kdyby ten fandom neznal, tak si bude myslet, že je to soubor úchylů. (...) Ale teď si myslím, že ty reportáže z poslední doby jsou hodně korektní.“

¹³⁰ V angloamerickém prostředí se pro fanoušky tohoto fenoménu ujalo označení „bronies“, což je sloučenina slov „bro“ (hovorové oslovení mezi muži) a „ponies“ (poníci) odkazující na fakt, že seriál určený malým dívkám si získal silnou fanouškovskou základnu mezi dospělými muži typicky mezi 15 a 35 lety. A právě s ohledem na podobu seriálu a jeho cílovou diváckou skupinu je na „bronies“ pohlíženo poněkud s despektem a očekáváním toho, že s muži oblíbenými si dětský seriál musí být něco v nepořádku. Zdroj: GILBERT, Anne. What we talk about when we talk about bronies. *Transformative Works and Cultures* [online] Ročník 2015, číslo 20. New York: Organization for Transformative Works, 20.6.2015 [cit. 15.4.2018]. ISSN 1941-2258. Dostupné z: <https://doi.org/10.3983/twc.2015.0666>

Ve vzájemném vztahu fanoušků a médií lze vysledovat dvojí stereotyp. Na jedné straně fanoušci poukazují na stereotypní pohled médií na fandom, na straně druhé však lze hovořit také o stereotypním pohledu fanoušků na média. Při širší reflexi svého mediálního obrazu respondenti hovořili o tom, že zobrazování fandomu v rámci stereotypu chápou, jelikož je pro média zajímavější, když mohou fandom představit světu jako senzaci. V názoru respondentů se odráží vnímání médií jako institucí bažících po šokujících tématech, jimiž by přilákaly publikum, přičemž právě takovým tématem se jim má stát fandom fantastiky.

Éta

„Někteří se opravdu snaží zprostředkovat tenhle zvláštní fenomén, protože my jsme vlastně exoti, běžným divákům. Mají takový ten přístup čerstvých očí a to je strašně pěkný. Ale většinou jsou lidi, kteří využívají toho, že je něco hodně vidět a hodí to někam jako lacinou senzaci.“

Při rozhovorech popisovali fanoušci svá setkání s reportéry, kteří o fandomu neměli přílišné povědomí a jejichž cílem bylo natočit šokující reportáž či napsat šokující článek, avšak byli konfrontováni s realitou fandomu jako veskrze poklidného seskupení fanoušků, které v rámci společnosti není nijak výstřední. Jako důvod existence stereotypního pohledu médií na fanoušky tedy respondenti uváděli neznalost tvůrců mediálních zmínek o fandomu, ať již neznalost záměrnou, způsobenou nezájmem zástupců médií o dané téma, či nezáměrnou pramenící z neinformovanosti.

Gama

„Vidím, že ti reportéři jsou ještě teď překvapení, že to není zábava pro děcka, že tu sice jsou ti patnáctiletí fanoušci, ale zároveň je překvapí, že lidi, co jdou na con a nosí třeba kostýmy a takové věci, tak jsou to vysokoškoláci nebo mají vysokoškolský diplom nebo třeba učí na vysoké škole. A to je třeba na chvíli zarazí, ale pak si řeknou, proč vlastně ne.“

Kappa

„Na mě to působilo dojmem, že ti lidi nejenže o tom fandomu nic nevěděli, to chápu, že ne každý to musí vědět, (...) ale někdy to na mě působilo dojmem, že ani ty lidi moc neposlouchali, co jsme jim říkali.“

Díky popkulturním dílům jako je například seriál Teorie velkého třesku se fanouškovství postupně dostává do povědomí veřejnosti, čehož fanoušci využívají k tomu, aby tzv. „civilistům“ ukázali, že fanouškovství není výstřední zábavou náctiletých, nýbrž je

to koníček výrazně se nelišící od ostatních způsobů trávení volného času. Tuto osvětu, která se má stát způsobem, jak z médií odstranit stereotypní pohled na fanoušky, následně provádějí například skrze dialog s reportéry, jimž se snaží osvětlit, jak život ve fandomu vypadá ve skutečnosti.

Zéta

„Zrovna ta Chotěboř je dost mediálně známá. Hlavně ty kostýmy jsou pro televizi zajímavý, (...) protože to prodají. (...) Už se to překlátilo i do toho stadia, kdy například Star Wars dělají dobročinné akce v kostýmech. To je věc, která fandomu hodně pomáhá, protože díky tomu lidi pochopí, že tohle jsou lidi, kteří (...) žijou ve svém trochu posunutém světě, ale přijedou za těma děckama, udělají tu dobročinnou sbírku a mají na sobě tyhle kostýmy, který všichni znají a se kterýma se můžou ta děcka ztotožnit.“

4.2.5 Vztahy fanoušků s nefanoušky

Vztahy fanoušků vůči nefanouškům je obtížné generalizovat. Stejně jako v případě vzájemných vztahů fanoušků i zde je třeba brát v úvahu osobnost jednotlivých členů fandomu. Ve většině případů však lze říci, že vztahy fanoušků a vnější společnosti jsou závislé na mediálním obrazu a jeho následné reflexi ze strany fanoušků. Konfrontaci s většinovou společností fanoušci vyhledávají v momentě, kdy se sami cítí být stigmatizováni.

Gama

„Mám dojem, že to tam existuje. (...) Mám dojem, že z psychologického hlediska ti fanoušci mají dojem, že teď se oni musí dívat skrz prsty na tu většinovou společnost. Jakoby jí to vrátit. (...) Zrovna někteří hardcore fanoušci některých seriálů nebo filmů mají potřebu se vymezovat vůči jiným.“

Současně je však třeba připustit i existenci pocitu jakési nadřazenosti fanoušků nad nefanoušky v souvislosti s fantastickými díly. Fanoušci sami sebe považují za znalce žánru. Oni jsou těmi, kdo ví, že při sledování filmu z produkce Marvel Studios je třeba zůstat v sále až do konce titulků, jelikož po nich následuje ještě závěrečná scéna. Oni jsou těmi, kdo by měl fantastická díla hodnotit a jejichž názor má tu správnou váhu, jelikož oni jsou ti, kdo tématu rozumí. Tento postoj se nejvíce projevuje v internetových diskuzích, v nichž, jak bylo řečeno, vyjadřují fanoušci svůj názor energičtěji než při komunikaci tváří

v tvář.

Alfa

„Myslím si, že někteří lidé to tak vidí. Když fanoušek sedí v kině a vidí, jak lidé odcházejí, tak se chytá za hlavu se slovy, že nemůžou být opravdoví fanoušci, když odcházejí. (...) U některých lidí to vidím i v dalších ohledech. Ve smyslu, že já jsem ten fanoušek, tak některým věcem rozumím víc.“

Delta

„Mám pár kamarádů, co strašně milujou komiksy, protože viděli MCU¹³¹, ale komiksy nikdy nečetli, a přitom si myslí, že oni jsou ti praví nerdi. A já si vždycky říkám: „Jo? Vážně jste?““

Fanoušci se také brání tomu, aby byla fantastická díla a tím pádem i jejich fandom zařazována do popkultury. Navzdory tomu, že například filmové adaptace komiksových děl jsou v současné době komerčně nejúspěšnější filmy uváděné v kinech¹³², fanoušci stále svůj žánr považují za něco, co stojí mimo masovou kulturu, jíž považují převážně za konzumní, postrádající hlubší vztah ke konzumovaným textům, jaký je typický právě pro fandom.

¹³¹ Marvel Cinematic Universe

¹³² *The Numbers* [online] Nash Information Services, LLC, 2018 [cit. 15.4.2018] Dostupné z: <https://www.the-numbers.com/movie/budgets>

Závěr

V úvodu výzkumu jsem si uložila za cíl prozkoumat český fantasy a sci-fi fandom a zmapovat jeho proměny v posledním desetiletí tak, jak je vnímají samotní fanoušci. Za tímto účelem bylo zkoumáno pět hlavních aspektů určujících podobu a vývoj fandomu. Těmi jsou vlastní reflexe fanoušků nejen fandomu, ale také jich samotných, jejich vstupu do fandomu, jejich další cesty fandomem a významu, jaký pro ně fanouškovství skýtá; dále vztahy fanoušků k veřejnosti a k ostatním fanouškům; vliv technologií a nových médií na fandom; trendy v konzumaci textů a vnímání jejich mediálního obrazu a jejich reakce na něj. Tyto zkoumané oblasti byly vymezeny na základě teoretické citlivosti vypěstované z vlastní dlouholeté zkušenosti s fanouškovstvím, na základě studia odborné literatury a v neposlední řadě na základě dat získaných z terénních rozhovorů s fanoušky.

Na základě analýzy sesbíraných dat je možné popsat český fantasy a sci-fi fandom jako komunitu procházející neustálou proměnou, jejíž podoba je do vysoké míry závislá právě na nových technologiích, jejichž rozvoj je, dá se říci, katalyzátorem proměn fandomu. Díky rozvoji technologií se mění rozsah a dostupnost konzumovaných trendů, což má za následek posun fandomu od soustředění se na jeden fenomén k tzv. multifanouškovství, neboli soustředění zájmu mezi více textů. Ačkoli mnozí fanoušci mají svá oblíbená témata, k nimž se rádi vracejí, lze pozorovat, že zájem o témata u nových fanoušků je rozmělněný a není tak hluboký, aby vedl k aktivní účasti na společenském dění ve fandomu. Kritici zevnitř fandomu upozorňují na to, že se fandom posouvá od aktivní přípravy programu k pouhému účastnění se, tedy k pouhé konzumaci. Zájem fanoušků se také posouvá směrem k interaktivitě od literatury a komiksů k filmům, seriálům a hrám, jež se stávají hlavními druhy konzumovaných obsahů.

Technologie také ovlivňují kanály, skrze něž fanoušci vedou svoji komunikaci. Od internetových fór, kde se sdružovaly skupiny, které se následně scházely, se komunikace přesunula na sociální sítě. Fanoušci jsou spolu sice v těsném virtuálním kontaktu, jejich komunikace se však odosobnila a fanoušci se nescházejí na menších setkáních tak často jako v minulosti. O to více posléze nabývá na významu fakt, že řada fanoušků se účastní fandomových akcí nejen kvůli programu, nýbrž i kvůli osobnímu setkání s ostatními členy fandomu.

Fanoušci reflektují fandom jako otevřenou skupinu lidí, mezi nimiž se cítí

komfortně, neboť s nimi mohou volně sdílet svou zálibu ve fantastice a vést s nimi diskuze. Vlastností, jež je pro členy fandomu dle fanoušků typická a je vnímána jako velmi důležitá, je tolerance. Členové fandomu oceňují, že v jejich skupině se lidé neporovnávají na základě společenského postavení nebo demografických znaků, nýbrž se soustředí na sdílení svého nadšení pro určitá fantastická témata. Odtud poté pramení i jejich reflexe významu fanouškovství pro ně samotné, které je pro ně v mnohých případech nejen koníčkem, ale také významnou součástí jejich identity a životní náplní.

Jednou z velkých změn týkající se fandomu je vnímání vlastního mediálního obrazu ze strany fanoušků. Fanoušci jej vnímají jako vylepšující se, přičemž oceňují, že se již upouští od stereotypního zobrazení fanoušků jako těch „divných“. Reportáže a články zmiňující fandom mají tendenci být stále objektivnější, což má vliv i na vztahy fanoušků s většinovou společností. Fanoušci se již necítí být stigmatizováni, a tak opadávají tendence vymezování se fanoušků vůči veřejnosti. Fanoušci se sami na sebe snaží upozornit a vést osvětu právě skrze média o tom, co to fandom je, a že fanoušci se mnohdy podílejí či přímo sami organizují společensky prospěšné aktivity.

Fandom v současné době již není tak pevně semknutá skupina nebo soubor několika pevně semknutých skupin lidí, kteří by se pravidelně scházeli a projevovali organizováním aktivit. Zatímco někteří starší fanoušci fandom opouštějí, do fandomu přibývají mladí fanoušci, z nichž jen část ve fandomu setrvá delší dobu a zapojí se do společenského dění. S vylepšujícím se mediálním obrazem a vnímáním fandomu ze strany veřejnosti se pro mnohé nově příchozí fany stává členství ve fandomu pouhou dočasnou módní záležitostí. Je tedy na místě uvažovat nad tím, jak poukazuje Sandvoss, zda se fandom skutečně neocitl na cestě k tomu, stát se novým mainstreamem.

Summary

The goal of this thesis, set up in the introduction, was to explore the Czech fantasy and sci-fi fandom, and to describe its transformation over the last decade, and how this transformation is reflected by the fans themselves. In order to achieve this, the five main aspects determining the image of the fandom and its development were examined. Specifically, fans' own reflection not just of the fandom itself but also of the fans themselves, their entering into the fandom, their journey through the fandom, and the meaning of their fanship for themselves. Furthermore, their relations towards each other and towards the non-fans, the impact of the technologies and the new media on the fandom, trends in texts consumption, the fans' reflection of their own media image and the way the fans themselves react on it, were also examined.

Based on the analysis of collected data, it is possible to describe Czech fantasy and sci-fi fandom as a community to some extent dependent on the new technologies, as their development may be seen a catalyst for the fandom transformations. Thanks to the development of the technologies the content of the consumed trends and their accessibility is changing, which subsequently leads to fandom moving from focusing on a single phenomenon towards the so called "multifanship", i.e. splitting of the fans' interest between several texts.

The inside of the fandom critics point out that fandom loses its focus on proactive contribution to the preparation of the program and is heading towards simple observation and eventually towards the simple consumption. The focus of the fans is also heading towards interactive content, from literature to comics, to movies, to series and to games that are becoming the main types of the consumed commodities. Technologies also have an influence on the channels the fans lead their communication through. From the internet forums, the communication was moved to the social networks allowing the fans to be in instant virtual contact with each other, however, the communication has lost its interpersonal touch and the fans do not socialize as often as they used to.

Yet, the fans view the fandom as an open community inside which they feel comfortable, because it allows them to share their interest with other fans and to debate with them without being judged based on their social status or demographic signs. These points represent the basic ground for the importance of their own fanship in fans lives. In

many cases, being a fan is not just a hobby but also a significant part of fan's identity.

One of the most significant changes concerning the fandom is the fans' perception of their own media image. Fans consider it as improving and appreciate the media relinquish the stereotype displaying the fans as community of weirdos. The media reports and articles have tendency to become more objective which leads to an improvement of the relations between members of the fandom and the mass population. The fans consider themselves no more to be stigmatized, therefore, they do not feel anymore the need for a boundary work towards the non-fans. In opposite, they try to bring attention on their community and to show through the media what the fandom really is and that the fans participate on or even organize some socially beneficial activities.

However, a negative side of improving media image and warmer attitude of the mass population towards the fandom is that it may cause the fandom membership becoming just a temporary fashion affair for the young incoming fans. It is in place then, as Sandvoss points out, to think about possibilities of fandom making its way to become a new mainstream.

Použitá literatura

- ABERCROMBIE, Nicholas., LONGHURST, Brian. *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. 1. vydání. Londýn, Thousand Oaks, Nové Dílí : SAGE Publications, 1998, 197 stran. ISBN 0-8039-8961-X.
- ADAMOVIČ, Ivan., NEFF, Ondřej. (eds.) *Slovník české literární fantastiky a science fiction*. 1. vydání. Praha : R3, 1995. 350 stran. ISBN 80-85364-57-3.
- Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. 2. vydání. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1994, 338 stran. ISBN 0-8122-1379-3.
- BRUNS, Axel. Producers: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation . *Proceeding Creativity a Cognition : Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition* [online] Washington, DC : ACM, 2007 [cit. 1.10.2017]. ISBN 978-1-59593-712-4. Dostupné z: eprints.qut.edu.au/6623/1/6623.pdf
- BYRD, Patricia. Star Trek Lives: Trekker Slang. *American Speech* [online] Ročník 53, číslo 1. Durham : Duke University Press, 1978 [cit. 1.10.2017]. ISSN 00031283. Strana 52-58. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/455340>
- DENMEAD, Ken. *Táta Geek: úžasné geekovské projekty a aktivity pro tatínky s dětmi*. 1. vydání. Brno : Jan Melvil Publishing, 2012. 240 stran. ISBN 978-80-87270-35-6.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vydání. Praha : Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0139-7.
- GILBERT, Anne. What we talk about when we talk about bronies. *Transformative Works and Cultures* [online] Ročník 2015, číslo 20. New York: Organization for Transformative Works, 20.6.2015 [cit. 15.4.2018]. ISSN 1941-2258. Dostupné z: <https://doi.org/10.3983/twc.2015.0666>
- GRAY, Jonathan., HARRINGTON, C. Lee., SANDVOSS, Cornel. (eds.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. 1. vydání. Londýn, New York : New York University Press, 2007. 432 stran. ISBN 978-0814731826.
- HELLEKSON, Karen., BUSSE, Kristina. (eds.) *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: new essays*. 1. vydání. Jefferson, Londýn : McFarland & Company, Inc., Publishers, 2006. 290 stran. ISBN 978-0-7864-2640-9.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vydání. Praha : Portál, 2016. 440 stran. ISBN 978-80-262-0982-9.
- HILLS, Matt. *Fan Cultures*. 1. vydání. Londýn, New York : Routledge, 2002, 237 stran. ISBN 0-415-24025-5.
- HILLS, Matt, WILLIAMS, Rebecca. 'It's all my interpretation'. Reading Spike through the subcultural celebrity of James Marsters. *European Journal of Cultural Studies* [online] Ročník 8, číslo 3. Thousand Oaks : SAGE Publishing, 2005. [cit. 6.1.2018]. ISSN 13675494. Dostupné z: journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367549405054866

HILLS, Matt. Negative Fan Stereotypes (“Get a Life!”) and Positive Fan Injunctions (“Everyone’s Got To Be a Fan of Something!”): Returning To Hegemony Theory in Fan Studies. In MULLENS, Lauri (ed.). *Get a Life?: Fan Culture and Contemporary Television*. Edice Spectator, číslo 25. Los Angeles : University of Southern Carolina, 2005. ISBN X

HILLS, Matt. The expertise of digital fandom as a ‘community of practice’: Exploring the narrative universe of Doctor Who. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online] Ročník 21, číslo 3, Londýn : SAGE Publications Ltd., 1.8. 2015 [cit. 6.1.2017]. ISSN 13548565. Strana 360 – 374. Dostupné online z: journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856515579844

JENKINS, Henry. *Covergence Culture. Where Old and New Media Collide*. 1. vydání. 2006. New York, Londýn : New York University Press. 308 stran. ISBN 978-0-8147-4281-5.

JENKINS, Henry. Fan studies. In Oxford University Press. *Oxford Bibliographies* [online] Oxford : Oxford University Press, poslední aktualizace 13. 9. 2016 [citováno 28.1.2018]. Dostupné z: www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml

JENKINS, Henry. Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching. *Critical Studies in Mass Communication*. Ročník 5, číslo 2. Abingdon : Taylor & Francis Ltd, červen 1988. ISSN 0739-3180. Str. 85 – 107. [citováno 22. 10. 2017]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid,url&db=ufh&AN=9336467&lang=cs&site=ehost-live>

JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. 1. vydání. New York : Routledge, 1992, 343 stran. ISBN 0-415-90571-0.

MACEK, Jakub. *Fandom a text. Fandom – subkultura textu. Profesionální česká SF a F periodika před rokem 2000*. 1. vydání. Praha : Triton, 2006, 148 stran. ISBN 80-7254-856-5.

MEYER, Michaela D. E., TUCKER, Megan H. L.. Textual Poaching and Beyond: Fan Communities and Fandoms in the Age of the Internet. *The Review of Communication* [online] Ročník 7, číslo 1. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 2007 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1535-8593. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15358590701211357>

NEFF, Ondřej., OLŠA, Jaroslav. (eds.) *Encyklopedie literatury science fiction*. 1. vydání. Praha : H+H, 1995. 555 stran. ISBN 80-85787-90-3.

PERSON, Roberta. Fandom in the Digital Era. *Popular Communication* [online] Ročník 2010, číslo 8. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 4.2.2010 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1540-5710. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15405700903502346>

REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2. vydání. Praha : Leda, 2012, 752 stran. ISBN 978-80-7335-296-7.

SANDVOSS, Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption*. 1. vydání. Cambridge : Polity, 2005, 224 stran. ISBN 978-0-745-62973-5.

SCHWABACH, Aaron. *Fan Fiction and Copyright. Outsider Works and Intellectual Property Protection*. 1. vydání. 2011. Farnham : Ashgate. 177 stran. ISBN 978-0-7546-7903-5.

STANFILL, Mel. „They’re Losers, but I Know Better“: Intra-Fandom Stereotyping and the Normalization of the Fan Subject. *Critical Studies in Media Communication* [online] Ročník 30, číslo 2. Londýn : Taylor & Francis Group, LLC, 2013 [cit. 1.10.2017]. ISSN 1479-5809. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295036.2012.755053>

STRAUSS, Anselm., CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu*. 1. vydání. Boskovice : Albert, 1999. 228 stran. ISBN 80-85834-60-X.

YODOVICH, Neta. „A Little Costumed Girl at a SciFi Convention“: Boundary Work as a Destigmatization Strategy Among Women Fans. *Women’s Studies In Communication*. Organization for Research on Women & Communication [online] Ročník 39, číslo 3. El Paso : University of Texas at El Paso, 2016 [cit. 1.10.2017]. ISSN 0749-1409. Strana 289-307. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/07491409.2016.1193781>

Kvalifikační práce

KOŠAŘOVÁ, Adéla. *Český seriálový a filmový fandom jako fenomén*. Plzeň, 2014. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce Ziková Tereza.

KUDLÁČ, Antonín. *Česká populární fantastika 1990 -2012 v kontextu kulturním, sociálním a literárním*. Praha, 2014. Dizertační práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav etnologie. Vedoucí práce Štoll, Martin.

POHL, Milan. *Mediální obraz českého sci-fi fandomu v denním tisku v letech 2001-2006*. Praha : Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2008. 149 s. Vedoucí diplomové práce Reifová, Irena.

WEISZOVÁ, Veronika. *Conování jako praxe české komunity fanů*. Praha, 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Švelch, Jaroslav.

Elektronické zdroje

Advik [online] Spolek nezávislých otaku, z.s., 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.advik.cz

Amber [online]. SFK Avalcon o.s., 2018 [cit. 10.4.2018]. Dostupné z: amber.festivalfantazie.cz/porady.php?change_action=ff

Brno WHOCON [online] Doctor Who Fanclub ČR, z.s., 2017 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: whocon.cz

Comic-Con International: San Diego [online] San Diego : San Diego Comic Convention, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.comic-con.org

Conec [online] Spolek Conec, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: con-ec.cz

Confessions of an Aca-Fan [online] Henry Jenkins, 2006 [cit. 4.3.2018]. Dostupné z: henryjenkins.org/aboutmehtml

English Oxford Living Dictionaries [online] Oxford : Oxford University Press, 2018 [cit. 10.2.2018]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com>

Fantazeen [online]. Dostupné z: www.fantazeen.bluefile.cz/kalendar-conu/

- FFestivaly* [online] Chotěboř : SFK Avalcon o.s., 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.convention.cz
- Festival fantazie* [online] SFK Avalcon o.s, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.festivalfantazie.cz
- Game of Thrones* [online] Home Box Office, Inc., 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: <https://www.hbo.com/game-of-thrones>
- George R. R. Martin* [online] George R. R. Martin, 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: www.georgerrmartin.com/book-category/cat=song-of-ice-and-fire
- HALAMA, Jiří. Ikarie dvacetiletá: Nostalgické vzpomínání. *Neviditelný pes* [online] Praha : MAFRA, a.s., 20.5.2010 [cit. 3.3.2018]. ISSN 1212-673X. Dostupné z: neviditelnypes.lidovky.cz/ikarie-dvacetileta-nostalgicke-vzpominani-f2b-/p_scifi.aspx?c=A100518_222043_p_scifi_hpe
- IMDB.com* [online] Seattle : IMDB.com, Inc., 2018 [cit. 4.3.2018]. Dostupné z: www.imdb.com
- iPrima* [online] FTV Prima. 19.05.2016 [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://www.iprima.cz/spolecnosti/prima-cool>
- JCsoft's Fantasy* [online] Jan Čeřovský, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.tolkiencon.cz
- Kmeny* [online] Praha : Jan Strejcovský [cit. 27.03.2018]. Dostupné na: kmeny.tv/cosplay
- KoprCon* [online] Czech Star Wars Universe, 2017 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.cswu.cz/koprcon/
- Marvel* [online] Marvel. [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://marvel.com/movies/all>
- Netflix Media Center* [online] Netflix, Inc. [cit. 9.4.2018]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/about-netflix>
- PragoFFest* [online] SFK Avalcon o.s, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.pragoffest.cz
- RAMPAS, Zdeněk. O ceně. Cena Karla Čapka – Informace. In *ČS Fandom* [online] ČS Fandom, 1.1.2000 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.fandom.cz/index.php/ck/56-o-cen
- Scon* [online] CZ Kontinuum, 25.11.2010 [cit. 08.04.2018]. Dostupné z: www.scon.cz
- STARcon* [online] STARcon , 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.star-con.cz
- Stručná historie Čs. SF Fandomu (1962 – 2000). In *Fantasy Planet* [online] Ostrava : Libor Marchlík, 14.10. 2001 [cit. 3.3.2018]. ISSN 1213-5712. Dostupné z: www.fantasyplanet.cz/uncategorized/strucna-historie-cs-sf-fandomu-1962-2000
- Trpaslicon* [online] Klub Terryho Pratchetta, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.trpaslicon.cz
- The Big Bang Theory* [online] New York : CBS Corporation, 2018[cit. 3.3.2018]. Dostupné z: https://www.cbs.com/shows/big_bang_theory/

The Numbers [online] Nash Information Services, LLC, 2018 [cit. 15.4.2018] Dostupné z: <https://www.the-numbers.com/movie/budgets>

The Witcher [online] CD Projekt S.A., 2018 [cit. 15.4.2018]. Dostupné z: thewitcher.com

Urban Dictionary. [online] San Francisco : Urban Dictionary, LLC, 2018 [cit. 11.2.2018]. Dostupné na: www.urbandictionary.com

VIECC. Vienna Comic Con [online] Reed Messe Wien GmbH, 2018 [cit. 27.3.2018]. Dostupné z: www.viecc.com

Worldcon. The World Science Fiction Convention [online] Sunnyvale : World Science Fiction Society, 2018 [cit. 25.2.2018]. Dostupné z: www.worldcon.org

Teze diplomové práce

Schůzka.
1/1

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Bc. Jana Hažlinská	Razítko podatelny:												
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2017/2018	<table border="1"><tr><td colspan="3" style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td style="text-align: center;">26-05-2017</td><td style="text-align: center;">-1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td style="text-align: center;">2510</td><td>Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	26-05-2017	-1-	Čj:	2510	Příloh:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		26-05-2017	-1-										
Čj:		2510	Příloh:										
Přiděleno:													
E-mail diplomantky/diplomanta: 41210679@fsv.cuni.cz													
Studijní obor/forma studia: Mediální a komunikační studia, navazující magisterské, kombinovaná													
Předpokládaný název práce v češtině: Český scifi a fantasy fandom jako produkt konzumace médií a jeho prezentace prostřednictvím domácích mainstreamových médií od roku 2007 po současnost													
Předpokládaný název práce v angličtině: Czech scifi and fantasy fandom as a product of media consumption and its presentation through the domestic mainstream media from 2007 to the present													
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezi) LS 2017/2018													
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Scifi a fantasy fandom se v České republice rozvíjí již od devadesátých let, avšak v posledních deseti letech zažívá, převážně díky snadné globální dostupnosti mediálního obsahu, velký rozmach a stává se významnou subkulturou zejména mezi mladými lidmi. Jeho existence a ve velké míře také jeho podoba je pevně spjata s konzumací mediálního obsahu. V posledních letech však dochází také k tomu, že se fandom sám dostává do médií a stává se tak jejich obsahem. Členové fandomu se na svou komunitu snaží upozornit širokou veřejnost. Do určité míry se tím pokouší bojovat se zažitým stereotypem zobrazení "geeka" jako člověka nepraktického, divného, neschopného se pohybovat ve většinové společnosti. Ačkoli se fanoušci sdružují převážně kolem tematicky zaměřených médií, skrze své aktivity se dostávají také do médií mainstreamových, kde mohou fandom představit i lidem mimo svou komunitu a případně oslovit další potenciální členy fandomu. I přes skutečnost, že fandom má v tuzemsku již poměrně velkou členskou základnu, se však této subkultuře nedostává v českém prostředí příliš velké pozornosti. Na téma fandomu bylo dosud publikováno jen několik absolventských prací.													
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem práce je popsat současnou tvář českého scifi a fantasy fandomu jakožto specifického druhu publika a porovnat jeho skutečnou podobu s jeho prezentací v médiích hlavního proudu. Výzkumná část práce bude věnována mapování výskytu českého fandomu v médiích hlavního proudu a tomu, zda je v nich fandom zobrazován v souvislosti se stereotypem "geeka" a jaký to má dopad na pohled široké veřejnosti na fanouškovskou komunitu.													
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod 2. Fandom <i>Teoretická kapitola popisující fandom, jeho vznik, historii, fungování, vztahy v něm, jeho členění a aktivity pořádaném fanoušky</i>													

- 2.1. Vymezení pojmu (*Co se rozumí pod pojmem fandom, jak bude pojem nadále v práci využíván*)
 - 2.2. Historie fandomu
 - 2.3. Současná podoba fandomu
 - 2.4. Struktura fandomu
 - 2.5. Společenské aktivity fandomu
- Podkapitola, která popíše jak vypadá fandom v současnosti v kontrastu s historií fandomu*
- 2.4. Struktura fandomu
- Popis členění fandomu do jednotlivých skupin s ohledem na specifickou oblast zájmu členů, popis vztahu mezi těmito skupinami, nástin nejvýraznějších odnoží fandomu*
- 2.5. Společenské aktivity fandomu
- Popis společenských akcí pořádaných fanoušky.*
- 3. Dosavadní bádání v oblasti fandomu
 - 3.1. Zahraniční bádání
 - 3.2. Český výzkum
 - 4. Fanoušek jako zažitý stereotyp
- Kapitola věnující se zažitému stereotypu fanouška zobrazujícího jako tzv. "nerda", který nedokáže obstát ve většinové společnosti.*
- 5. Výskyt fandomu v českých médiích hlavního proudu
 - 5.1. Kvantitativní analýza
- Analýza četnosti výskytu fandomu a jeho složek v českých mainstreamových tištěných médiích a televizních pořadech. Důraz na zobrazení fanouška v rámci popsaného stereotypu.*
- 5.2. Kvalitativní analýza
- Analýza vybraných článků a reportáží s důrazem na zobrazení fanouška v rámci popsaného stereotypu.*
- 5.3. Vyhodnocení závěrů
- 6. Vnímání fandomu ze strany veřejnosti
 - 6.1. Metoda řízeného rozhovoru
 - 6.2. Vyhodnocení výsledků
 - 7. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):
 Televizní reportáže týkající se fandomu odvysílané od roku 2007 po současost.
 Články z novinových deníků hlavního proudu a jejich internetových podob zmiňující fandom od roku 2007 po současnost.

Metody (techniky) zpracování materiálu:
 Kvalitativní a kvantitativní obsahová analýza. Metoda řízeného rozhovoru.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

POHL, Milan. *Mediální obraz českého sci-fi fandomu v denním tisku v letech 2001-2006* [online]. Praha, 2008 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z: <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/8001035559>>. Vedoucí práce Irena Reifová.

Diplomová práce pojednává o způsobech, jimiž jsou fanoušci science fiction zobrazováni v českých tištěných médiích. Fanoušci sci-fi tvoří svéráznou subkulturu, o níž se většina veřejnosti dozvídá právě z médií. Tato práce pomocí metody kvalitativní analýzy odhaluje pravidelnosti a zákonitosti tohoto obrazu. Soustředí se na způsoby, jimiž je zobrazován vztah fanoušků k primárnímu textu, ale také vztahy fanoušků uvnitř komunity či vztahy fanoušků k širší společnosti.

KUDLÁČ, Antonín. *Česká populární fantastika 1990-2012 v kontextu kulturním, sociálním a literárním*. [online]. Praha, 2014 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z <<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/147358>>. Vedoucí práce Martin Štoll ; oponent práce Pavel Janáček, Petr Janeček

Disertační práce zaměřená na popis české literární fantastiky a její zasazení do rámce zahraničních bádání v oboru popokultury. Zároveň je v této disertační práci věnován prostor rozboru a popisu českého fandomu jako subkultury, jeho historii, vývoji, fungování a sociálním jevům uvnitř něj.

JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha : Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6

Odborná publikace poskytuje náhled do problematiky mediální komunikace s ohledem na všechny její účastníky a složky, ať již se jedná o komunikační kanál, původce sdělení či publikum. Publikace také popisuje interakce mezi účastníky mediální komunikace a jejich vazby.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. rozšířené vydání. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5

Učebnice teorie mediální komunikace s ohledem na všechny její účastníky a složky, ať již se jedná o komunikační kanál, původce sdělení či publikum. Publikace také popisuje interakce mezi účastníky mediální komunikace a jejich vazby.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. 1. vydání. Praha : Grada, 2015. ISBN 978-80-247-3568-9.

Publikace shrnuje základní techniky a metodologie výzkumu v sociálních vědách. Popisuje postup empirického výzkumu od jeho přípravné fáze až po vyhodnocení nasbíraných dat a vyvození závěrů v závěrečné zprávě.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vydání. Praha : Karolinum, 2002. ISBN 9788024601397.

Publikace shrnuje základní techniky a metodologie výzkumu v sociálních vědách. Popisuje postup empirického výzkumu od jeho přípravné fáze až po vyhodnocení nasbíraných dat a vyvození závěrů v závěrečné zprávě.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

ŠÁLEK, Ondřej. *Fanouškovské mikrosvěty žebříčků, filmových znalostí a aktivismu: Diskurzivní analýza sebereprezentace filmového fanouška na ČSFD* [online]. Brno, 2012 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/5izhrd/>>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Pavel Skopal, Ph.D..

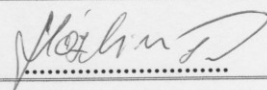
KOŠAŘOVÁ, Adéla. *Český seriálový a filmový fandom jako fenomén* [online]. Plzeň, 2014 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/fyvu91/>>. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta filozofická. Vedoucí práce PhDr. Tereza Zíková, Ph.D..

TOMEŠKOVÁ, Lucie. *Vznik a vývoj fenoménu cosplay* [online]. Brno, 2015 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/384065/ff_b_a2/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Tomáš Bártek.

MOSKALÍK, Ondřej. *Postava mužského "geeka" v současném americkém fikčním seriálu - Teorie velkého třesku*. [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2017-05-20]. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/4uotdv/>>. Bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta

Datum / Podpis studenta/ky

25.5.2014



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Mgr. Tereza Krobová

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

26.7.2017
.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Návod pro vedení rozhovorů (tabulka)

Téma	Aspekty
Fanouškovství	<ul style="list-style-type: none">- co pro respondenta znamená být fanouškem- vlastní sebereflexe- reflexe ostatních fanoušků- vztahy s nefanouškovským okolím- vztahy s ostatními fanoušky
Fandom	<ul style="list-style-type: none">- vysvětlení pojmu- reflexe fandomu- vývoj fandomu- fandom v době, kdy do něj respondent vstoupil, a fandom nyní
Obsahové trendy	<ul style="list-style-type: none">- co respondenta přivedlo do fandomu- zajímá jej stále tento trend- co ho zajímá aktuálně- jaké trendy zajímají ostatní fanoušky- co bylo populární v době, kdy do fandomu vstoupil
Digitální média	<ul style="list-style-type: none">- vliv na konzumaci obsahových trendů- vliv na komunikaci fanoušků- respondentův vztah k technologiím
Reflexe mediálního obrazu	<ul style="list-style-type: none">- setkal se respondent se zobrazením fanouškovství v médiích- jaký z něho měl dojem- setkal se se stereotypním zobrazením- jak na něj reagoval

Příloha č. 2: Seznam respondentů (tabulka)

Respondent	Pohlaví	Přibližný věk	Doba příslušnosti k fandumu
Alfa	Muž	25-30	10 let
Beta	Žena	50+	6 let
Gamma	Muž	35-40	15 let
Delta	Muž	15-20	3 roky
Epsilon	Žena	20-25	8 let
Zéta	Muž	50+	20+ let
Éta	Žena	40-45	19 let
Théta	Muž	45-50	20+ let
Ióta	Žena	40-45	20+ let
Kappa	Žena	45-50	16 let