

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2017

Bc. Amal El Bournová

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bc. Amal El Bournová

Kdo jsou fanoušci seriálu BBC Sherlock?

Diplomová práce

Praha 2017

Autor práce: **Bc. Amal El Bournová**

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

Rok obhajoby: 2017

Bibliografický záznam

EL BOURNOVÁ, Amal. *Kdo jsou fanoušci seriálu BBC Sherlock?* Praha, 2017. 90 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Abstrakt

Diplomová práce „Kdo jsou fanoušci seriálu BBC *Sherlock*?“ se zabývá seriálem televize BBC *Sherlock* a charakteristikou jeho českých fanoušků. Práce se nejprve zaměřuje na obraz proměny technologií a vývoj médií, které vedly ke změně chování publika v rámci volby mediálních obsahů. To zahrnuje primárně digitalizaci a její důsledky, druhy publik a přeměnu, kterou v souvislosti se změnami technologií prošla. Zabývá se také seriálem jakožto druhem mediálního obsahu a jeho typologií a proměnou narativity, tedy strategií seriálových zápletek. O tom více pojednává koncept narativní komplexnosti neboli *complex TV*. Část diplomové práce se zabývá tématem fanouškovství a fandomů. Vzhledem k tomu, že seriál *Sherlock* má původ v literární předloze od sira Arthura Conana Doylea, práce se věnuje i jeho životu a dílu a zahrnuje vybrané zajímavé adaptace, které na téma *Sherlock* vznikly. Práce dále zejména zkoumá, kdo jsou fanoušci seriálu *Sherlock*. K tomu byly použity dva druhy výzkumů – kvantitativní dotazníkové šetření a kvalitativní rozhovory. Cílem kombinace těchto dvou výzkumů je zjistit demografické rysy fanoušků seriálu a jejich zvyky při sledování seriálu, dále to, jaké jsou motivy fanoušků pro sledování seriálu, co se jim na seriálu líbí a jaký mají vztah k hlavnímu protagonistovi seriálu Benedictu Cumberbatchovi a postavě, kterou ztvárňuje.

Abstract

The diploma thesis „Who are the fans of the BBC *Sherlock* series?“ deals with the BBC TV series *Sherlock* and the characteristics of its Czech fans. The thesis first focuses on technology transformation and media development which have led to a change in the audience behavior in media contents selection. This includes primarily digitization and its implications, types of audiences and their transformation due to technological changes. Furthermore, the thesis deals with the series as a kind of media content and its typology and transformation of narrative, i. e. strategy of series storylines. More on this in the concept of narrative complexity or complex TV. One part of this diploma thesis deals with fans and fandoms. Since the *Sherlock* series originates in Sir Arthur Conan Doyle's literary masterpiece, the thesis pays attention to his life and work and includes selected interesting adaptations that have been made about Sherlock. The thesis mainly examines the fans of the *Sherlock* series. Two types of research were used - quantitative questionnaire survey and qualitative interviews. The aim of the combination of these two research types was to find out the demographic features of the series fans and their habits in watching the series, what are the fans' motives for watching the series, what they like on it and what is their relation to Benedict Cumberbatch and the figure he portrays.

Klíčová slova

Sherlock, BBC, Sherlock Holmes, Complex TV, Television studies, fanouškovství, seriál, narativita, publikum

Keywords

Sherlock, BBC, Sherlock Holmes, Complex TV, Television studies, fandom, series, narrative, audience

Rozsah práce: 138 228 znaků

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 18. 5. 2017

Bc. Amal El Bournová

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí práce PhDr. Ireně Reifové, Ph.D., za odborné vedení práce, cenné rady, vstřícnost a ochotu. Dále všem účastníkům rozhovorů za přínosné informace a rodině za podporu a trpělivost.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

El Bournová Amal

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2014/2015

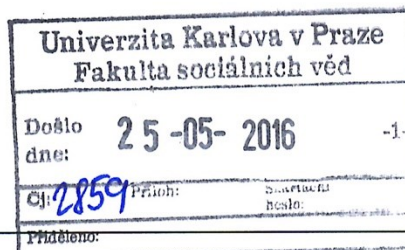
E-mail diplomantky/diplomanta:

amal.elbournova@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia / prezenční studium

Razítko podatelny:



Předpokládaný název práce v češtině:

Kdo jsou fanoušci seriálu BBC Sherlock?

Předpokládaný název práce v angličtině:

Who are the fans of the BBC Sherlock series?

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2016/2017

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Seriál britské televize BBC „Sherlock“ je velice populární pořad, aktuálně se natáčí již 4. řada, na kterou Česká televize zakoupila práva. Seriál vychází z literární předlohy o příbězích Sherlocka Holmese autora Arthura Conana Doylea. Oproti jiným adaptacím je tento seriál přenesen do moderní doby – do 21. století a jeho děj je obohacen o moderní technologie, které zde fungují jako hybatel děje. Zkoumáním tohoto seriálu se zabývají například knihy esejí „Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series“ (L. E. Stein a K. Busse) nebo články a studie: „A study in Sherlock“ (Rebecca McLaughlin) nebo „Sherlock Holmes and the Leap of Faith: The Forces of Fandom and Convergence in Adaptations of the Holmes and Watson Stories“ (Benjamin Poor).

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Předpokládaným cílem této diplomové práce je pomocí kvantitativních a kvalitativních metod analyzovat seriál BBC „Sherlock“, resp. zjistit, kdo tvoří jeho české fanouškovské publikum. Tedy ti, kteří vnímají Sherlocka či jeho představitele Benedicta Cumberbatche jako kult. Cílem je vyzkoumat, zda existuje mezi jeho „extrémními“ diváky homogenita, či heterogenita. Nejprve pomocí kvantitativního dotazníkového šetření zjistím základní charakteristiky českého fanouškovského publika a poté s vybraným vzorkem fanouškovského publika provedu kvalitativní hloubkové rozhovory, abych vyzkoumala detaily charakteristiky fanouškovského publika. Jedním z cílů je zjistit, na jaké další seriály se diváci BBC Sherlocka dívají a co je pro ně charakteristické. Zda tvoří soudržnou kulturu vkusu z hlediska užití TV narativní komplexnosti či transmediality. Diplomová práce se bude opírat o poznatky z Television studies a konceptu Complex TV.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod
2. Teoretická východiska
 - 2.1. Television studies
 - 2.2. Complex TV
3. Svět Sherlocka Holmese
 - 3.1. Literární předloha Arthura Conana Doylea
 - 3.2. Filmové a televizní adaptace
 - 3.3. Fanouškovství a fandomy
4. Seriál BBC „Sherlock“

5. Metodologie výzkumu
6. Kvantitativní analýza výsledků
7. Kvalitativní analýza výsledků
8. Shrnutí výsledků výzkumu
9. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Kvantitativní dotazníkové šetření – vzorek z fanouškovských stránek Sherlock a diskuzí (edna.cz, Facebook Sherlock BBC Český fandom, apod.). Vzorek alespoň 200 dotazovaných (nejde o reprezentativní vzorek), technika distribuce dotazníků: on-line.

Kvalitativní hloubkové rozhovory – charakteristika vzorku na základě výsledků dotazníkového šetření. Přibližně 15-20 respondentů.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní dotazníkové šetření

Kvalitativní výzkum – hloubkové rozhovory

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

Hendl, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Praha: Portál, 2012.

Publikace je věnovaná představení základních kvalitativních metod, způsobu jejich využití a popisuje proces průběhu kvalitativního výzkumu po jeho jednotlivých krocích – kódování, sběr dat, vyhodnocování a jejich následnou interpretaci.

Stein, L. E., K. Busse. Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series. North Carolina: McFarland, 2012.

Publikace obsahuje eseje, které se zaměřují hlavně na kulturní souvislosti spuštění seriálu Sherlock, texty seriálu, adaptaci a transformaci původního díla a také na přijetí Sherlocka veřejností. Rozdílné perspektivy zkoumají Sherlocka Holmese jako mezinárodní transmediální figuru, která má kulturní dopad. Eseje nabízejí vhled jak do série od BBC, tak i do jejího literárního zdroje.

Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006.

Publikace se zabývá kulturou konvergence, která znamená střetávání či případné sblížení nových a starých médií, křížení komerčních a nekomerčních médií a interakce producentů a konzumentů médií nepředvídatelným způsobem. Kniha pojednává o vztahu mezi 3 koncepty – konvergence médií, participativní kultura a kolektivní inteligence. Tato kniha je o činnosti, kterou spotřebitelé vykonávají v systému nových médií.

Mittell, Jason. Complex TV: the poetics of contemporary television storytelling. New York, London: New York University Press, 2015.

Publikace se zabývá transformací, která nastala následkem změn v minulých dvou desetiletích. Vlivem nových technologií a změnou diváckých zvyklostí došlo k transformaci americké televize. Jedním z nejzásadnějších dopadů těchto změn je vznik vysoce složitých a komplikovaných forem seriálového narativu. Kniha popisuje tyto změny skrze analýzy klíčových programů: Breaking Bad, Mad Men, apod.

Bignell, Jonathan. An introduction to Television studies. London, New York: Routledge, 2013.

Publikace, vydaná ve třetím, aktualizovaném vydání obsahuje klíčové pojmy a přístupy k oboru televizních studií, včetně výzkumů sledovanosti, historii televizního vysílání, politiky vysílání a také analytické studie jednotlivých programů.

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)

Kolich, Tomáš. *The face is afoot. Zobrazení Sherlocka Holmese v Českých zemích*. Praha, 2012. Bakalářská práce. Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze.

Hrčková, Veronika. *Fenomén Sherlock – divácká recepce fanoušků moderní adaptace příběhů známého detektiva*. Brno, 2015. Bakalářská diplomová práce. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity.

Datum / Podpis studenta/ky

25.5.2016 

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.

PhDr. Irena Reifová, PhD.

25.5.2016



Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

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.

Obsah

ÚVOD.....	3
1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	5
1.1 <i>Změny ve společnosti a jejich vliv na vývoj a užívání médií.....</i>	5
1.1.1 <i>Mediocentrický vs. sociocentrický přístup.....</i>	5
1.1.1.1 <i>Technologické inovace a sociální změny.....</i>	6
1.1.2 <i>Proměna televize v digitálním prostředí.....</i>	7
1.1.3 <i>Etapy vývoje televizního vysílání.....</i>	8
1.1.3.1 <i>Technologický rozvoj televizoru.....</i>	9
1.1.4 <i>Nové distribuční kanály audiovizuálních obsahů.....</i>	10
1.1.5 <i>Kultura konvergence a digitální revoluce.....</i>	11
1.1.6 <i>Family television a bedroom culture.....</i>	13
1.1.7 <i>Globalizace.....</i>	14
1.2 <i>Televizní seriál.....</i>	15
1.2.1 <i>Typologie seriálů.....</i>	16
1.3 <i>Complex TV – proměna narativity v digitálním prostředí.....</i>	17
1.3.1 <i>Proměny ve vysílání.....</i>	17
1.3.2 <i>Nový model vysílání a narativity.....</i>	18
1.4 <i>Proměna televizního diváka.....</i>	20
1.4.1 <i>Pasivní vs. aktivní publikum.....</i>	22
1.4.2 <i>Teorie užití a uspokojení.....</i>	23
1.5 <i>Fanouškovství a fandom.....</i>	23
2. SVĚT SHERLOCKA HOLMESE.....	26
2.1 <i>Sir Arthur Conan Doyle a jeho dílo.....</i>	26
2.2 <i>Důležité filmové a televizní adaptace.....</i>	27
3. SERIÁL BBC SHERLOCK.....	31
3.1 <i>Předloha vs. aktuální provedení.....</i>	31
3.2 <i>Prvky, které seriál využívá.....</i>	33
3.3 <i>Série a epizody seriálu.....</i>	33
3.4 <i>Fandom seriálu Sherlock.....</i>	34
4. KVANTITATIVNÍ A KVALITATIVNÍ VÝZKUMY.....	36
4.1 <i>Vymezení výzkumu.....</i>	36
4.2 <i>Výzkumné otázky.....</i>	36
4.3 <i>Výběrový soubor.....</i>	37
4.4 <i>Výzkumné metody.....</i>	37
4.5 <i>Dotazníkové šetření.....</i>	38
4.5.1 <i>Konstrukce dotazníku.....</i>	38
4.5.2 <i>Výběrový soubor.....</i>	39
4.5.3 <i>Sběr a zpracování dat.....</i>	40
4.5.4 <i>Výsledky dotazníkového šetření a jejich interpretace.....</i>	40
4.5.4.1 <i>Demografie diváků.....</i>	40
4.5.4.2 <i>Vztah k seriálu a Benedictu Cumberbatchovi.....</i>	43

4.5.4.3	<i>Zvyky při sledování seriálu</i>	44
4.5.4.4	<i>Jaké další seriály diváci (ne)sledují</i>	46
4.5.4.5	<i>Kdo je fanoušek seriálu Sherlock?</i>	47
4.6	<i>Kvalitativní rozhovor</i>	50
4.6.1	<i>Výběrový soubor</i>	51
4.6.2	<i>Étika výzkumu</i>	52
4.6.3	<i>Analýza dat</i>	52
4.6.4	<i>Výsledky kvalitativních rozhovorů a jejich interpretace</i>	53
4.6.4.1	<i>Motivy sledování</i>	53
4.6.4.2	<i>Jednání fanoušků</i>	58
4.7	<i>Shrnutí výsledků z obou výzkumů</i>	62
4.8	<i>Limity výzkumů a doporučení</i>	65
	ZÁVĚR	66
	SUMMARY	68
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	70
	SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT	80
	SEZNAM PŘÍLOH	81
	PŘÍLOHY	82

Úvod

Téma své diplomové práce, která se zabývá seriálem televize BBC *Sherlock* a tím, kdo jsou jeho fanoušci, jsem si zvolila proto, že detektivky jsou mým oblíbeným žánrem a tento seriál jsem si z mnoha důvodů velmi oblíbila. Zároveň mě zaujala jeho popularita mezi lidmi, především ohlas na sociálních sítích, a zajímá mě proto, čím je definována fanouškovská základna tohoto seriálu, který využívá novou formu narativity.

Cílem této diplomové práce je s pomocí kvantitativních a kvalitativních metod zjistit, kdo tvoří české fanouškovské publikum seriálu BBC *Sherlock*. Zjednodušeně řečeno, kdo jsou ti, kteří vnímají Sherlocka či jeho představitele Benedicta Cumberbatche jako osobnost. Cílem je mj. vyzkoumat, zda existuje mezi jeho diváky – fanoušky – homogenita, či heterogenita, tedy zda vykazují podobné charakteristiky.

V rámci teoretické části se pokusím nabídnout obraz proměn technologií a vývoje médií, které vedly ke změně chování publika, a popsat tak možné charakteristické rysy fanouškovských skupin. V rámci toho se budu zabývat vývojem televize a s ním souvisejícími koncepty z oblasti *television studies*, např. kulturou konvergence. Důležitou součástí teoretické části je specifikace a typologie seriálu jakožto stěžejního druhu mediálního obsahu pro tuto diplomovou práci.

Vlivy digitálního prostředí a změn v oblasti médií vedou tvůrce seriálů a dalších televizních obsahů ke změnám, které získají větší pozornost diváka. Více propojují televizní obsah s internetem – na internetových stránkách vytvořených k daným seriálům najde divák mnoho zákulisních informací, zajímavostí, rozhovorů a ukázek – ty mají pomoci divákovi v rozhodnutí i nadále sledovat konkrétní seriál. Seriálová internetová stránka vytváří prostor k diskusi mezi fanoušky – často o tom, jak se jim jednotlivé díly líbily nebo jaký vývoj děje očekávají v těch následujících. Tvůrci mohou těchto informací využívat například k inspiraci při další tvorbě. O tomto tématu se zmíním v pasážích pojednávajících o změně strategie seriálových zápletek, tzv. narativity. Touto změnou se zabývá koncept narativní komplexnosti – *complex TV*. Změny spatřujeme i u televizního diváka, u něhož se díky novým médiím a rozšířené možnosti sledování mediálních obsahů proměnil vztah k médiím a nároky na ně.

Vzhledem k tomu, že hlavním zájmem této diplomové práce je fanoušek seriálu, budu se zabývat fandomy a fanouškovstvím, tím, co je pro skupiny charakteristické,

jaké vzorce chování od jednotlivých fanoušků můžeme očekávat a jaká je míra jejich interaktivního zapojení a tím pádem možného vlivu na další vývoj a tvorbu seriálu.

Postava Sherlocka Holmese je velmi oblíbeným námětem na zpracování, proto tato práce obsáhne i důležité filmové a televizní adaptace, které jsou toho důkazem, a dále také stručně představí autora, který postavu Sherlocka Holmese vymyslel – sira Arthura Conana Doylea, jakož i literární předlohu. Stručně bude představen i seriál BBC *Sherlock* a zajímavé prvky, které seriál využívá.

Klíčovou částí této diplomové práce jsou dva výzkumy – dotazníkové šetření a kvalitativní hloubkové rozhovory, které mají za cíl blíže definovat charakteristiky fanouška seriálu a jeho chování při konzumaci mediálních obsahů.

Při zpracování tématu budu vycházet primárně z veřejně dostupných zdrojů (odborných publikací o mediálních studiích a seriálu *Sherlock*).¹ Dále využiji informace zjištěné při dotazníkovém šetření a při hloubkových rozhovorech.

¹Značná část publikací věnujících se mediálním studiím, která budou v této práci využita, není dostupná v českém jazyce, tudíž veškeré citace cizojazyčné literatury jsou vlastním překladem autorky.

1. Teoretická východiska

1.1 Změny ve společnosti a jejich vliv na vývoj a užívání médií

Média a společnost se postupem času vyvíjejí a proměňují, stejně tak se proměňuje i divák. Technologie se neustále posouvá kupředu a dochází tak k vzájemnému ovlivňování s médii a společností. Cílem této podkapitoly je představit, jak se společnost, technologie a média proměňují v digitálním prostředí a jaký to má vliv na tvorbu mediálního obsahu. Tyto proměny a změna tvorby mediálního obsahu se odráží v tom, jaký způsob narativity zvolil seriál *Sherlock* a jakých technologií a efektů v rámci technického zpracování využívá.

V průběhu více než sedmdesáti let od zahájení pravidelného vysílání televize na světě prošla západní společnost výraznou proměnou; technologický vývoj (do jisté míry motivovaný tvorbou stále nových produktů ze strany marketingových odborníků) probíhá stále rychleji (Kruml, 2013: 9). Společnost ve všech svých složkách – jak kulturní, tak politické i ekonomické – a technologie se navzájem ovlivňují a proměňují. Ty nejdůležitější změny co do technologie i obsahu televize budou předmětem nastínění v následující kapitole, stejně jako související proměny v chování uživatelů a některé společenské změny, které by se daly – při poněkud zjednodušeném pohledu z hlediska technologického determinismu – vztáhnout právě na proměňující se média jako jejich původce (McQuail, 2002: 109–110).

1.1.1 Mediocentrický vs. sociocentrický přístup

Důležitou otázkou týkající se změn ve společnosti je, zda jsou masová média příčinou, nebo výsledkem společenské změny. Těžko můžeme očekávat, že na tuto otázku najdeme jednoduché odpovědi, jelikož různé teorie nabízejí odlišné verze tohoto vztahu. Klíčové je dle Denise McQuaila (2002: 97) vysledovat pohledy na to, jak je možné vztáhnout k sobě tři základní prvky: „(a) komunikační technologie a formy a obsah médií, (b) změny ve společnosti (v sociálních strukturách a institucionálním uspořádání) a (c) distribuci, šíření názorů, přesvědčení, hodnot a pravidel mezi populací“.

Stojí zde proti sobě mediocentrický a sociocentrický přístup. Tedy ti, kdo považují „mediální, tedy zprostředkující technologie (a jejich obsah) za prvotní hybatele společenských změn, a ti, kdo se domnívají, že kořeny společenských změn leží ve společnosti“ (McQuail, 2002: 116).

1.1.1.1 Technologické inovace a sociální změny

Proud, který přisuzuje sociální změnu technologickým inovacím a podceňuje sociální a kulturní kontext užití, je technologický determinismus. „Věnuje pozornost sklonům komunikačních technologií soustřeďovat se na možnost prosazování sociální změny (či příklon stranit jí) a podmaňovat si ostatní proměnné.“ (McQuail, 2002: 109)

Původ má v Torontské škole, kdy prvním významným teoretikem byl H. M. Innis, který školu založil. Zkoumal dávné civilizace a vyvodil, že každý typ komunikace má svou vlastní náklonnost k určité podobě uspořádání společnosti. Jeho pokračovatelem byl např. Marshal McLuhan, který nabídl nový pohled na důsledky rozvoje komunikačních technologií a zabýval se myšlenkou, že veškerá média jsou „extenzí“ člověka, tedy rozšířením našich smyslů (McQuail, 2002).

Proti technologickému determinismu můžeme postavit strukturální funkcionalismus, který popisuje média jako samořídící a samoregulační systém a má „sklon vnímat média jako prostředky udržující společnost ve stávajícím stavu, nikoli jako zdroj zásadních změn“ (McQuail, 2002: 101).

Koncept, který se zabývá propojením mezi mediální technologickou změnou, změnou v komunikaci a sociálně kulturní změnou, se nazývá mediatizace. Fridrich Krotz (2009: 25) charakterizuje mediatizaci jako metaproces, který je třeba chápat v podobném duchu jako globalizaci, individualizaci a komercializaci, tzn. jako princip klasifikace, s jehož pomocí snáze můžeme porozumět osobitým událostem a dějům, které – i když se odehrávají v odlišných kulturních oblastech – se navzájem ovlivňují.

Winfried Schulz dává mediatizaci do souvislosti se změnami spojenými s komunikačními médii a jejich vývojem. Poukazuje přitom na čtyři procesy, jež považuje za složky komplexního procesu sociální změny a při nichž hrají média klíčovou roli. První proces vede k rozšíření přirozených lidských schopností komunikace (*extension*). Následuje plné nebo částečné nahrazení sociální interakce a sociálních institucí. Nemediální aktivity získávají mediální podobu, případně nová média nahrazují doposud tradiční formu komunikace (*substitution*). Při třetím procesu dochází k rozpuštění hranic mezi mediovanými a nemediovanými aktivitami (*amalgamation*). Celý proces zakončuje změna, k níž dochází v důsledku pouhé existence komunikačního média, jež lidé a instituce přijali za své (*accommodation*) (Schulz, 2004: 88–90).

Maren Hartmann považuje tento koncept za velmi obecný a obtížně uchopitelný (Hartmann, 2009: 228). Nick Couldry spatřuje slabiny konceptu mediatizace v jeho velice jednostranné orientaci na mediocentrickou logiku, nahrazující ostatní logiky v rámci celkového sociálního prostoru, která nebere v úvahu pestrou škálu dalších vlivů (Couldry, 2008: 379).

Dle Hartmann (2009) je koncept mediatizace úzce propojen s konceptem domestikace. Jde o metaforu k domestikaci divoce žijících zvířat; metaforicky lze zaznamenat proces „zdomácnění“ v tom smyslu, že uživatelé jsou v rozličných prostředích konfrontováni s novými technologiemi. Takové „cizí“ a „divoké“ technologie musí být „vycvičeny“, tedy včleněny do struktur, běžné denní praxe a hodnot uživatelů a jejich prostředí. Koncept domestikace se však nesoustředí jen na přijetí technologie lidmi, ale také na to, jak lidé vytvářejí prostředí, které je stále více zprostředkováno technologiemi. Samotnému procesu domestikace předchází vytvoření produktu/zboží a jeho uvedení na trh (fáze komodifikace) (Berker et al, 2006: 2–3).

1.1.2 Proměna televize v digitálním prostředí

Chceme-li na problematiku užívání televizních obsahů nahlížet komplexně, je třeba televizi chápat jako text produkovaný mediálním průmyslem, jež je distribuován prostřednictvím různých platforem přenosu a zobrazován na technologicky neustále se vyvíjejících typech nových obrazovkových zařízení, která uživatelům umožňují různé způsoby konzumace doručených obsahů. Pro pochopení recepce televizních obsahů ve vztahu ke každodennímu životu je proto nezbytné brát v potaz všechny výše zmíněné aspekty. Nejvýznamnějším faktorem determinujícím změny posledního desetiletí je bezesporu digitalizace (Macek, 2011: 21).

Změny, které se na poli televize v souvislosti s digitalizací dějí, spočívají hlavně ve zvýšení nabídky možností. Dříve existovaly především státní nebo veřejnoprávní televize, postupně se k jejich nabídce přidaly i komerční stanice a nabídka se zvyšovala díky satelitnímu a kabelovému vysílání, do něhož vedle místních společností mohou dodávat obsah i nadnárodní konglomeráty, a množství dostupných stanic se neustále zvyšuje. Díky technologickému sblížení jsou rozdíly mezi televizí a internetem méně patrné. Divákovi poskytují nezávislost na vysílaných obsazích (televize zpřístupňují archiv a díky tomu není divák závislý na sledování televizních obsahů v reálném čase vysílání) a jsou vyvíjeny technologie, které poskytují stále kvalitnější požitek ze sledování (HDTV) (Spigel a Olsson, 2004: 2).

V následující části práce popíši technologický rozvoj televize a etapy jejího vývoje a dále se zaměřím na koncepty, které souvisí s těmito změnami.

1.1.3 Etapy vývoje televizního vysílání

V této části práce se zaměřím na technologické změny, jež mají vliv na nové způsoby doručování obsahů a změnu televizní produkce, které následně souvisí i s fragmentizací a individualizací publik.

Existuje několik přístupů, na jejichž základě můžeme vymezit fáze dostupnosti televize. John Ellis třídí vývoj podle stupně dostupnosti obsahu. Rozlišuje mezi *dobou nedostatku (age of scarcity)* s pouze několika málo dostupnými kanály, kdy docházelo k vývoji veřejnoprávního vysílání (public service broadcasting), *dobou dostupnosti (age of availability)*, kdy programová nabídka byla rozšiřována, a aktuální *dobou dostatku (age of plenty)*, charakterizovanou posunem do multikanálového prostředí vysílání, kdy vzniká navíc i možnost odložení sledovaného programu na pro diváka vhodnější čas a tím, spolu s širokou a specializovanější nabídkou programů, dochází k fragmentizaci publika (Ellis, 2000: 2–3).

Během padesátých let, od počátků americké televize, se v USA etablovaly tři hlavní sítě a tato situace přetrvávala více než 20 let. Toto období nazývá Michele Hilmes (Hilmes a Henry, 2007) *klasickým obdobím (classic network era)*. Systém televizní produkce byl založen na principu národní masové produkce, distribuce a konzumace televizních obsahů a zmíněné tři hlavní sítě vykonávaly nad televizní produkcí, distribucí i prezentací oligopolistickou kontrolu. Vysílání bylo charakterizováno vysokou centralizací a víceméně indiferentním vysíláním programů tak, aby oslovily co největší masu.

Situace se změnila s příchodem kabelového vysílání, které umožnilo rozšíření programové nabídky co do počtu kanálů a vedlo k fragmentaci televizního publika, jemuž bylo umožněno vybrat si kanál podle vlastního světonázorového zaměření, preferovaných témat a zájmů. Tento přechod urychlovaly mj. i reklamní společnosti, které se snažily o prolomení vysílacího monopolu za účelem získat možnost užšího zaměření na cílené publikum. Toto období popsala Amanda Lotz (2007) jako přechod k *mnohakanálovému vysílání (multi-channel transition)*.

Například v šedesátých letech sledovalo prime-time vysílání každé ze tří dominantních televizních sítí v USA téměř 25 % domácností, ale v sezóně 2007 to bylo u každé ze čtyř vysílacích sítí průměrně 5 %, tedy jen zlomek počtu, který vykazovaly

v době klasické éry. Zajímavé přitom je, že počet hodin sledování televize se v podstatě nesnížil, ale programy byly sledovány z více center a mnoha okruhů – přes DVD, kabel, satelit a rychlý internet a další televize a platformy jako Spike, Netflix, You Tube atd. V této souvislosti Curtin hovoří o změně televize v *matrix medium*, které se stává pro diváka flexibilnějším a dynamičtějším způsobem komunikace. *Matrix éra* je charakterizována interaktivitou a variabilitou s možnostmi různé interpretace a používání. Divákovi je umožněno být nezávislý na vysílacím čase a místě sledování (Curtin, 2009: 11–13).

Tyto změny jsou charakteristické hlavně pro USA a západní trhy, další země měly různý, většinou pomalejší vývoj.

1.1.3.1 Technologický rozvoj televizoru

Technologie se neustále zdokonalují a díky nim může mít divák stále lepší požitky ze sledování mediálních obsahů. Původní, černobílý televizor byl postupně zdokonalován na barevný, posléze se zdokonalovaly možnosti přenosu televizního signálu a velikost obrazovky. Důležitým milníkem byl vynález dálkového ovládání, který umožnil divákům volit si programy a přepínat mezi jednotlivými kanály bez nutnosti vyvinout přílišnou fyzickou námahu. To, společně s kabelovým a satelitním vysíláním (více v kapitole 1.3) vedlo k tomu, že si diváci začali více vybírat obsah, který sledují a mají ho více pod kontrolou (Roloff, 2012: 348). Aktuální televize fungují většinou na vysokém rozlišení obrazovek (HDTV) a vývoj se stále posouvá kupředu. 3D technologie, které původně bylo možné konzumovat pouze v kinech, se nyní postupně rozšiřují do domácností (Říčný a Kratochvíl, 2013: 175–177). Nabídka programů v kvalitě obrazu v HD se rozšiřuje. Jednotlivé programy mají vlastní kanály (např. ČT1 a ČT1 HD), které vysílají stejný obsah, na jednom ve standardní, na druhém v lepší kvalitě (HD), která koresponduje s technologicky kvalitnějšími televizory (Co je to HD, © 1996–2017).

Axel Bruns (2008a) používá pojem audiovizuální distribuce a televizní technologii považuje pouze za sekundární verzi streamovacího média, která poskytuje nespolehlivou technologii audiovizuální distribuce. Způsob šíření (distribuce) audiovizuálních obsahů se v důsledku proměny technologií mění. V tomto případě tedy není jedinou možností šíření audiovizuálních obsahů televizor a divák může obsahy konzumovat také skrze počítač/notebook a mobilní telefon/tablet. Zde platí, že čím je menší obrazovka, tím více je zařízení mobilní, ale zároveň se stává méně komfortním

pro sledování obsahů. Díky tomuto faktu si jednotlivá zařízení nekonkurují, ale spíše se doplňují. Vzhledem k potřebě komfortu při sledování je velká obrazovka základem pro to, aby si divák užil mediální obsah naplno. Proto je možný postup, že uživatelé propojují počítače/notebooky s televizí, aby ze zařízení, kde je dostupnější a pestřejší nabídka audiovizuálních pořadů, promítli obsahy na větší obrazovce. Technologie nicméně již nyní rozšířily možnosti televize – aktuálně se nabízí tzv. Smart TV – její obsluha i nabídka je mnohem intuitivnější a vedle vysílání klasických televizních pořadů nabízí navíc i složky archivu nebo videotéky a je možné se jejich prostřednictvím rovněž připojit k internetové síti a sledovat obsahy mimo televizní vysílání, např. z Youtube (Miller, 2015: 44).

Vzhledem k tomu, že cílem této práce není popis technologií televizního přenosu, nýbrž spíše nástin toho, jaké jsou technologické možnosti ve vztahu ke zprostředkování audiovizuálních obsahů, nejsou zde technické popisy a detaily uváděny.

1.1.4 Nové distribuční kanály audiovizuálních obsahů

Nová digitální média slouží jako distribuční kanál audiovizuálních obsahů, které produkují organizace a komerční subjekty. Díky těmto médiím se obsahy mohou rozšířit i mezi publikum, které doma nemá televizi, jelikož může sledovat mediální obsahy na internetu.

Existují tři způsoby šíření² přenosu audiovizuálních obsahů pomocí internetu, a to online vysílání v reálném čase, video streamované z archivu a stahování. Pomocí online vysílání lze sledovat stejný obsah, který je sledován pomocí televizoru. Při streamování (tok dat posílaných ze serveru poskytovatele do počítače příjemce) videa z archivu je audiovizuální obsah uživateli dostupný v jakémkoliv čase a záleží na něm, kdy se ho rozhodne sledovat. Můžeme do této kategorie zařadit i např. oficiální archivy televizních stanic (např. iVysílání České televize) nebo neoficiální servery či servery, které jsou zaměřené na kratší videa – tomuto typu dominuje YouTube. U třetího způsobu – stahování – jde o to, že si konzument obsah z internetu uloží na své zařízení a o jeho sledování rozhodne podle potřeby a časových možností (Rayburn a Hoch, 2005: 203).

²Způsoby šíření obsahů pomocí internetu jsou velkým tématem s ohledem na porušování autorských práv, ale tato problematika není předmětem mé diplomové práce. Řeší ji například Čermák (2003) nebo Smejkal (2004).

Díky posledním dvěma způsobům šíření audiovizuálních obsahů má divák mnohem větší míru svobody při rozhodování, jaký obsah chce v jaký čas konzumovat, oproti tradičnímu televiznímu vysílání, které je podřízeno víceméně pevnému časovému schématu. Výhodou je i možnost volby způsobu sledování – zda v originálním znění, s titulky nebo s dabingem, také i místo, ze kterého chce uživatel obsah sledovat.

Určitým posunem je i zde díky vývoji technologií možnost zpětného sledování pořadů (s určitým časovým omezením), případně pak nabídka (placených) kanálů, které nabízejí v omezené míře některé pořady, zejména seriálové díly, v předstihu.

Klasické televizní vysílání stále představuje jednosměrný tok obsahů, kdežto digitální média dovolují větší interaktivitu. Díky interaktivitě mají tvůrci obsahů zpětnou vazbu od diváků (viz kapitola 1.5 Fandom).

1.1.5 Kultura konvergence a digitální revoluce

Dle Nico Carpentiera (Carpentier, Dahlgren a Pasquali, 2013) existuje několik vln demokratizace médií a dva pohledy na mediální participaci. Participace „v médiích“, kdy konzumenti přispívají k obsahu, a participace „skrze média“, kdy média slouží jako prostředek k diskusi, v níž lidé mohou vyjádřit své názory. Z historického hlediska byla nejprve participace skrze média (knihy, noviny, letáky...), participace v médiích nebyla příliš obvyklá. S postupem času média začala zahrnovat příspěvky čtenářů a tím postupně více začala veřejnost participovat na tvorbě médií. V 60. až 70. letech 20. století byl v rámci vlny poválečné demokratizace zkombinovaný podíl participace v médiích i skrze média, kdy vznikala nezávislá, undergroundová a alternativní média. Až díky nástupu internetu (web 2.0³) se rozběhla nová vlna demokratizace. V rámci participace skrze internet posloužily informační a komunikační technologie jako mobilizační nástroj, který je nápomocný např. v politickém náboru či organizaci a tvorbě kampaní. Participace v médiích – internetu dala možnost mediálním neprofesionálům spoluvytvářet mediální obsah a spoluorganizovat strukturu médií; tento jev nejlépe vystihuje pojem *user-generated content* (UGC) (Carpentier, Dahlgren a Pasquali, 2013: 292).

V souvislosti s tím, že se v době digitalizace a internetu ke slovu více dostává uživatel médií a neprobíhá zde jen jednostranný tok informací (masová média dříve), můžeme hovořit i o termínu *produsage*, který dle Axela Brunse (2008b: 2–6) vznikl tím,

³ Web 2.0 je označení pro pokročilé internetové technologie a aplikace, které zahrnují rozsáhlejší formy participace (Carpentier, Dahlgren a Pasquali, 2013: 292).

že se stírají hranice mezi producenty a uživateli obsahu. Termín produkce je v prostředí kreativní, kolaborativní a participační tvorby obsahu překonaný a neaktuální – protože nedokážeme jasně rozlišit hranici mezi pasivním příjmem a aktivní produkcí. Uživatelé jsou tedy zároveň i tvůrci obsahu, častokrát si toho ani nejsou skutečně vědomi. Lidé jsou označováni jako *producers* (Brunse, 2008b).

Kristen Daly (2010) používá pojem *viewer*, který vztahuje k divákům sledujícím obsahy, které využívají komplexní narativitu. Podle ní totiž divák obsahy nejen sleduje, ale navíc je i interpretuje a interaguje, participuje s nimi napříč různými mediálními platformami.

S výše zmíněnými teoriemi a koncepty souvisí i koncept kultury *konvergence*, s kterým přišel Henry Jenkins (2008). Jde o střetávání (sbližování) nových a starých médií, křížení komerčních a nekomerčních médií, interakci producentů a konzumentů nepředvídatelným způsobem. V rámci kultury konvergence Henry Jenkins hovoří o třech konceptech, které spolu souvisí. Jde o *konvergenci médií*, *participační kulturu* a *kolektivní inteligenci*. Konvergencí se v tomto smyslu rozumí tok obsahu napříč mnoha mediálními platformami, kooperace mezi mnoha představiteli mediálního průmyslu, migrační chování publik. Konvergence zároveň popisuje technologické, průmyslové, kulturní a sociální změny závislé na tom, kdo mluví a o čem si myslí, že mluví (Jenkins, 2008: 2–6).

Henry Jenkins tvrdí, že sbližování médií představuje kulturní posun, v jehož rámci spotřebitelé hledají nové informace a vytvářejí si nové známosti a konexe napříč rozptýleným mediálním obsahem (Jenkins, 2008: 2–6).

Participační kultura kontrastuje s dřívější představou diváka pasivního média – dnes nemluvíme o producentech a konzumentech médií jako o dvou oddělených rolích, ale jako o činitelích, kteří jsou ve vzájemné interakci. Konzumace se stává kolektivním procesem, proto Henry Jenkins hovoří o kolektivní inteligenci⁴, jejíž podstatou je, že nikdo z nás neví všechno, ale každý ví alespoň něco, což nám díky spojení našich zdrojů a kombinování našich schopností umožňuje části informací propojit dohromady (Jenkins, 2008: 2–6).

V 90. letech se hovořilo o příchodu digitální revoluce a předpokládalo se, že nová média vytlačí média stará (tradiční), že internet nahradí televizní vysílání a že nastalá situace poskytne spotřebitelům snazší přístup k mediálnímu obsahu, který bude

⁴ Termín vytvořil francouzský kyberteoretik Pierre Lévy (1997)

personalizovaný a smysluplný (Jenkins, 2008: 2–6). Například Nicholas Negroponte (2001) předpovídal kolaps tradičních médií, který bude nahrazen individuální poptávkou. George Gilder (1994) tvrdil, že počítač nepřišel, aby nějakým způsobem transformoval masovou kulturu, ale aby ji zničil. Paradigma digitální revoluce předpokládalo, že nová média nahradí ta stará, ale oproti tomu paradigma konvergence předpokládá, že stará a nová média budou ve vzájemné interakci, a to v mnohem komplexnějším slova smyslu. V tomto smyslu můžeme považovat paradigma digitální revoluce za mylné, jelikož prorokovalo konec televize, k čemuž doposud nedošlo (Jenkins, 2008: 2–6).

1.1.6 Family television a bedroom culture

Rodinné prostředí se mění ve vztahu ke způsobu užívání médií – Sonia Livingstone (2002) změnu ilustruje pomocí symbolického obrazu dveří. V padesátých letech 20. století televize vstoupila do domácností. Klíčovou symboliku v tomto období ztělesňují vchodové dveře – ty představují hranici mezi domovem a okolním světem, tedy mezi soukromým, rodinným prostředím oproti veřejné komunitě. Naproti tomu o padesát let později, v době masivního rozšíření počítačů, nabývají klíčového symbolického významu dveře od ložnice, případně od dětského pokoje, které oddělují společný rodinný život od života individuálního. V mediocentrickém pojetí se v tomto období v důsledku zvyšující se dostupnosti mediálních technologií v domácnostech odkláníme od tzv. family television a přesouváme se směrem k individualizaci – k tzv. bedroom culture (Livingstone, 2002: 120).

Jako „family television“ – „rodinná televize“ – se označuje období, kdy se rodina scházela u televize a společně ji sledovala. Hlavní rozhodovací „právo“, s postupující technologií tedy dálkové ovládání, držel v ruce muž – otec – hlava rodiny, který tak po návratu z práce demonstroval svoji ekonomickou sílu, tedy to, že právě on byl nositelem kapitálu do domácnosti (Morley, 1986).

Na rozdíl od toho „bedroom culture“ – „kultura vlastního pokoje“ – vychází ze situace, že si rodina může dovolit vlastnit více televizních přijímačů, případně více médií k zobrazení televizních obsahů, a ukazuje, jak se rodina rozděluje a její členové fungují jako jednotlivci za dveřmi svých pokojů, kde mají k dispozici důležitá mediální zařízení. Pro rodiče to znamená na druhou stranu i určité „ulehčení“ – jejich děti jsou tak v bezpečí domova a zároveň se zabaví (Livingstone, 2002: 147).

1.1.7 Globalizace

Historicky bylo televizní vysílání adresováno pouze občanům jednoho konkrétního státu a mělo sloužit národním, kulturním a politickým cílům (Štoll, 2011). V počátcích televizního vysílání měla televize sílu, která se projevovala tím, že se občané v době hlavního vysílacího času sdružovali společně před televizní obrazovkou, jelikož vlastnění televize byla poměrně nákladná záležitost (Kruml, 2013: 15–16).

Oproti tomu v současnosti, kdy mají domácnosti možnost být vybaveny nejen několika televizory, ale i několika zařízeními s možností sledování jakýchkoliv audiovizuálních obsahů, a také díky novým technologiím a digitalizaci se posiluje tzv. globalizace. Ta bývá spojována s tzv. deterritorializací – stíráním územního rozdělení (odúzemňováním), kdy dochází ke zmenšování vlivu zeměpisných omezení, vzdáleností a skutečných prostorových vymezení na společenské činnosti a vztahy. Nejedná se doslova o reálné zmizení fyzicko-geografických prostorů, nýbrž o vyjádření rozmachu možností, způsobů a nástrojů k jejich překonávání (Suša, 2010: 20).

Dle Johnatana Bignella (2013) má globalizace v kontextu médií několik možných významů: může se jednat o produkty, včetně televizních obsahů, které jsou produkovány globálními korporacemi. Dále též o distribuční systémy, které rozšiřují tyto produkty (globální síť satelitů, kterou používají televizní vysílatelé) anebo o konzumenty obsahů rozšiřovaných tímto způsobem – o globální publikum (Bignell, 2013: 73–74). Co se týče produkce, globální produkty mohou být omezovány lokálními zákony a regulacemi, takže se mohou chovat rozdílně na různých místech (Bignell, 2013: 74).

I přesto, že globalizace do určité míry stírá hranice mezi jednotlivými státy, na význam lokální produkce obsahů by stále měl být brán zřetel. Lokální produkce je potřebná zejména při prezentaci problematiky v lokálním kontextu. Pokud budeme kupříkladu hovořit o živých přenosech např. velkých globálních událostí typu olympiáda, je velmi důležité, aby se lokální televize zaměřila primárně na sportovce z dané země a doplnila přenosy „lokálními“ komentáři (Turner, 2009: 61–62).

Díky globalizaci se na lokální trhy dostávají globální pořady, které jsou však „lokalizovány“, tedy převedeny do místního prostředí a přizpůsobeny místním zvyklostem se zapojením primárně místních umělců a aktérů. Převzatý zahraniční, respektive mezinárodní formát je přizpůsoben lokálním – národním – požadavkům (Turner, 2009: 62). Tomuto jevu se říká glocalizace (Robertson, 2014). Jako příklad

můžeme uvést populární televizní show „Ano, šéfe“ s šéfkuchařem Zdeňkem Pohlreichem (originál Gordon Ramsay – Kitchen Nightmare) či „Tvoje tvář má známý hlas“ (originál ze Španělska „Tu cara me suena“) (Koutský, 2016).

1.2 **Televizní seriál**

Vzhledem ke skutečnosti, že centrálním tématem diplomové práce je seriál⁵ *Sherlock*, je na místě vysvětlit specifika tohoto druhu mediálního obsahu a shrnout typologii seriálů.

Televizní seriál je žánr televizní dramatické tvorby, „cyklus souvisejících příběhů uveřejňovaných na pokračování; v užším pojetí má televizní seriál na rozdíl od televizní série dějovou návaznost, svůj začátek a konec. Televizní seriál je jedinečným žánrem televizní tvorby, jenž na rozdíl od ostatních audiovizuálních děl má možnost ve svých pokračováních, která se obvykle vysílají v pravidelných vysílacích časech týdne, rozvinout téma a děj do velké epické šíře a delšího časového rozsahu“ (Šmíd, Maršík a Halada, 2007: 191).

Televizní seriál „představuje amébovitou narativní formu, která se dokáže donekonečna rozvíjet, větvit a proměňovat“ (Kokeš, 2011: 228). Je to „fikční audiovizuální dílo složené z více než dvou epizod (seriálových dílů), které mají společné znaky a tvoří makrostrukturu seriálu – a to nezávisle na tom, jestli epizody na sebe navazují, nebo se vzájemně variují“ (Kokeš, 2011: 228).

Důležitým pojmem je i serialita, což je „jeden ze základních narativních principů masových médií označujících tematickou či jinou návaznost a propojení většího množství jednotlivých mediovaných sdělení“ (Trampota, 2004: 225). Pokud se na serialitu podíváme z ekonomického hlediska, masová média se právě pomocí seriality snaží upevnit loajální vazbu příjemců k mediálnímu kanálu a vyvolat tak kontinuální pozornost publika, které má své určité předvídatelné socioekonomické vlastnosti. Právě díky předvídatelnému složení publika navazujících obsahů se lépe vychází vstříc případným zadavatelům reklamy (Trampota, 2004: 225).

Tudor Oltean (1993) rozlišuje dva druhy seriality: sérii a seriál. Série má uspořádané příběhy podle principu linearit y a obsahuje metapříběh s postupně se rozvíjejícími dějovými liniemi. Oproti tomu seriál uspořádává příběhy paralelním postupem se souběžnými dějovými liniemi a přechází od jedné vývojové linky k další.

⁵ Pojem seriál používám jako označení pro všechny televizní příběhy na pokračování, protože je to tímto způsobem v češtině používáno. V odborné anglické terminologii má žánr speciální vymezení.

Na odlišnosti poukazuje i Denis McQuail: série jsou složeny ze souboru oddělených příběhů, které se v každé epizodě uzavřou, ale u seriálu příběh pokračuje bez konce od jedné epizody k druhé. V obou případech je ale zachována kontinuita prostřednictvím hlavních postav příběhu (McQuail, 2009: 400–401). To, jakým způsobem se děj příběhů uzavírá či pokračuje, rozlišuje Oltean (1993) dvěma pojmy: *movement* (pohyb v ději) a *stasis* (zastavení děje); série využívají spíše principu *stasis*, tedy uzavírání děje v rámci epizody. Oproti tomu v seriálu převládá spíše *movement*, kdy příběh pokračuje skrze epizody.

1.2.1 Typologie seriálů

Radim Kokeš (2016) ve své knize „Světy na pokračování – rozbor možností seriálového vyprávění“ hovoří o serialitě jako o vztahu „mezi stavem věcí v makrosvětě⁶ na konci epizody stávající a stavem věcí v makrosvětě na konci epizody předcházející“ (Kokeš, 2016: 16). Podle Kokeše (2016) existuje několik typů seriality: Prvním typem je serialita *oddělená*, v níž „stav věcí na konci epizody stávající nesdílí se stavem věcí na konci epizody předcházející žádné fikční postavy“ (Kokeš, 2016: 16), každá epizoda tvoří autonomní fikční jednotku, např. Alfred Hitchcock Presents (Příběhy Alfréda Hitchcocka, 1955–1965, CBS/NBC) (Kokeš, 2011: 229). Druhým typem je serialita *nenávazná*, v té „epizoda stávající sdílí nejméně jednu fikční postavu se stavem makrosvěta na konci epizody předcházející, aniž by však v rovině narativní příčinnosti byly tyto epizodní světy jakkoli otevřeně propojeny“ (Kokeš, 2011: 229), např. seriál Columbo (1968–2003, NBC). Třetím typem je *polonávazná* serialita, kdy epizodní světy představují „poměrně uzavřené vyprávěcí celky, ale zároveň nejméně jedna příčinně propojená řada událostí pokračuje ve stavu věcí epizody stávající“ (Kokeš, 2016: 17), například CSI: Crime Scene Investigation (Kriminálka Las Vegas, 2000–2015, CBS) nebo Doctor Who (Pán času, 2005–současnost, BBC One). Čtvrtý typ představuje *navazná* serialita, kde převládá „lineární příčinné propojování epizodních světů na více úrovních“ (Kokeš, 2016: 17), tedy situace, kdy na sebe epizody navazují – epizoda následující začíná přibližně tam, kde předchozí skončila. Jde tedy hlavně o mýdlové opery – Dallas (1978–1991, CBS), telenovely – Divoký anděl (Muñeca brava 1998–1999, Telefe) či dějově uzavřené minisérie (Kokeš, 2011: 230). Posledním, pátým typem je *rozrušující* serialita, která „problematizuje dosavadní přímočaré

⁶ Fikční makrosvět dle R. Kokeše (2016: 16) je výstavba časoprostoru seriálu, kdy se vyprávěné příběhy dějí v jeho podmínkách a souvislostech.

uspořádání epizodních světů“ (Kokeš, 2016: 17). Protože spíše vytváří síť, v níž se vše řečené neustále přepisuje nebo zpětně doplňuje, např. *Lost* (Ztraceni, 2004–2010, ABC) či *Alias* (2001–2006, ABC) (Kokeš, 2011: 230).

Důležité je zmínit, že jeden seriál není nutně zastoupením pouze jednoho typu seriality, ale může jich vykazovat několik, pouze např. jedna převládá. Např. seriál *The X Files* (Akta X, 1993–současnost, Fox) kombinuje postupy třetí, čtvrté a páté seriality (Kokeš, 2011: 230).

I Glen Creeber (2004) rozlišuje pět různých typů seriálového narativu, v závislosti na tom, jak se k sobě epizody navzájem vztahují a také podle způsobu ukončení díla. Jde o: *mýdlovou operu*, *sérii*, *cyklus příběhů*, *seriál* a *minisérii* (méně epizod než třináct) (Creeber, 2004: 8).

1.3 Complex TV – proměna narativity v digitálním prostředí

V souvislosti se změnou technologií v posledních několika letech a potřebou trhu přizpůsobit nabídku poptávce se výrazně změnilo televizní vysílání. Divák si díky široké nabídce programů na kabelových televizích zvykl vybírat mezi jednotlivými televizními programy. V současné době, kdy do hry vstoupil internet a nová média, se možnosti výběru pro diváka mnohem více rozšířily, jelikož jsou pro něj jednotlivé mediální obsahy daleko dostupnější. Jak již bylo zmíněno v kapitole 1.1.4, jsou k dispozici archivy televizních pořadů či YouTube, divák taktéž může sledovat televizní obsahy na různých místech a pomocí různých elektronických přístrojů (mobilní telefon, tablet) a již delší dobu není výhradně závislý na televizoru, vysílacím čase a místě. Diváci mohou získávat informace z více zdrojů než dříve a mohou bezprostředně po konzumaci obsahu sdílet své postřehy a názory s dalšími lidmi na sociálních sítích. Díky všem těmto aspektům se změnila narativita seriálových zápletek. Se změnou narativity pracuje pojem *complex TV*, který bude rozpracován v kapitole 1.3.2. O změně narativity práce pojednává z důvodu, že právě seriál *Sherlock* s ní pracuje. Vyznačuje se např. složitostí zápletek.

1.3.1 Proměny ve vysílání

Vliv na obchodní chování společností měly dvě nové technologie přenosu televizního signálu: kabelová a satelitní televize, díky nimž měl divák k dispozici větší množství úžeji zaměřených kanálů. Druhá technologická novinka byl přehrávač videokazet od společnosti Sony (první videorekordéry se dostaly na trh v roce 1975).

Pro společnosti se filmy na videokazetách staly další součástí příjmu, kdy v roce 1986 překonaly tržby filmů z Hollywoodu na videotrhu tržbu z kin (Skopal, 2006).

Po videokazetách následovaly další nosiče, na kterých bylo možné přehrát filmy a další mediální obsahy. První bylo CD (1984), které následně bylo vystřídáno DVD (1997), které oproti CD mělo větší paměťovou kapacitu. Diváci měli možnost přehrávání na svých počítačích či na DVD přehrávačích a DVD si kupovali. Díky velikosti DVD bylo možné na tento nosič přidat i bonusový obsah (např. rozhovory s herci, nepovedené záběry či bonusová videa), který byl pro diváky atraktivní (Skopal, 2006).

Díky stále inovativnějším technologiím se z analogového vysílání stalo digitální, které umožňuje producentům mediálních obsahů různorodé úpravy a digitální efekty, také se díky tomu zvyšuje kvalita příjmu obrazu a tím i požitek při sledování.

Diskuze o mediálních obsazích se přesunuly na internet, kde se dá snáze budovat fanouškovská komunita. Fanoušci vytváří webové stránky ke svému oblíbenému obsahu. Společnosti si začaly uvědomovat, že mohou internet využít ve svůj prospěch k propagaci filmů, a začaly vytvářet stránky, které obsahují speciální obsah atraktivní pro fanoušky – vydaly se směrem k interaktivní reklamě. Později, s příchodem Facebooku a dalších sociálních sítí, se začaly místo webových stránek tvořit skupiny, které na sociálních sítích shlukují právě fanoušky daného mediálního obsahu. Díky této platformě se fanoušci snáze dozví novinky, ale zároveň to funguje i jako dobrá zpětná vazba pro tvůrce mediálních obsahů, kteří mohou na základě komentářů fanoušků reagovat a upravovat obsah díla, aby byl více atraktivní. Více o tématu fanouškovství a fandomů bude v kapitole 1.5.

1.3.2 Nový model vysílání a narativity

Na přelomu tisíciletí došlo k vzestupu inovativních forem narativního rozšíření, které jsou sdruženy pod pojmem transmediální storytelling/vyprávění příběhů (Jenkins, 2008) a které tak významně rozšířily rozsah televizního seriálu do celé řady ostatních médií, od videoher po puzzle, od knih po blogy. Pojem transmediální vyprávění příběhů bude více rozpracován v kapitole 1.5.

V posledních 20 letech televizní obsahy a narativity příběhů prošly velkou změnou. Bylo zapotřebí reagovat na potřeby trhu, a tedy i více inovovat a riskovat. Diváci jsou náročnější a od toho se odvíjí potřebná změna obsahů, která směřuje k jejich uspokojení. Ale častěji se tvoří obsahy, které uspokojí spíše užší skupinu diváků. Cílem

běžného seriálu a vyprávění je vytvořit takový obsah, který bude snadno sledovatelný a otevře tím cestu pro náhodné diváky. Oproti tomu nový formát televizního seriálu – inovativní – zpochybňuje snadnost toho, aby noví diváci mohli najít smysl programu. Seriály naopak umožňují divákům, aby si porozumění a znalosti o seriálu vybudovali až tím, že jej dlouhodobě budou sledovat a aktivně se zapojí. Seriál se stává složitějším ve svých narativních strategiích (Mittell, 2015: 17–31).

Tyto změny a inovativní formu vyprávění bychom mohli najít například v seriálech *The X Files*, *How I Met Your Mother* (Jak jsem poznal vaši matku, 2005–2014, CBS) atp. Příběhy se prolínají mezi jednotlivými epizodami a již není nutné, aby každá epizoda byla svým způsobem uzavřena. Základním předpokladem komplexní televize, která využívá celou řadu seriálových postupů, je, že seriál je kumulativní příběh, který se spíše průběžně tvoří, než aby na konci každé epizody dospěl do stabilizované rovnováhy (Mittell, 2015: 18–20).

Glen Creeber (2004: 4) hovoří o tzv. paradigmatické komplexnosti, která popisuje to, jak konkrétní událost ovlivňuje komplexní síť vztahů mezi postavami. Dále také hovoří o tzv. narativní komplexnosti, kterou současná seriálová tvorba využívá. Jde o to, že seriálový příběh obsahuje mnoho linek vyprávění, ale některé z nich často až do konce postrádají jakékoliv závěry – rozuzlení, což lépe pomáhá reflektovat aktuální vzrůstající společenskou nejistotu a nejednoznačnost našeho světa. Díky narativní komplexnosti si televizní seriál vytváří jedinečný vztah se svými diváky (Creeber, 2004: 7).

O narativní komplexnosti hovoří i Jason Mittell (2015) ve své knize *Complex TV*. Považuje období od devadesátých let po současnost za éru televizní komplexnosti. Staví proti sobě konvenční a komplexní mediální obsahy. Konvenční jsou v jeho pojetí ty, které jsou tvořeny standardními narativními postupy, komplexní pak ty, které využívají nových narativních postupů; označuje je také jako nekonvenční (Mittell, 2006: 29–31).

Vznik nové narativity byl ovlivněn několika okolnostmi a změnami, které nastaly ve společnosti, v technologickém vývoji a v mediálním odvětví. Filmoví tvůrci, režiséři či scénáristé zjistili, že televize – televizní seriálová tvorba – jim umožňuje větší volnost, kreativitu a možnost mít lépe propracované jednotlivé části děje a tedy to, že narativní komplexnost lze mnohem snadněji uplatnit v televizi než ve filmu. Na základě zvýšení počtu stanic, na úkor sledovanosti jednotlivých programů, došlo i k uvědomění si skutečnosti, že není důležité, aby mediální obsah byl populární napříč širokým

publikem, ale spíše aby si vytvořil svoji fanouškovskou základnu, která obsahu bude věrná a bude ho sledovat pravidelně a s nadšením. Právě tato strategie se producentům obsahů může ekonomicky vyplácet. Technologický vývoj v podobě videorekordérů a DVD umožnil publiku opakovaně sledovat náročnější části programů a shlédnout jednotlivé obsahy několikrát – mediální obsah již tedy není efemérní formou zábavy. Díky internetu mají fanoušci možnost využít kolektivní inteligence v rámci diskuzí nad složitými narativy jednotlivých mediálních obsahů. Výše uvedené změny měly velký podíl na tom, že došlo k rozvoji narativně komplexních mediálních obsahů – televizních seriálů (Mittell, 2006: 26–32).

Narativní komplexnost se projevuje primárně v tom, že neuzavírá jednotlivé zápletky s koncem každé epizody, používá postupy z různých žánrových rovin a často se vymezuje vůči mýdlovým operám. Seriály založené na komplexnosti většinou oscilují mezi dlouhodobým vyprávěním a samostatně stojícími epizodami (např. *The X Files*) (Mittell, 2006: 32). Velmi častým jevem u seriálů, které jsou založené na narativní komplexnosti, je i práce s časem, dle Paula Bootha (2011: 371) tzv. časový posun (*temporal displacement*). Jde o práci s více časovými rovinami v rámci jednoho příběhu a k tomu se využívají například retrospektivní záběry do minulosti (*flashbacks*) či naopak do budoucnosti (*flash-forwards*), také cestování v čase a změny v paměti a vyvolávání vzpomínek. Tyto prostředky využívají například seriály *Lost*, *How I Met Your Mother* nebo *Family Guy* (Griffinovi, 1999–současnost, Fox) (Booth, 2011: 371). Tvůrci seriálu *Sherlock* také využívají práci s časovými rovinami.

Na tvorbě komplexní seriálové zápletky, která pro úspěch seriálu hraje klíčovou roli, se spolupodílejí postavy a jejich charakter. Důležité je, jak jsou v příběhu zobrazeny jednotlivé seriálové postavy, jejich charakter a proces jejich vývoje – podle toho se divák může identifikovat s jednotlivými postavami a vcítit se do jejich chování a myšlenkových pochodů (Mittell, 2015: 118–132).

1.4 Proměna televizního diváka

Výše zmíněné změny v technologiích a narativních postupech při tvorbě televizních seriálů souvisí i se změnami v chování mediálních publik. Publika se stala méně předvídatelnými, fragmentovanějšími a proměnlivějšími ve vztahu k médiím (Livingstone, 2002: 18). Okolo nových médií se utváří nové skupiny uživatelů a jejich chování se odlišuje od chování publik, která jsou spjata s tradičními médii. To souvisí s tím, že publikum není statické, ale proměňuje se v závislosti na podmínkách, v kterých

se nachází, ať už jsou to podmínky společenské, nebo technologické (Jirák a Köpplová, 2009: 218).

Dle Denise McQuaila označuje pojem *publikum* čtenáře, diváky či posluchače toho kterého mediálního kanálu nebo toho či onoho typu obsahu nebo způsobu podání (McQuail, 2002: 315). A také rozlišuje čtyři základní typy publika (McQuail, 2002: 321–323): *sociální skupinu* (veřejnost), která je zformovaná na základě určitého společného zájmu, cíle či zkušenosti. Druhou skupinou je *soubor založený na uspokojení*, což je množina jednotlivců, kteří sdílejí stejné spotřebitelské chování. Třetí je *skupina fanoušků neboli kultura vkusu*, tato skupina se utváří na základě zájmu o určitého autora nebo typ obsahu či na základě určitého kulturního či intelektuálního vkusu. A poslední skupinou je *publikum kanálu či média*, které je „získáno a poté udržováno zvykem nebo loajalitou k určitému mediálnímu zdroji“ (McQuail, 2002: 322). Uvedené skupiny se mezi sebou mohou překrývat. Pro tuto diplomovou práci je stěžejní skupina fanoušků, kterou budu více rozpracovávat v kapitole 1.5.

McQuail (2002: 323–324) hovoří o čtyřech hlavních změnách, které mají schopnost ovlivnit povahu publika. Nejprve přišla se zavedením kabelového a satelitního vysílání revoluce v možnostech šíření televizního vysílání. Výsledkem je nadbytek přísunu nabídky a neustálá možnost výběru. Televizní kanály jsou zacílené na úzké a specifické skupiny diváků (*narrowcasting*), díky tomu se zadavatelům lépe cílí reklamy (Sutherland a Canwell, 2004). Další změnou je překotný rozvoj nových způsobů záznamu, archivace a vyhledávání, který vede k individualizaci chování příjemců a personifikaci výběru. Třetí inovací je možnost interaktivního užívání různých médií v důsledku rozvoje počítačových systémů a jejich vzájemná propojenost. Roli hraje i rostoucí internacionalizace přenosu a příjmu – publika nejsou nadále omezená místem či národními, jazykovými či kulturními hranicemi.

Další divácké chování, které ve větším rozsahu přišlo se změnou technologií a digitálním světem, je multitasking v kombinaci s multiscreeningem. V rámci multitaskingu jsou lidé schopní dělat několik činností zároveň a štěpit tak svoji pozornost mezi několik různých činností. Multiscreening nebo také fenomén druhé obrazovky⁷ neboli využívání několika obrazovek najednou znamená, že divák během sledování televize navíc ještě využívá druhou obrazovku – některé ze svých přenosných zařízení, například mobilní telefon, notebook nebo tablet. Na tomto druhém zařízení si

⁷ V angličtině *second screen phenomenon*.

může vyhledávat informace, kontrolovat sociální sítě a může zároveň i rovnou vyjadřovat na sociálních sítích svůj názor k pořadu, který sleduje. I dříve bylo obvyklé, že lidé při sledování televize uplatňovali multitasking, ale spíše ve formě vaření či úklidu; nepoužívali při tom jinou obrazovku elektronického zařízení. V případě, že se divák na obou obrazovkách věnuje stejnému tématu, nazýváme tento jev *doplňující souběžné používání médií* (Nee a Dozier, 2015: 214–215).

1.4.1 Pasivní vs. aktivní publikum

V rámci mediálních studií existují dva pohledy na divácké publikum a jeho chování: pasivní vs. aktivní publikum. O masovém publiku se prvně hovoří s příchodem filmů do kin. Publikum bylo „rozsáhlé a široce rozptýlené; jeho členové se nemohli navzájem znát“ (McQuail, 2002: 318), kvůli své rozlehlosti nemohlo svým zdrojům „odmlouvat“, bylo tedy pasivní, závislé na masových médiích (McQuail, 2002: 318–319).

Naproti tomu stojí aktivní publikum – aktivní recipienti mediálních sdělení. Publikum kriticky čte mediální obsah nebo jej individuálně interpretuje (Morley, 1992: 18–19). A s jasným vědomím svých racionálních a emocionálních potřeb cíleně selektuje konkrétní mediální obsah (Silverstone, 1994: 143). Pojetím aktivního publika se zabývali hlavně představitelé Birminghamské školy.

S příchodem nových – síťových – médií vzniká další kategorie: interaktivní publikum. Dle Jiráka a Köpplové je nástup této kategorie diváka spojený s nástupem nových digitálních technologií. Ty totiž dávají divákovi možnost volby obsahu i času sledování. Publikum je tedy tvořeno individuálními diváky (Jirák a Köpplová, 2003: 214).

Média založená na digitalizaci dat přinesla spolu s interaktivitou i další čtyři zásadní změny, které ovlivnily podobu publika. První změnou byl přenos signálu kabelovým rozvodem, což umožnilo rozšířit nabídku programů a s tím i možnost zvolit si konkrétní mediální sdělení a čas, kdy bude konzumováno. Jednotlivci v publiku dostali do rukou možnost uchovávat a reprodukovat zvukové a obrazové nahrávky skrze nové možnosti záznamu a dostali tak vládu nad časem a jeho organizací, což je druhá změna. Třetí změnu přinesl nadnárodní charakter mediální nabídky a vzrůstající dostupnost mediálních produktů v prostředí internetu. Tím se mediální sdělení nabízejí celosvětovému publiku, které je tím pádem vystaveno obsahům, které nesouvisí s jejich kulturním prostředím. Čtvrtá změna je způsobena přizpůsobivostí médií, kdy nabízí

svému publiku možnost interaktivního nakládání s předkládaným obsahem; tím uživatel získal větší vládu nad mediálním obsahem než doposud. V důsledku toho se publikum začalo fragmentizovat (Jirák a Köpplová, 2009: 230–231).

1.4.2 Teorie užití a uspokojení

S konceptem aktivního publika úzce souvisí teorie užití a uspokojení, která se zabývá „volbou, recepcí a způsobem odezvy ze strany mediálního publika“ (McQuail, 2002: 349). Klíčovým předpokladem je, že divák činí vědomou a motivovanou volbu z nabízených kanálů a obsahů. Význam mediálního zážitku je velmi subjektivní a také interaktivní a lze ho zjistit pouze od lidí samých (McQuail, 2002: 349). Záměrem této teorie je vhodně vyložit motivace publika pro výběr daného mediálního obsahu a dále zkoumat uspokojení jeho potřeb, ať už sociálních, či psychologických, které plyne z užití daného mediálního obsahu. Středem této teorie je tedy zkoumání publika, nikoli podavatele mediálního sdělení. Není tudíž cílem zjistit, jak média na jednotlivce působí, ale naopak jak jednotlivci zacházejí s médii – k čemu a jakým způsobem je užívají (Staiger, 2005: 52–54). Mezi motivy, na jejichž základě diváci média užívají, patří například: získávání informací a rad, nacházení opory pro své vlastní hodnoty, získávání základny pro (ale i náhrady za) sociální kontakt, pocit spojení s ostatními, únik od problémů a starostí, zážitek emocionálního uvolnění či vyplňování času (McQuail, 2002: 351).

1.5 Fanouškovství a fandom

Vzhledem k faktu, že se práce zaměřuje na fanoušky seriálu *Sherlock*, je potřeba se zaměřit i na teoretickou podstatu fanouškovství. „Fanoušek“, v angličtině „fan“, není jen sportovní příznivec, ale i příznivec určitých mediálních obsahů. Fanouškem se člověk stává nejen pokud pravidelně sleduje určitý mediální obsah, ale hlavně tím, že sledování považuje za určitou kulturní aktivitu a pocity a myšlenky, které se k danému obsahu vztahují, sdílí s přáteli nebo s ostatními fanoušky a připojí se k jejich komunitě (Staiger, 2005: 95–96).

Komunita fanoušků, což je skupina příznivců nějakého mediálního obsahu, autora atp., bývá často označována termínem fandom. Rozumí se tím množina aktivních fanoušků, těch, co se zapojují do interakcí s ostatními fanoušky, různými způsoby.

Nabízí se nám možnosti osobní komunikace, např. na setkáních fanoušků, tzv. *conech*⁸, nebo komunikace virtuální, tedy pomocí zapojování se do diskuzí na internetových fórech a nyní hlavně na sociálních sítích. Projevy fanouškovství, tzv. fan culture (Bignell, 2013: 30), jsou různé, od zapojování se do diskuzí na sociálních sítích, kupování a nošení předmětů (merchandising), které s mediálním obsahem nějak souvisí, až po psaní svých vlastních povídek (fanfiction, pastiše) nebo tvorbu videí inspirovaných daným mediálním dílem. Může docházet i k vydávání písní či fanzinů, což jsou neprofesionální periodika, která produkují sami fanoušci a která obsahují amatérské literární texty, informace o dění ve fandomu či žánrové texty (Macek, 2006: 28). K této činnosti je inspiruje původní televizní tvorba. Fanoušci nejen vytvářejí nové texty, ale i hledají nové souvislosti v nabízené interpretaci mediálních obsahů, a právě proto hovoříme o aktivním publiku (Bignell, 2013: 30). Slovo fandom vzniklo spojením slov *fan* a *dominion* a používá se pro označení subkultury fanoušků a jejich aktivit. Fandom vzniká kolem televizní nebo filmové produkce (mediální fandom), literárního díla, celebrity, herce nebo komiksu. Fandomy se často utvářejí hlavně okolo sci-fi seriálů či filmů, jako jsou např. *The X Files* či *Star Wars* (Gray, Sandvoss a Harrington, 2007: 4–6).

Henry Jenkins dělí konzumenty mediálního obsahu na tři kategorie: *přepínači kanálů* (*zappers*), *běžní sledovatelé* (*casuals*) a *věrní sledovatelé* (*loyals*). *Zappers* přepínají mezi jednotlivými kanály a nesledují žádný konkrétní pořad, *casuals* se baví sledováním různých televizních pořadů, když jsou zrovna vysílány, a *loyals* jsou již svým způsobem fanoušci, kteří televizi sledují méně hodin než běžná populace a pečlivě si vybírají pořady, které uspokojí jejich zájmy. Tyto pořady si někdy i nahrávají, aby se na ně mohli vícekrát podívat, a často o nich mluví. Dříve byla reklama cílena na *zappers*, ale nyní si postupně inzerenti uvědomují důležitost fanoušků – *loyals* a cílí na ně (Jenkins, 2008: 74–79).

Fanoušky můžeme rozlišovat na *fanoušky*, *kultisty* a *nadšence* (Abercrombie a Longhurst, 1998). *Fanoušci* jsou konzumenti mediálních obsahů, kteří se nezaměřují na konkrétnější typ, ale spíše na to, co je momentálně populární, a nejsou organizovaní. *Kultisté* konzumují specializovanější pořady a organizují se do volnějších skupin a *nadšenci* jsou provázáni těsnějšími sociálními vazbami a jsou téměř výlučně zaměřeni na konkrétní specializovanou mediální produkci a předmětem jejich zájmu je hlavně

⁸ Con je setkání fanoušků určitého mediálního díla, autora, herce na předem domluveném místě v předem domluvený čas. Na těchto setkáních se mohou konat např. tematické diskuze.

vlastní aktivita, která se produkcí inspiruje. Ještě bychom mohli přidat dvě rozdělení, a to *consumer* – což je běžný uživatel, který není nijak konkrétně zaměřen a nemá speciální zvyky v televizním sledování. Oproti němu stojí *petty producer* – tedy *drobný výrobce*, který je ještě více než nadšenec, je to expert na danou oblast a sám produkuje obsahy (Abercrombie a Longhurst, 1998: 138–141).

I přesto, že v dnešní době televizní obrazovku často nahrazuje obrazovka počítače, výběr toho, na co se dívat, se řídí vztahem k obsahu produkovanému velkými televizními společnostmi. Některé servery umožňují získání televizního obsahu několik minut po odvysílání v televizi. Diváci, kteří tohoto využívají a mediální obsahy si stahují, můžeme označit jako sekundární publikum. Toto sekundární publikum má své určité kvality a těmi je úroveň závazku jeho členů, která vede k stažení a sledování obsahu v mnohem intenzivnější formě. Jejich fanouškovský přístup je dále rozšířený na využití internetu k výměně informací, novinek a drbů hlavně na sociálních sítích. Tento silný vztah k seriálům, který vede k internetovému sledování a souvisejícímu chování, pravděpodobně vznikl díky nové naraci založené na spleťtém ději, kterou využívají tvůrci různých seriálů, např. *Lost*, 24 (24 hodin, 2001–2014, Fox) či *Doctor Who*; právě kolem těchto seriálů vzniká tzv. cult publikum (jádro) (Marshall, 2009: 41–42). Jenkins (2008: 98) tuto změnu v naraci mediálních obsahů nazývá *transmedia storytelling* (transmediální vyprávění příběhů), kdy se produkce narativů systematicky přesouvá z aktuálního televizního programu k dalším mediálním formám, jako jsou webové stránky či hry, které umožňují hlubší narativitu a vyžadují od konzumentů aktivní zapojení. K tomu, aby diváci prožili kompletně jakýkoli fikční svět, je od nich vyžadováno, aby se z nich stali lovci a sběrači, aby hledali napříč různými mediálními kanály a porovnávali svá zjištění napříč komunitou na online diskuzích a tím získali větší prožitek z mediálního obsahu (Jenkins, 2008: 20–21). Od diváka – fanouška je tedy vyžadována aktivita, o které Jenkins (2008: 2–6) hovoří jako o participační kultuře, viz kapitola 1.1.5 Kultura konvergence a digitální revoluce. Producenti experimentují s interaktivními vlastnostmi médií také ve snaze získat od fanoušků zpětnou vazbu a kreativní myšlenky, které by zlepšily jejich další mediální tvorbu (Curtin, 2009: 17). Dle Jasona Mittella však transmedialita není pouze záležitostí dnešní doby, i dříve docházelo k využívání více mediálních kanálů k rozšíření mediálního obsahu a většího zapojení diváků (Mittell, 2015: 292–293).

2. Svět Sherlocka Holmese

Příběhy Sherlocka Holmese vyšly z pera spisovatele sira Arthura Conana Doylea a byly dále mnohokrát zpracovávány do filmových a televizních adaptací. Pro uvedení do důležitých souvislostí tato kapitola stručně představí autora díla sira Arthura Conana Doylea a jeho původní tvorbu a také některé filmové a televizní adaptace.

2.1 Sir Arthur Conan Doyle a jeho dílo

Arthur Conan Doyle se narodil 22. května 1859 v Edinburghu. Studoval na jezuitské škole a poté vystudoval medicínu na univerzitě v Edinburghu (1881). Během studia začal psát své první povídky a při provozování praxe se snažil zároveň prosadit i jako spisovatel, aby zlepšil své příjmy. Talent spisovatele v něm pomohla rozvinout jeho matka Mary Foley Doyle a inspirací pro něj byli např. Bryan Charles Waller či doktor Joseph Bell (jeho metoda dedukce a excentričnost ovlivnily postavu Sherlocka Holmese) nebo postava detektiva Dupina od Edgara Allana Poea. Roku 1885 se oženil se svou první ženou Louisou Hawkins a v roce 1887 mu vyšel první román s názvem *Studie v šarlatové* v časopise *Beeton's Christmas Annual*. Právě v tomto příběhu představil nesmrtelného Sherlocka Holmese a doktora Watsona a slavil značný úspěch. Doylovo dílo bylo velmi dobře přijato v Americe a byl osloven Josephem Marshalllem Stoddartem k tomu, aby společně s Oscarem Wildem dodali materiál do britské verze Stoddartova magazínu. Doyle tedy tvořil žádané texty se Sherlockem Holmesem, ale přitom se chtěl stát „seriózním“ autorem a věnovat se spíše historickým románům, v kterých se nedokázal prosadit. Pro Stoddarta napsal dílo *Podpis čtyř*. Dále psal sérii holmesovských příběhů pro časopis *The Strand*, které dosáhly obrovského úspěchu, a Doyle se vzdal lékařské kariéry a soustředil se pouze na psaní. Mezi roky 1891 a 1893 napsal dalších dvacet čtyři příběhů s Sherlockem Holmesem (sbírky *Dobrodružství Sherlocka Holmese* a *Vzpomínky na Sherlocka Holmese*) a v povídce *Poslední případ* se snažil detektiva zbavit tím, že jej zabil společně s jeho největším protivníkem profesorem Moriartym. Snažil se totiž ve své tvorbě posunout dál a tvořit hodnotnější literaturu. Veřejnost se se smrtí detektiva těžce vyrovnávala a Doylovi chodily dopisy, kde ho čtenáři žádali, aby Holmese zase oživil. Pro mnoho lidí nebyl totiž Sherlock Holmes pouze fiktivní literární postavou, ale živým – reálným člověkem. Důvodem těchto domněnek byla realističnost příběhů (Doyle, 1924).

Doylova žena onemocněla tuberkulózou, jeho otec zemřel a to mělo za následek, že se Doyle začal věnovat spiritismu. V roce 1897 se zamiloval do dívky Jean Leckieové, avšak byl i nadále věrný své nemocné ženě. S Jean se oženil (1907) až po manželčině smrti (1906) – téměř po deseti letech. Mezitím se dobrovolně dostavil k odvodu do búrské války, kde si chtěl splnit svou vlasteneckou povinnost a bojovat za svoji vlast, byl však přijat jako vojenský lékař. Právě za službu v búrské válce byl za zásluhy povýšen do šlechtického stavu (Biography, © 2000–2017).

V roce 1901 se opět vrátil k Sherlocku Holmesovi a v magazínu *Strand* vyšla povídka *Pes Baskervilský*, která se dějově vrací před detektivovu smrt, a následovaly další, které začaly vycházet na pokračování v roce 1903. Byl to soubor třinácti povídek, který byl nazván *Návrat Sherlocka Holmese*. V první povídce *Prázdný dům* se Sherlock vrací po předstíraném úmrtí. V této sérii jsou i příběhy, které čerpají z Watsonových starších vzpomínek, např. *Údolí strachu*. Dále sbírka povídek *Poslední poklona Sherlocka Holmese* (1917). A v roce 1927 se příběhy Sherlocka Holmese uzavírají sérií *Z archivu Sherlocka Holmese*. V roce 1930 spisovatel zemřel, měl pět potomků (Biography, © 2000–2017).

Celkem tedy sir Arthur Conan Doyle napsal 60 příběhů o Sherlocku Holmesovi (padesát šest povídek a čtyři romány) (Sýkora, 2012).

2.2 Důležité filmové a televizní adaptace

Přehled ani analýza předchozích adaptací příběhů Sherlocka Holmese nejsou subjektem mé práce, proto na tomto místě uvedu jen některá zajímavá filmová a televizní zpracování (v časové chronologii), jejichž stručný souhrn považuji za přínosný vklad k práci, neboť spoluvytváří z určitého pohledu kontext minisérie *Sherlock*. Osoba Sherlocka Holmese a jeho příběhy jsou a byly velmi často použity jako předloha k různým divadelním, rozhlasovým, televizním a filmovým adaptacím a začaly se objevovat již předtím, než došlo k vydání všech částí literární předlohy. Od své literární předlohy se sice v adaptacích postava Sherlocka Holmese často odchyluje, ovšem v mnoha zpracováních je využíváno prvků, které se v knižní předloze nevyskytují, ale jsou nějakým způsobem reflektovány v minisérii *Sherlock*, např. aktualizace příběhů do soudobého prostředí, podstatnější zaměření na psychologii ústředních postav nebo zpracování prvků jiného žánru než detektivního.

Co se týče adaptace holmesovského tématu s poměrně velkou volností, je na místě jmenovat zejména filmy ze čtyřicátých let od Universal s Basilem Rathbonem

v roli detektiva, kde je děj přesunutý do období druhé světové války. Naopak za nejnějněji v souladu s původní předlohou jsou považovány snímky natočené v osmdesátých letech pro britskou televizi v hlavní roli s Jeremy Brettem (Huber, 2012: 21, 25).

První filmovou adaptací byl krátký film společnosti American Mutoscope & Biograph *Sherlock Holmes Baffled*⁹ v roce 1900 v režii Arthura Marvina. Představitel hlavní role není znám. Děj je jednoduchý a hlavní hrdina v něm pronásleduje zločince, objevujícího se a mizícího pomocí stop-motion triků; jinak – i vzhledem k ranému stádiu vývoje filmového média – adaptace nemá, kromě hlavní postavy ve stylizovaném oblečení, s předlohou nic společného (Huber, 2012: 20).

V době němého filmu byl nejvýznamnějším představitelem postavy Sherlocka Holmese Eille Norwood; tuto roli ztvárnil v letech 1921–1923 celkem 47krát ve třech sériích po 15 filmech, a to *The Adventures of Sherlock Holmes*, *The Further Adventures of Sherlock Holmes*, *The Last Adventures of Sherlock Holmes* (režie George Ridgwell) a dva samostatné filmy *The Sign of Four* a *The Hound of the Baskervilles* (režie Maurice Elvey). Herec do role poprvé nastoupil ve svých 60 letech, takže zajímavostí této adaptace je, že tím byla zahájena jakási tradice ztvárnění Sherlocka Holmese i Dr. Watsona staršími představiteli, než bylo popisováno v původních předlohách (Huber, 2012: 20).

Další nejznámější adaptací z doby němé éry filmu je *Sherlock Holmes* (z roku 1922, režie Albert Parker), s divadelním hercem Johnem Barrymorem v hlavní roli (Huber, 2012: 20).

První český snímek se Sherlockem Holmesem byl natočen již v roce 1923. Němá groteska v režii Karla Antona měla název *Únos bankéře Fuxe* a Sherlocka Holmese II. zde ztvárnil herec Eman Fiala. Byla to veselohra obsahující mnoho osobních záměn a dlouhých honiček s očekávaným šťastným koncem a nekonečnou řadu komických situací a komplikací zapříčiňoval právě Holmes ztvárněný jako naprostý hlupák (Bartošek, 1979: 69).

Jedněmi z prvních zvukových zpracování byly filmy *The Sleeping Cardinal* (1931), *The Missing Rembrandt* (1932), *The Sign of the Four* (1932), *The Triumph of the Sherlock Holmes* (1935) a *Silver Blaze* (1937), v nichž hlavní roli ztvárnil Arthur Wontner (Huber, 2012: 21).

⁹Tituly, u nichž český distribuční název neexistuje, udávám v původní podobě.

V té době, v roce 1932, přišel do kin druhý český film s detektivem z Baker Street, a to *Lelíček ve službách Sherlocka Holmesa*, v režii Karla Lamače, s Vlastou Burianem v roli Lelíčka a Martinem Fričem jako Holmesem. Tímto slavným filmem se Lamač s Holmesem nerozloučil, natočil ještě jeden holmesovský snímek, který se promítal u nás i v Německu, a to *Pes baskervillský*. Původně byl natočen pro Němce (s původním názvem *Der Hund von Baskerville* s Bruno Güttnerem v hlavní roli) a v českých kinech se promítal následujícího roku, tedy v roce 1937 (Havelka, 1953: 73).

Za první „zlatou éru“ Sherlocka Holmese v kinematografii jsou obecně považována čtyřicátá léta, zvláště díky sérii 14 filmů z období 1939–1946 s Basilem Rathbonem jako Holmesem, kde je považován dodnes za jednoho z nejlepších představitelů této role. Konkrétně se jedná o filmy *Pes Baskervillský* (1939), *The Adventures of Sherlock Holmes* (1939), *Sherlock Holmes and the Voice of Terror* (1942), *Tajná zbraň* (1943), *Sherlock Holmes in Washington* (1943), *Sherlock Holmes Faces Death* (1943), *The Spider Woman* (1944), *The Scarlet Claw* (1944), *The Pearl of Death* (1944), *The House of Fear* (1945), *Dáma v zeleném* (1945), *Pursuit to Algiers* (1945), *Strach v nočním vlaku* (1946) a *Předehra k vraždě* (1946). Zajímavé jsou z uměleckého hlediska použitím prvků film noir a z historického hlediska soudobou reflexí 2. světové války (Huber, 2012: 21).

Za pozornost stojí první barevná adaptace *Pes Baskervillský* z roku 1959 pod režisérským vedením Terence Fishera ve stylu „gotických“ hororů s Peterem Cushingem v roli Holmese (Huber, 2012: 24).

Skutečný kriminální případ, sérii vražd Jacka Rozparovače, zakomponovali tvůrci do *Studie strachu* (v roce 1965, režie James Hill), čímž je toto zpracování pozoruhodné (Huber, 2012: 24).

Neobvyklé pojetí má snímek založený na divadelní hře, v režii Anthonyho Harveye *They Might Be Giants* z roku 1971. Hlavní postavou je zde psychicky nemocný člověk, přesvědčený o tom, že je Sherlock Holmes (herec George C. Scott). Jeho psychiatrickou je doktorka Watsonová (Huber, 2012: 25).

O psychologickou sondu do mysli hlavní postavy – především ohledně Holmesovy drogové závislosti – jde ve filmu z roku 1976 podle scénáře autora stejnojmenné knihy Nicholase Meyera *The Seven-Per-Cent-Solution*. Holmese hraje Nicolas Williamson a ve snímku vystupuje také v konfrontaci Sigmund Freud ztvárněný Alanem Arkinem (Huber, 2012: 25).

Nejnovějšími filmovými adaptacemi, které opět otevřely diskuzi o slavném detektivovi a vyvolaly rozporuplné názory, mj. ohledně obsazení, jsou filmy režiséra Guye Ritchieho *Sherlock Holmes* z roku 2009 a *Sherlock Holmes: Hra stínů* z roku 2011, v hlavní roli s Robertem Downeym Jr., které se od ostatních adaptací odlišují mj. tím, že v nich jsou ukázány některé dříve povětšinou ignorované Holmesovy schopnosti: jeho mistrovské zvládnutí bojových umění a šermu (Vanacker a Wynne, 2013).

Co se týče televizního zpracování, první adaptací v podobě televizní série je *Sherlock Holmes* s Ronaldem Howardem v titulní roli (1954–1955, Guild Films). Má 39 epizod a nezobrazuje ústřední dvojici ve starším věku, což je hlavní odlišností od v té době stále populární, filmové série s Basilem Rathbonem (Barnes, 2011: 180–185).

V současnosti asi nejznámější klasické televizní zpracování je *Sherlock Holmes* (1984–1995, ITV), které má 41 epizod a roli Sherlocka v něm ztvárňuje Jeremy Brett jako chladnou a arogantní postavu s podtóny drogové závislosti, udržované v mezích jen díky příteli Watsonovi, jejímž smyslem života je v podstatě jen řešení případů a triumf nad protivníky (Sýkora, 2012: 39–41).

Kromě seriálu od BBC *Sherlock*, který je předmětem této práce, v současnosti běží ještě jeden seriál, kdy je Sherlock Holmes převeden do moderní doby: jde o americký seriál s názvem *Elementary* (Sherlock Holmes: Jak prosté, 2012–současnost, CBS), v němž se děj odehrává v New Yorku a Sherlockovi asistuje žena Joan Watsonová (Jak prosté, © 2001–2017).

3. Seriál BBC *Sherlock*

Stěžejní pro pochopení fanouškovského chování je znalost seriálu a jeho specifika, která představím v této kapitole. *Sherlock* je seriál produkováný britskou televizní společností BBC, natočený na základě předlohy literárního díla sira Arthura Conana Doylea. Seriál se skládá ze 4 sérií a zatím není jasné, jestli se dočká dalšího pokračování (Shepherd, 2017). První řada měla svoji premiéru v Británii v roce 2010, v České republice byla odvysílána v dubnu 2011 (Jab, 2011). Poslední, tedy 4. řada, byla uvedena na počátku tohoto roku. Tvůrci seriálu jsou britští scénáristé, kteří spolu nespolupracují poprvé – společně se podílejí na seriálu *Doctor Who* (Pán času, © 2001–2017) – Steven Moffat a Mark Gatiss. Producentkou je Sue Vertue. V hlavních rolích hrají Benedict Cumberbatch, který ztvárňuje postavu Sherlocka Holmese, a Martin Freeman, který představuje Johna Watsona (*Sherlock*, © 2001–2017).

Autoři Steven Moffat a Mark Gatiss seriál píší ze speciální pozice, jelikož jsou oba fanoušci původního díla sira Arthura Conana Doylea, píší jako autoři-fanoušci (Unlocking *Sherlock* 2014, 2013). Dle Stewarda (2012: 140, 141) tedy *Sherlock* obsahuje tendence fanouškovského psaní – fan fiction, jako jsou například rekontextualizace – přenesení děje do jiné doby, erotizace – náznaky homosexuálního vztahu mezi hlavními postavami, který vzniká při psaní slash fiction¹⁰. Tyto homosexuální náznaky jsou v seriálu spíše komickou vložkou (Steward, 2012: 140, 141).

3.1 Předloha vs. aktuální provedení

Seriál vychází z románů a povídek o světoznámém detektivovi, tvůrci ho ovšem dějově přesunuli do Londýna 21. století a nedrží se striktně literárního kánonu, berou z něj motivy či témata a ty divákům ukazují v novém pojetí. To, že se nejedná o adaptaci konkrétních povídek, je patrné z toho, jakým způsobem jsou upraveny názvy jednotlivých dílů, např. původní název *Studie v šarlatové* se v moderním podání jmenuje *Studie v růžové*. Sherlock Holmes byl v původním díle vykreslován jako moderní muž a tak je i zobrazen v britském seriálu: jako muž, který k vyšetřování stále používá metodu dedukce tak, jak ho vykreslil Doyle, ale navíc ještě využívá moderní nástroje 21. století, např. digitální nástroje, internet atp. (Stein a Busse, 2012: 10, 11).

¹⁰ Slash fiction je tvorba fanoušků, která rozvíjí homoerotické vztahy postav stejného pohlaví. Tyto vztahy v původních dílech explicitně přítomny nejsou (Scodari, 2007: 51).

Funguje totiž jako konzultující detektiv londýnské policie a s Johnem Watsonem se seznámí tak, že na začátku první epizody hledá spolubydlícího do bytu v 221B Baker Street.

Do děje byly přidány prvky, které jsou charakteristické pro dnešní dobu, např. využívání internetu, psaní blogu, počítače, mobilní telefony, taxíky. Místo čtení novinových sloupků studuje Sherlock internetová fóra, aby byl stále v obraze a věděl, co se ve světě děje (Hills, 2012: 28). Sherlock je zpočátku vykreslen jako muž bez větších emocí, který je ve snaze netrpět nudou schopný téměř všeho, včetně riskování vlastního života, a sám o sobě hovoří jako o vysoce funkčním sociopatovi (Scott-Zechlin, 2012: 60). Podřízená detektiva inspektora Lestrada seržantka Donovanová jej hned v prvním díle označuje za „psychopata“ (1. díl série), ale i přesto, nebo možná právě proto je Sherlock zajímavý a pro dnešního diváka atraktivní. Aby seriál odpovídal realitám 21. století, bylo potřeba z paní Hudsonové, která v původním ztvárnění vystupovala jako hospodyně, udělat paní domácí – bytnou. Roli Sherlockova bratra Mycrofta zde ztvárňuje sám spoluautor seriálu Mark Gatiss. I přesto, že se zdá, že je Sherlock prostý citů, postupně se ukazuje, že právě spojení s Johnem ho dělá lepším a morálnějším mužem, mají mezi sebou pevné přátelské pouto a velmi mu na něm záleží, což je patrné z mnoha případů, kdy Sherlock riskuje svůj život pro záchranu jeho života či života své domácí paní Hudsonové nebo Molly Hooperové (laborantka, která pracuje v nemocnici sv. Bartoloměje a Sherlocka má velmi ráda) (McLaughlin, 2013).

Sherlock dává do popředí nové technologie a zařízení a používá vizuální styl, který je založený na estetice nových médií, např. obrazovky iPhonů (Steward, 2012: 133–134). V rámci seriálu se objevuje kombinace různých žánrů, např. komedie či politická satira s narážkami na aktuální dění (Steward, 2012: 138).

Na téma Sherlocka Holmese bylo v minulosti vytvořeno mnoho adaptací (viz kapitola 2.2 Důležité filmové a televizní adaptace), tyto adaptace se však postupně začaly spíše více inspirovat od sebe navzájem než původním dílem. Tak například slavná Holmesova čapka, která je považována za pro Holmese typickou, získala svoji důležitost až v rámci ilustrace Sidneyho Pageta pro časopis *The Strand* (Steward, 2012: 135–136). Díky této ilustraci byl Sherlock vykreslen jako charismatický a mužný a sloužil jako inspirace tvůrcům adaptací při obsazování hlavní role (Unlocking Sherlock 2014, 2013).

3.2 Prvky, které seriál využívá

Sherlock využívá flexibilního narativu, kdy vyprávění příběhu se pohybuje mezi jednotlivými více či méně uzavřenými epizodami v kombinaci s pokračující příběhovou linkou napříč jednotlivými díly. Takovéto postupy nazýváme narativní komplexností (viz kapitola 1.3 o *complex TV*) (Steward, 2012: 139–140).

Sherlock pracuje s transmedialitou, snaží se diváka aktivně zapojovat do dění skrze využití různých kanálů. Využívá k tomu například sociální sítě a oficiální stránky seriálu. Blog (www.johnwatsonblog.co.uk), který píše John Watson, opravdu existuje v reálném světě, stejně tak jako stránky Sherlocka – The science of deduction (www.thescienceofdeduction.co.uk), které v seriálu slouží lidem k tomu, aby Sherlocka kontaktovali se svými „případy“ (Stein a Busse, 2012: 13). Kromě oficiálních stránek o *Sherlockovi* existují i stránky, které zakládají nadšenci a fanoušci seriálu, například sherlockology.com. Stránky zakládají hlavně kvůli tomu, aby se zapojili a byli v kontaktu se seriálem a s dalšími fanoušky. V širší definici může být do transmediálního vyprávění příběhů kromě systematicky šířeného obsahu oficiálními autory zapojen i divák, který přispívá svojí tvorbou (Stein a Busse, 2012: 13–14).

Sherlock má devadesátiminutový formát, což ukazuje jistou prestiž. Díky této stopáži má seriál filmový punc s větším prostorem k sofistikovanějšímu narativu a komplexnosti než 30 nebo 60minutové mediální obsahy (Steward, 2012: 143–144). Velmi neobvyklý je *Sherlock* v prvcích, které využívá. Vizualizuje na obrazovce Sherlockovy dedukce pomocí textových poznámek a divák tak vidí do detektivovy mysli a pomáhá mu to v pochopení různých jeho závěrů. Současně divák vidí více než postavy v seriálu a je tak více vtažen do „případů“. Zároveň se na obrazovce objevují např. texty zpráv, které postavy obdržely.

3.3 Série a epizody seriálu

Seriál se skládá ze čtyř sérií, které byly vysílány s poměrně velkým časovým odstupem. Součástí první série jsou epizody *Studie v růžové*, *Slepý bankéř* a *Velká hra*. To, že se seriál těší velké oblibě, je patrné z čísel sledovanosti jednotlivých dílů. První díl sledovalo během premiéry 7,5 milionů diváků. Druhá série obsahuje epizody *Skandál v Belgravii*, *Psisko baskervillské* a *Reichenbašský pád* a byla vysílána až dva roky po první sérii, tedy v roce 2012. *Skandál v Belgravii* sledovalo 8,8 milionů diváků. Třetí série byla odvysílána v roce 2014 a obsahovala epizody *Prázdný pohřebák*,

Znamení tří a *Poslední přísaha*. První epizoda z této série měla 9,2 milionů diváků (The empty hearse, 2014). Aby čekání diváků nebylo tak dlouhé, dočkali se v roce 2013 vánoční krátké epizody *Mnoho šťastných návratů*, a kvůli tomu, že se na čtvrtou řadu čekalo o rok déle, než je zvykem, byl na počátku roku 2016 vydán speciální díl *Přízračná nevěsta*, který se odehrával ve viktoriánském Londýně koncem 19. století. Na začátku tohoto roku (2017) se diváci konečně dočkali očekávané čtvrté série, která obsahovala díly *Šest Železných dam*, *Skomírající detektiv* a *Poslední případ*. Ve sledovanosti žádný díl nepřekonal sledovanost prvního dílu třetí série *Prázdný pohřebák*. Vyvrcholení čtvrté série mělo velmi nízkou sledovanost a pravděpodobně je na vině dřívější únik dílu skrze ruskou televizi: díl sledovalo necelých 6 milionů diváků, což je nejméně ze všech epizod (Tartaglione, 2017).

Celkovou oblíbenost seriálu dokazuje i řada nominací a cen, které *Sherlock* obdržel. Celkem získal 81 různých cen a 130 nominací. Mezi nejzajímavější ceny patří například nominace Benedicta Cumberbathe na Golden Globe Award 2013 a BAFTA za rok 2015 za hlavní roli, získal několik cen Emmy, výhra cen BAFTA za rok 2011 za nejlepší seriál a cenu za nejlepšího herce ve vedlejší roli získal v roce 2011 Martin Freeman a o rok později i Andrew Scott (představitel Jamese Moriartyho) (Sherlock Awards, © 1990–2017).

Česká televize reflektuje popularitu seriálu, a tak vyšla divákům vstříc a speciální díl *Přízračná nevěsta* i celá čtvrtá série byly odvysílány jen několik hodin po britské premiéře, rovnou s českým dabingem (Sherlock, © 1996–2017). Úplně první díl celého seriálu – *Studie v růžové*, který byl na České televizi odvysílán v dubnu 2011, sledovalo 594 tisíc diváků (Polák, 2011). *Přízračná nevěsta* byla nejsledovanějším pořadem měsíce ledna na ČT2 a sledovalo ji celkem 551 tisíc diváků (Nejsledovanější pořady ČT2 leden 2016, © 1996–2017). Premiéru prvního dílu čtvrté série sledovalo na ČT2 234 tisíc diváků (Nejsledovanější pořady ČT2 leden 2017, © 1996–2017).

3.4 Fandom seriálu Sherlock

O oblíbenosti seriálu a jeho protagonistů svědčí například to, že na serveru csfd.cz (*Československá filmová databáze*) má seriál jako celek 92 % a je hodnocen jako 15. nejlepší seriál a 14. nejoblíbenější; hodnotilo ho přes 31 tisíc uživatelů (Sherlock, © 2001–2017). Na Facebooku má seriál *Sherlock* i vlastní český fandom – *Sherlock BBC Český fandom* (2017), který má okolo dvou tisíc „lajků“ (českým ekvivalentem je označení „to se mi líbí“, dále jen like). Oficiální stránky seriálu

Sherlock (2017) na Facebooku mají přes 6 milionů líků, což je množství uživatelů sociální sítě Facebook, kterým se seriál líbí celosvětově (mezi nimi jsou i čeští uživatelé). Bendecit Cumberbatch nemá oficiální stránku na Facebooku, ale je vytvořeno mnoho stránek, pravděpodobně jeho fanoušky.

Mezi fanoušky seriálu jsou různé skupiny lidí: ti, kteří obdivují literární dílo sira Arthura Conana Doylea, ti, kdo si oblíbili adaptace, které byly v minulosti vytvořeny, nebo ti, kteří se až kvůli seriálu začali zajímat o celkové dílo. Fanoušky můžeme nazývat *Sherlockians* nebo *Holmesians*, termíny slouží k rozlišení britských a severoamerických fanoušků (Stein a Busse, 2012: 15).

Existují spolky, které se soustředí hlavně na původní dílo – literární předlohu. V České republice existuje Institut pro studium života a díla Sherlocka Holmese, jehož členové se pravidelně schází a připravují inscenace jednotlivých povídek, s nimiž vystupují například na Muzejní noci.¹¹

¹¹ Zdrojem je osobní setkání s členy tohoto Institutu.

4. Kvantitativní a kvalitativní výzkumy

K tomu, abych zjistila, kdo jsou fanoušci seriálu *Sherlock*, provedu dva výzkumy. Půjde o dotazníkové šetření a následně hloubkové rozhovory. V této kapitole uvedu metodologii k oběma výzkumům a následně i výsledky obou výzkumů.

4.1 Vymezení výzkumu

Cílem diplomové práce je zjistit, kdo jsou fanoušci seriálu *Sherlock*. Tento cíl je zároveň i mojí hlavní výzkumnou otázkou: Kdo jsou fanoušci seriálu BBC *Sherlock*? Zaměřila jsem se na české fanouškovské publikum, přičemž je pro tuto práci důležité zjistit kvantifikovatelné ukazatele, ale zároveň i kvalitativní důvody sledování seriálu. Tématem Sherlocka Holmese se zabývalo několik bakalářských a diplomových prací, ale žádná z nich se nezaměřovala na takovéto komplexní pojetí – kvantitativní v kombinaci s kvalitativním šetřením. V možnostech této práce není dosáhnout reprezentativnosti výzkumů, ale i přesto věřím, že získaná data pomohou přiblížit a vymežit fanouškovskou skupinu seriálu *Sherlock* v České republice.

4.2 Výzkumné otázky

V tezi diplomové práce jsem stanovila záměr získat odpověď na otázku, kdo tvoří české fanouškovské publikum seriálu. S cílem zjistit, zda existuje mezi diváky – fanoušky – homogenita, či heterogenita. Tedy zda panuje shoda a zda jsou nějaké ustálené zvyklosti či zákonitosti při sledování seriálu, které se vztahují k celému fanouškovskému publiku tohoto seriálu. Zajímá mě, zda jsou například nějaké další seriály, které fanoušci *Sherlocka* sledují, i naopak, zda existují seriály, které by nikdy sledovat nechtěli, tedy zda jejich vkus je nějakým způsobem podobný i při výběru dalších mediálních obsahů. Dále je mým cílem zjistit, jestli další mediální obsahy, které sledují, využívají podobné způsoby vyprávění (narativní komplexnost či transmedialitu). V kvalitativní části mě budou zajímat hlavně motivy sledování seriálu, proč je seriál tolik oblíbený – jaké jsou jeho unikátnosti.

V praktické části se pokusím odpovědět na tyto výzkumné otázky:

1. Existují mezi fanoušky zákonitosti/ustálené zvyky chování při sledování seriálu (je skupina homogenní, nebo heterogenní)?
2. Existují mezi fanoušky shodné demografické rysy?
3. Spojuje fanoušky seriálu představitel hlavní role, nebo spíše postava Sherlocka?

4. Existují mezi fanoušky shodné motivy pro sledování seriálu?

4.3 Výběrový soubor

Předmětem práce jsou fanoušci seriálu BBC *Sherlock*. Z tohoto důvodu mě zajímají ti, kteří seriál znají a sledují. Výběrový soubor tedy není limitován věkem, pohlavím ani místem bydliště apod.

Výběrový soubor se lehce liší podle daných výzkumných metod. Proto ho konkrétně popíši u dané výzkumné metody, v následujících podkapitolách.

4.4 Výzkumné metody

V rámci výzkumů existuje poměrně pestrá škála metod, které je možné využít při zodpovídání výše stanovených výzkumných otázek. V rámci metodologie se výzkumy člení na dva přístupy: kvantitativní a kvalitativní. Z českých autorů se této tematice věnuje např. Miroslav Disman (2002) a Jan Hendl (2005).

Kvantitativní výzkum „využívá náhodné výběry, experimenty a silně strukturovaný sběr dat pomocí testů, dotazníků nebo pozorování“ (Hendl, 2005: 46). Data se analyzují statistickými metodami s cílem výsledky popisovat a ověřovat pravdivost našich představ (Hendl, 2005).

Kvalitativní výzkum se nezaměřuje na čísla, ale jde o proces hledání porozumění daného problému. V rámci výzkumu se vytváří komplexní obraz, analyzují se různé typy textů a zkoumání se provádí v přirozených podmínkách (Hendl, 2005: 50).

Vzhledem k tomu, že cílem práce je komplexně popsat fanouška seriálu, zvolila jsem kombinaci obou výzkumných přístupů, jelikož se oba navzájem doplňují. Kvantitativní výzkum nám dokáže zodpovědět otázky typu kdo, kdy či kolik, oproti tomu kvalitativní se ptá na důvody, proč, jak (Disman, 2002: 290).

První část výzkumu využívá kvantitativních metod, bylo provedeno kvantitativní dotazování prostřednictvím standardizovaného dotazníku. Dotazník se zaměřuje na demografické údaje fanoušků a jejich chování a zvyklosti při sledování seriálu *Sherlock* a dalších mediálních obsahů. Díky těmto informacím jsem mohla ověřit, případně vyvrátit hypotézy, které jsem si stanovila.

Data, která jsem získala z kvantitativního dotazníkového šetření, mi posloužila k tomu, abych vhodně určila výběrový vzorek do kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů a také vhodně zvolila předkládané otázky. Při těchto rozhovorech mě

zajímaly motivy, které vedou diváky ke sledování seriálu, a také jejich názory na „unikátnost“ a velkou oblibu seriálu.

4.5 Dotazníkové šetření

Dotazník je součástí kvantitativního přístupu a „umožňuje poměrně snadno získat informace od velkého počtu jedinců v poměrně krátkém čase a s poměrně malým nákladem“ (Disman, 2002: 141). Díky internetu a možnosti distribuce on-line se zvyšuje možnost návratnosti dotazníku, oproti dřívějším dobám, kdy se dotazníky posílaly například poštou (Disman, 2002: 142–143). Důležité je, aby dotazník byl standardizovaný; toho se dosáhne tehdy, pokud jsou otázky totožné. Díky tomu můžeme provádět analýzu na kumulovaných datech o mnoha jedincích (Disman, 2002: 126–127).

Stanovila jsem hypotézy, které mají být skrze toto kvantitativní dotazníkové šetření potvrzené, či vyvrácené.

H1: Většina diváků ve výzkumném vzorku sleduje převážně zahraniční seriály.

H2: Většina diváků ve výzkumném vzorku studuje vysokou školu nebo mají vysokoškolské vzdělání.

H3: Většina diváků ve výzkumném vzorku se nedívá na nekonečné seriály české tvorby typu *Ulice* či *Ordinace v růžové zahradě*.

H4: Většina diváků ve výzkumném vzorku vnímá *Benedicta Cumberbatche* jako osobnost.

H5: Většina diváků ve výzkumném vzorku viděla některé díly seriálu minimálně 2x.

H6: Většina diváků ve výzkumném vzorku seriál sleduje bezprostředně po odvysílání nového dílu.

H7: Většina diváků ve výzkumném vzorku je součástí fandomu tohoto seriálu – považuje se za fanouška.

H8: Většina diváků ve výzkumném vzorku doufá v natočení páté řady.

4.5.1 Konstrukce dotazníku

Během sestavování dotazníku jsem se řídila základními pravidly spojenými s touto výzkumnou metodou. V úvodu jsem zvolila selektivní otázky, které odfiltrovaly respondenty, kteří nesplňovali mnou daná kritéria. Dále jsem se snažila u uzavřených otázek pokrýt všechny možné odpovědi, podat je srozumitelně a jednoznačně, dodržet

škálu odpovědí tak, aby měla neutrální střed, demografické otázky zařadit do poslední části dotazníku a co nejvhodněji a nejlogičtěji sestavit pořadí otázek tak, aby předchozí otázky nezkreslovaly odpovědi na další otázky, otevřené otázky podat srozumitelně, aby respondent porozuměl a vhodně odpověděl.

V dotazníku byly otázky, které směřovaly ke zjištění základních demografických údajů o zkoumaném vzorku, dále informace o tom, jaký mají respondenti vztah k seriálu a jeho hlavnímu hrdinovi a původním adaptacím, jaké jsou jejich zvyky při sledování seriálu a zda se považují za fanouška seriálu. Také bylo zjišťováno, jaké další seriály respondenti sledují, případně nechtějí sledovat.

Výzkumu předcházela předvýzkum, který odhalil některé nedostatky, které se týkaly zejména srozumitelnosti formulovaných otázek, a chybějící možnosti dopsání své vlastní odpovědi.

4.5.2 Výběrový soubor

V rámci výzkumu jsem se zaměřovala na osoby, které znají a sledují seriál *Sherlock*; více specifikovaný výběrový soubor nebyl, jelikož seriál sledují různé skupiny lidí. Osoby, které se k dotazníku dostaly i přesto, že seriál neznají či nesledují, byly ihned odfiltrovány díky prvním dvěma otázkám dotazníku.

Vzhledem k velikosti výzkumného vzorku i metodě výběru nemůže tento výzkum být považován za reprezentativní, proto se budu snažit vyhnout generalizaci výsledků ve vztahu k celkové populaci, resp. divákům seriálu *Sherlock* v České republice.

Při on-line distribuci dotazníku jsem chtěla docílit toho, aby většina respondentů znala a sledovala seriál *Sherlock*, proto jsem dotazník umístila především na fanouškovské stránky seriálu na Facebooku (např. Sherlock BBC Český fandom) a také do diskuzí, kde se shromažďuje velké množství lidí, kteří aktivně sledují různé seriály (např. edna.cz). Také jsem oslovila členy Institutu pro studium života a díla Sherlocka Holmese a fanoušky seriálu, které mám ve svém okolí. Využila jsem metody účelového výběru. Tato metoda je založena „na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno, a o tom, co je možné pozorovat“ (Disman, 2002: 112). Tento výběr nám dle Dismana (2002:112) sice neumožní „širokou generalizaci našich závěrů, ale to neznamená, že tyto závěry nejsou užitečné“ (Disman, 2002: 112).

Dotazník vyplnilo celkem 231 respondentů, z nichž bylo 175 respondentů, kteří seriál *Sherlock* znají a sledují. Z toho celkem 51 mužů a 124 žen. Detailní vyhodnocení

dotazníku a interpretace výsledků bude následovat v kapitole 4.5.4. Výsledky dotazníkového šetření a jejich interpretace.

4.5.3 Sběr a zpracování dat

Dotazníky byly vyplňovány v období od 28. března do 10. dubna 2017, a to ve formě elektronických dotazníků přes službu vyplnto.cz. Průměrná doba vyplňování dotazníku byla necelých 8 minut a návratnost dotazníků téměř 74 %.

4.5.4 Výsledky dotazníkového šetření a jejich interpretace

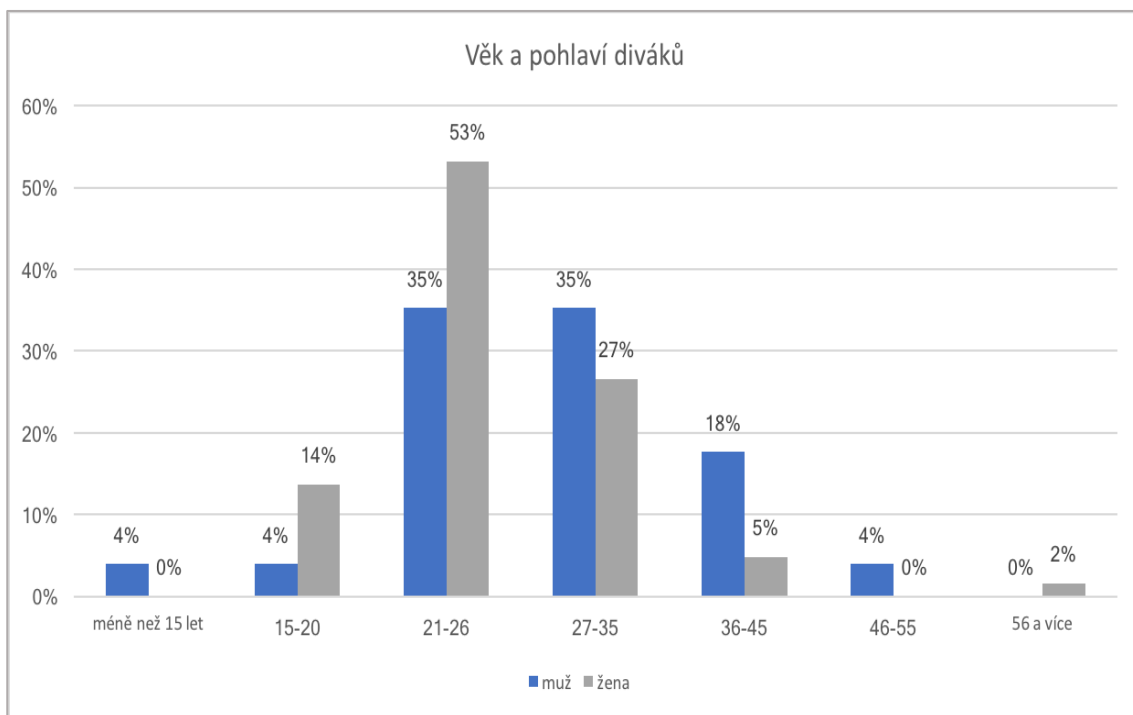
V následující části práce se pokusím shrnout a interpretovat výsledky dotazníkového šetření ve vztahu k daným výzkumným otázkám a hypotézám.

Z celkového počtu 231 respondentů, kteří dotazník vyplnili, mě v rámci vyhodnocování výsledků zajímá 175 respondentů, kteří uvedli, že seriál *Sherlock* znají a sledují. Pro jasné odlišení, že se nejedná o všechny respondenty, tuto skupinu, která seriál zná a sleduje, budu nazývat *diváky*.

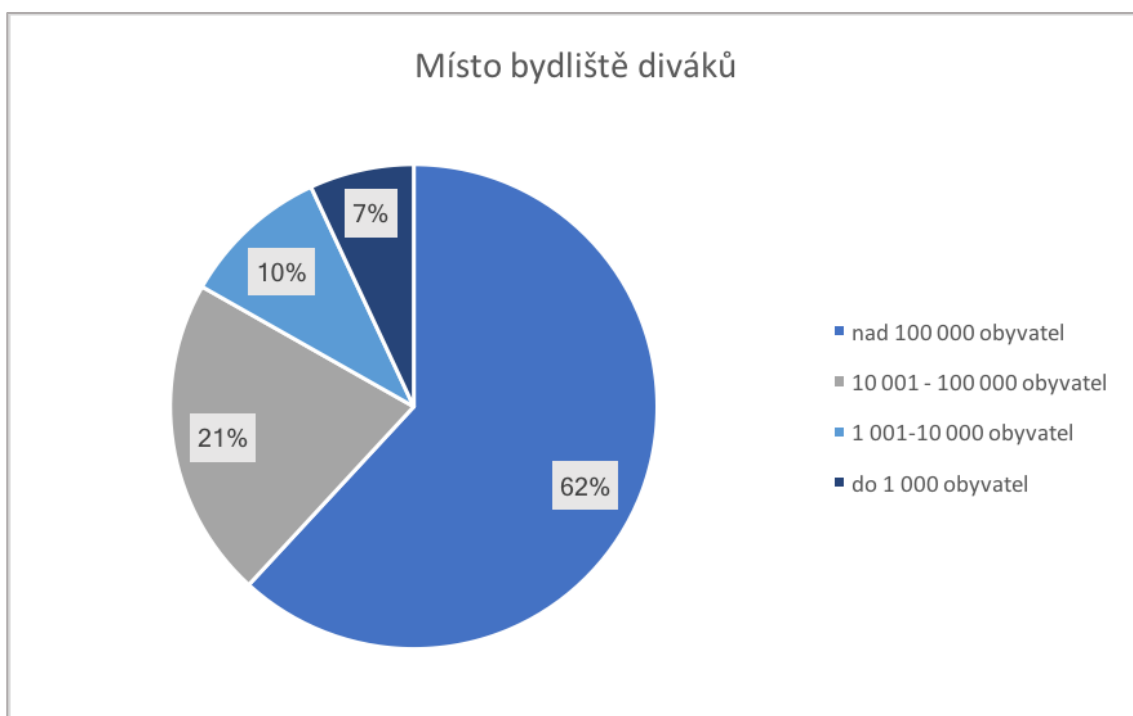
4.5.4.1 Demografie diváků

Z demografického hlediska diváci jsou ze 71 % ženy a z 29 % muži, jejich věkové rozmezí a rozložení pohlaví je vyobrazeno na grafu č. 1. Nejvíce diváků je ve věkovém rozmezí 21–26 a 27–35 let. Nadpoloviční většina diváků bydlí ve městech s více než 100 000 obyvateli (viz graf č. 2), i když původně pocházejí ve většině jak z měst s více než 100 000 obyvateli, tak i z menších měst s 10 000 až 100 000 obyvateli. Většina má vysokoškolské vzdělání nebo středoškolské s maturitou (viz graf č. 3) a téměř polovina diváků jsou studenti (viz graf č. 4).

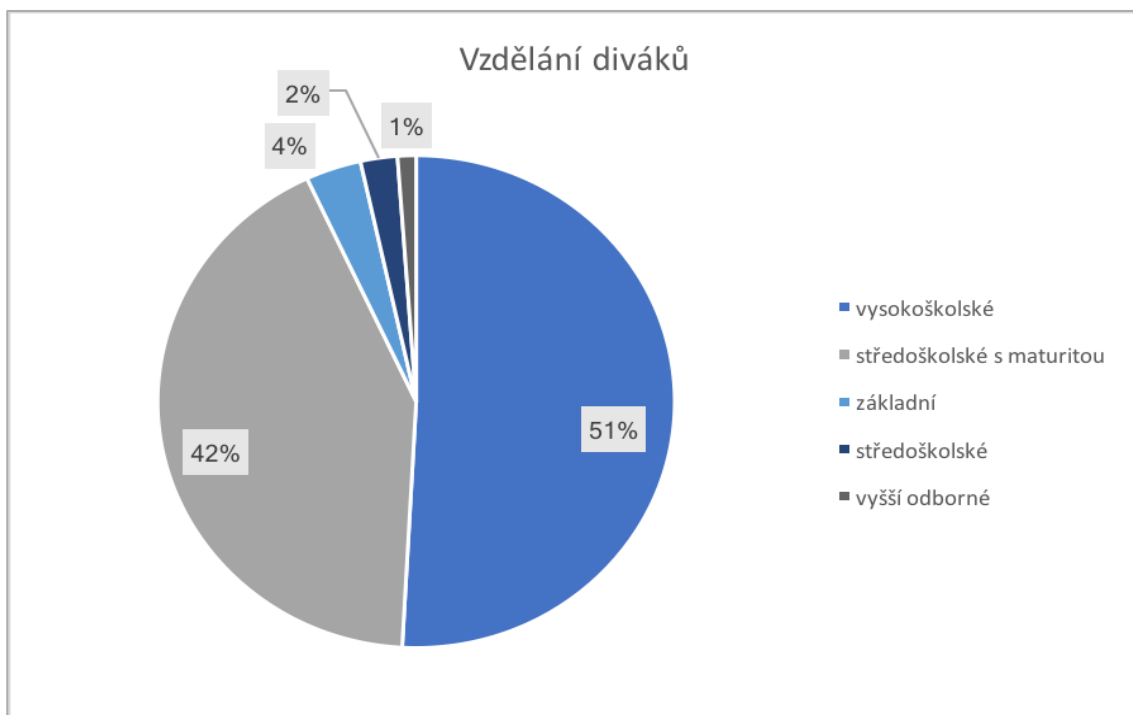
Výše stanovená hypotéza H2: *Většina diváků ve výzkumném vzorku studuje vysokou školu nebo mají vysokoškolské vzdělání* byla, na základě demografických výsledků výše, potvrzena. Diváci mají většinou vysokoškolské vzdělání, případně středoškolské s maturitou, a právě studují vysokou školu.

Graf č. 1: Věk a pohlaví diváků

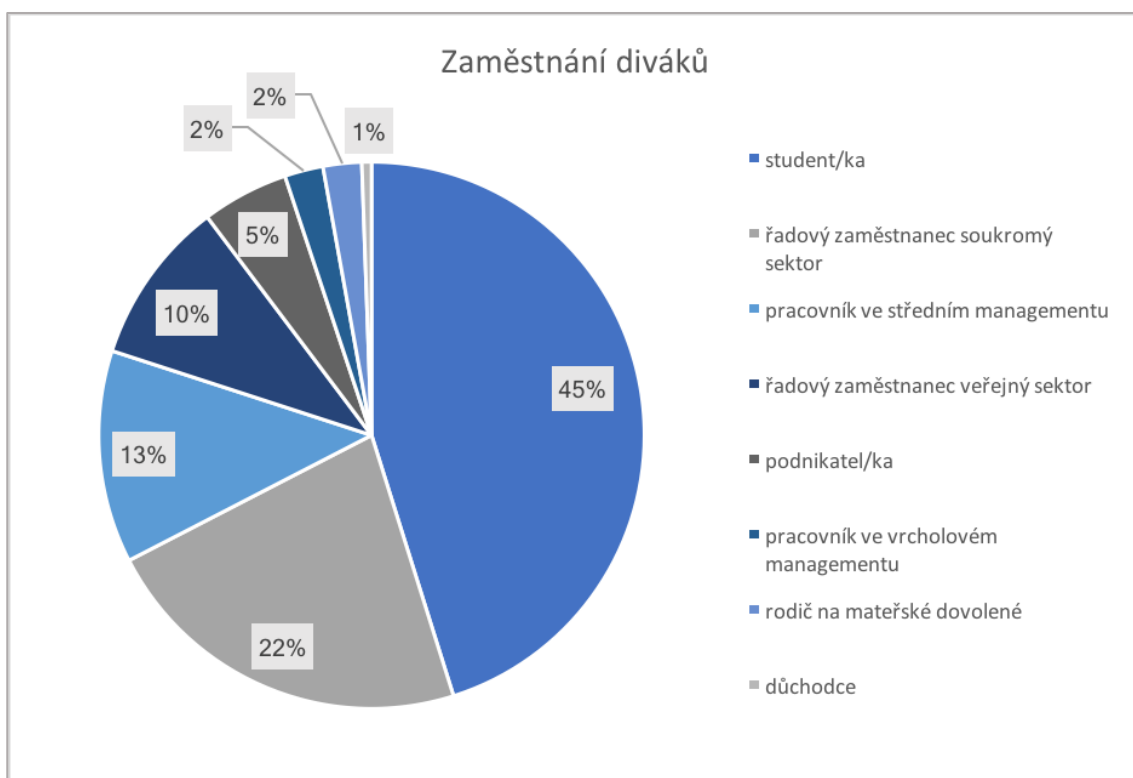
Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 2: Aktuální místo bydliště diváků

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 3: Vzdělání diváků

Zdroj: vlastní zpracování

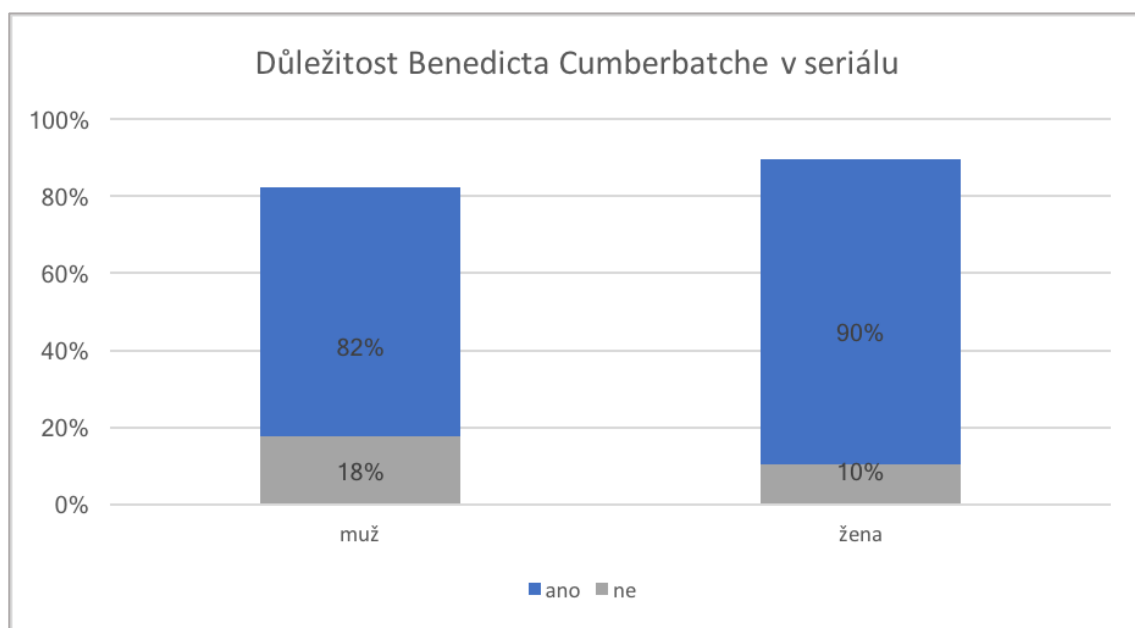
Graf č. 4: Zaměstnání diváků

Zdroj: vlastní zpracování

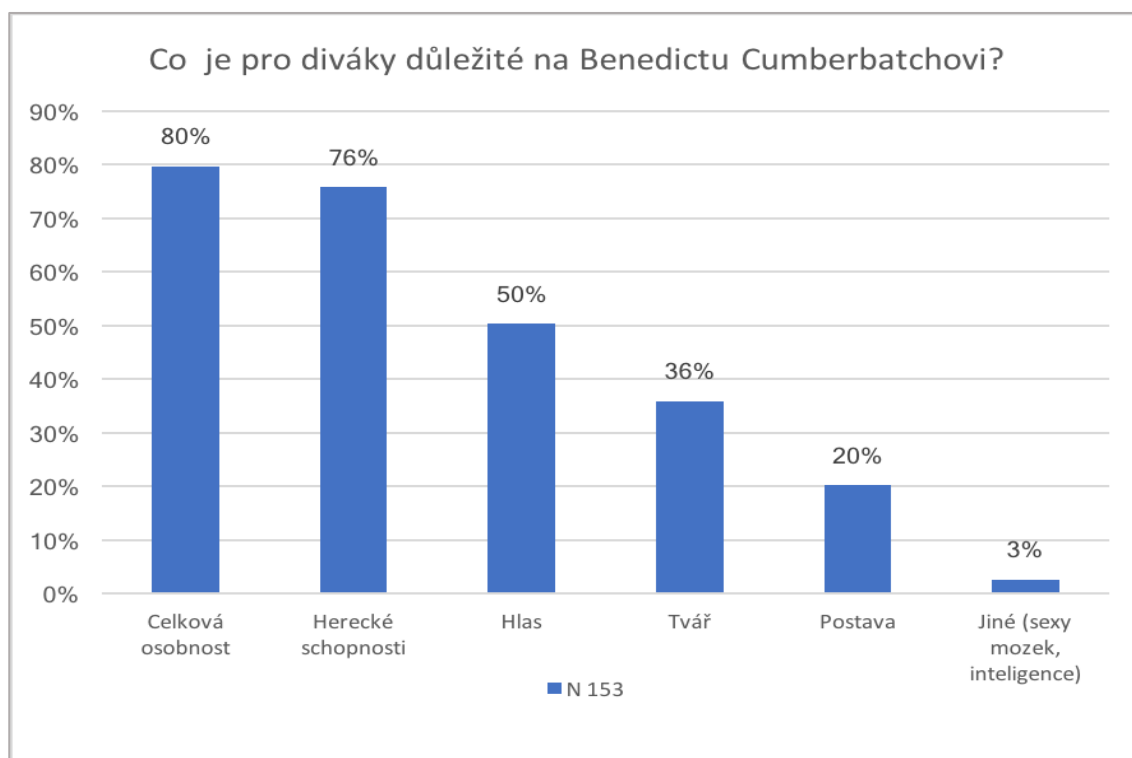
4.5.4.2 Vztah k seriálu a Benedictu Cumberbatchovi

V rámci dotazníkového šetření mě zajímalo, jaký mají diváci vztah k seriálu. Přes 95 % diváků odpovědělo, že se jim seriál líbí velmi, případně spíše líbí. Dále mě zajímalo, zda je pro diváky důležitý představitel hlavní postavy Benedict Cumberbatch. Téměř 90 % diváků ho vnímá jako důležitého s tím, že shodně odpovídali jak ženy, tak i muži, viz graf č. 5. Na Benedictu Cumberbatchovi divákům připadá důležitá hlavně jeho celková osobnost, herecké schopnosti a hlas, více viz graf č. 6. Mediální obsahy s Benedictem Cumberbatchem vyhledává více než polovina diváků. Z výše uvedeného vyplývá, že hypotéza, která byla stanovena výše, H4: *Většina diváků ve výzkumném vzorku vnímá Benedicta Cumberbatche jako osobnost se také potvrdila. Pro diváky je osobnost Cumberbatche důležitá a je vnímána ve velmi pozitivním světle.*

Graf č. 5: Důležitost Benedicta Cumberbatche v seriálu



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 6: Co je pro diváka na Benedictu Cumberbatchovi důležité?

Zdroj: vlastní zpracování

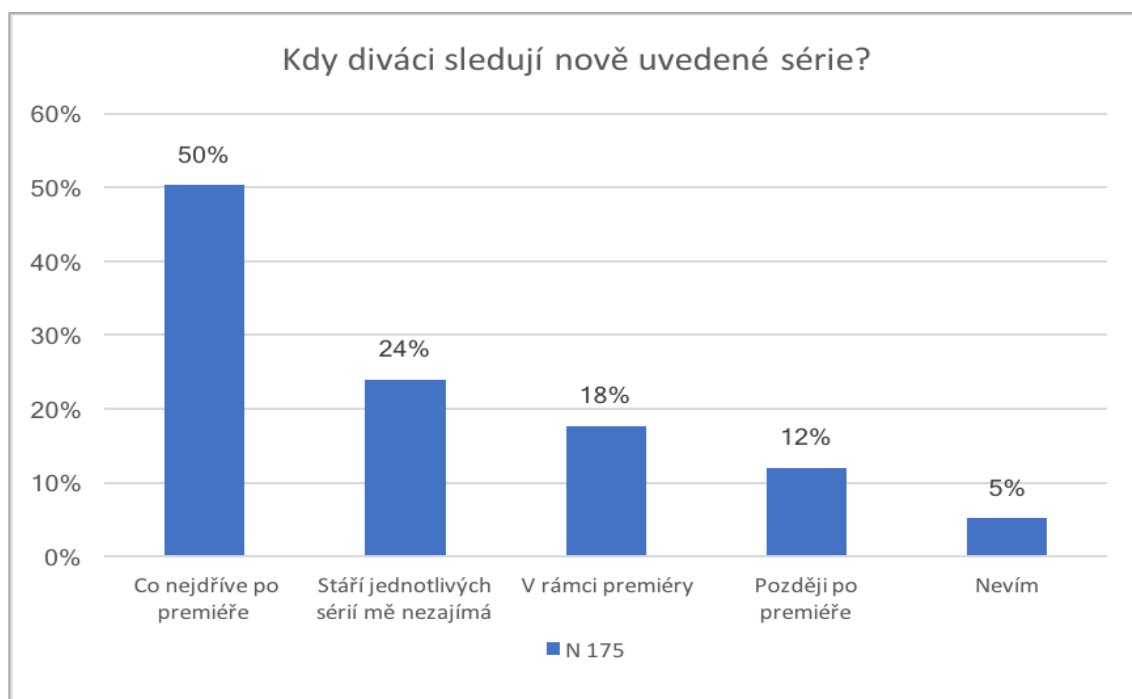
4.5.4.3 Zvyky při sledování seriálu

K tomu, abych mohla správně charakterizovat fanoušky seriálu *Sherlock*, jsem se v rámci dotazníku zajímala o jejich zvyky při sledování seriálu. Zajímalo mě, kde a kdy seriál sledují a zda ho sledují v originálním znění, nebo česky, atp. Také jsem chtěla zjistit, zda si ho diváci rádi pouští znovu.

Přes 60 % diváků se k seriálu vrací a pouští si ho znovu. Tři diváci uvedli, že viděli některé díly dokonce patnáctkrát. V průměru diváci díl, který viděli nejvícekrát, zhlédli třikrát. Tento výsledek mi potvrzuje hypotézu H5: *Většina diváků ve výzkumném vzorku viděla některé díly seriálu minimálně 2x.*

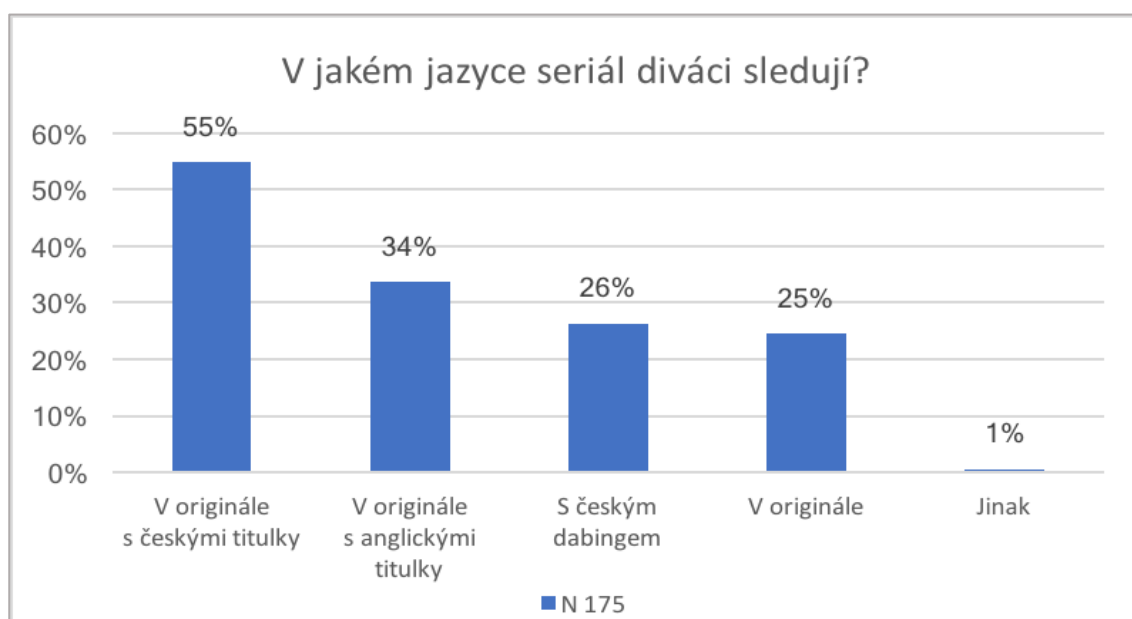
Více než v 50 % případů diváci seriál sledují co nejdříve po premiéře. 18 % jej sleduje v rámci premiéry, ale 24 % diváků stáří jednotlivých epizod nezajímá, více viz graf č. 7.¹² Je možné, že stáří epizod není příliš rozhodující pro skupinu diváků, kteří seriál nesledovali od počátku. Stanovenou hypotézu H6: *Většina diváků ve výzkumném vzorku seriál sleduje bezprostředně po odvysílání nového dílu* výše zmíněné výsledky potvrzují, téměř 70 % diváků sleduje seriál v rámci premiéry či co nejdříve po ní.

¹² Diváci mohli v rámci některých otázek zvolit více odpovědí, uvádím zde procenta, která se vztahují k počtu respondentů u daných otázek (nikoli k počtu všech zvolených možností).

Graf č. 7: Kdy se diváci dívají na nově uvedené série?

Zdroj: vlastní zpracování

Nadpoloviční většina seriál sleduje v originále s českými titulky. Přes 30 % diváků s anglickými titulky a 25 % se dívá v originále nebo s českým dabingem, více viz graf č. 8. Přes 75 % diváků seriál stáhne z internetu. Zajímavé je, že pouze 37 % diváků sleduje seriál od počátku. Většina začala sledovat seriál až v průběhu vysílání dalších sérií, a to hlavně na základě doporučení známých.

Graf č. 8: V jakém jazyce diváci seriál sledují?

Zdroj: vlastní zpracování

Přes 60 % diváků chce, aby byla natočena další, pátá řada seriálu. 25 % diváků si není jisto, zda další řadu chce, a 14 % ji nechce. Jako důvody diváci uváděli hlavně to, že čtvrtá řada byla důstojným ukončením, s další řadou by hrozilo, že seriál ztratí svoji kvalitu. Někteří uvádí, že pro ně již čtvrtá série byla zklamáním. I přesto, že 14 % diváků další sérii nechce, stále je nadpoloviční většina diváků z výzkumného vzorku, která v pokračování doufá. Tím se tedy potvrzuje hypotéza H8: *Většina diváků ve výzkumném vzorku doufá v natočení 5. řady.*

4.5.4.4 Jaké další seriály diváci (ne)sledují

V rámci dotazníkového šetření měli diváci možnost vypsát seriály, které kromě *Sherlocka* sledují, a také naopak ty, které by rozhodně nikdy sledovat nechtěli. Celkem diváci sledují přes 260 různých seriálů, nejčastěji zmiňované seriály jsou uvedeny v tabulce č. 1. Z těchto seriálů bylo pouze 10 z české produkce (např. seriály *Kosmo*, *Semestr* či *Comeback*). Nejčastěji byl zmiňován seriál *The Big Bang Theory* a *Game of Thrones*, dále byly uváděny např. *Friends*, *Vikings*, *House of Cards*, *Doctor Who*, *How I Met Your Mother*, *The Simpsons*, *Stranger Things* nebo třeba *Suits*. Na základě výše zmíněného vyplývá, že došlo k potvrzení další z hypotéz, a to H1: *Většina diváků ve výzkumném vzorku sleduje převážně zahraniční seriály.*

Tabulka č. 1: Seriály, které diváci seriálu *Sherlock* sledují (nejčastěji)

Seriály, které diváci seriálu <i>Sherlock</i> sledují (nejčastěji)			
Zahraníční seriály			
Originální název	Český název	Roky vysílání	Domovská stanice
The Big Bang Theory	Teorie velkého třesku	2007–současnost	CBS
Game of Thrones	Hra o trůny	2011–2018	HBO
Friends	Přátelé	1994–2004	NBC
Vikings	Vikingové	2013–současnost	History Channel
House of Cards	Dům z karet	2013–současnost	Netflix
Doctor Who	Pán času	2005–současnost	BBC One
How I Met Your Mother	Jak jsem poznal vaši matku	2005–2014	CBS
The Simpsons	Simpsonovi	1989–současnost	Fox
Stranger Things	Stranger Things	2016–současnost	Netflix
Suits	Kravaťáci	2011–současnost	USA Network
České seriály			
Comeback	X	2008–2011	Nova
Kosmo	X	2016	Česká televize
Semestr	X	2016	Stream.cz

Zdroj: vlastní zpracování

Seriály, které naopak diváci *Sherlocka* sledovat nechtějí a nevyhledávají je, jsou hlavně z české produkce. Nejčastěji jsou zmiňovány nekonečné seriály *Ulice* či *Ordinace v růžové zahradě* a obecně seriály z produkce českých komerčních televizí Nova a Prima. Také jsou uváděny v zásadě mýdlové opery a seriály s upíří tematikou, jako např. *Upíří deníky* (*Vampire diaries*). Nejčastěji zmiňované seriály jsou uvedeny v tabulce č. 2. I v tomto případě byla potvrzena stanovená hypotéza H3: *Většina diváků ve výzkumném vzorku se nedívá na nekonečné seriály české tvorby typu Ulice či Ordinace v růžové zahradě.*

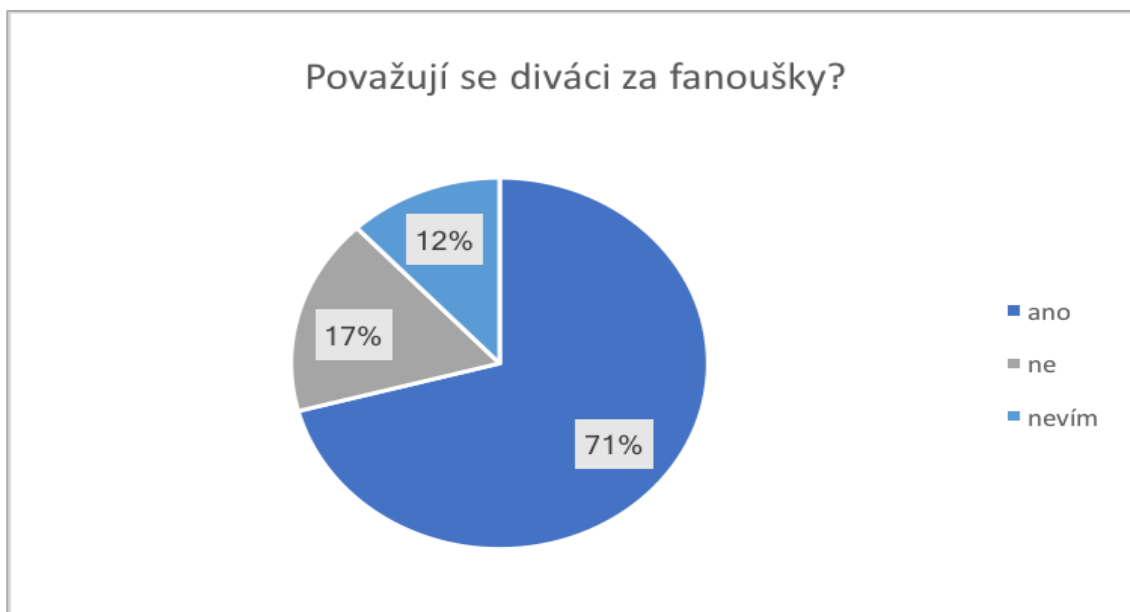
Tabulka č. 2: Seriály, které diváci seriálu *Sherlock* nesledují (nejčastěji)

Seriály, které diváci seriálu <i>Sherlock</i> nesledují (nejčastěji)			
Originální název	Český název	Rok vysílání	Domovská stanice
<i>Ordinace v růžové zahradě</i>	X	2005–současnost	Nova
<i>Ulice</i>	X	2005–současnost	Nova
<i>Vampire diaries</i>	<i>Upíří deníky</i>	2009–2017	The CW
<i>Velmi křehké vztahy</i>	X	2007–2009	Prima
<i>Days of Our Lives</i>	<i>Tak jde čas</i>	1965–současnost	NBC

Zdroj: vlastní zpracování

4.5.4.5 Kdo je fanoušek seriálu *Sherlock*?

V rámci výzkumu mě zajímalo i to, kdo z diváků se kromě toho, že seriál sleduje, považuje zároveň za fanouška seriálu *Sherlock*, tedy je součástí fandomu seriálu. V 71 % se diváci považují zároveň i za fanoušky. 12 % diváků neví, zda se považují za fanoušky, a 17 % diváků fanoušky nejsou, viz graf č. 9. Hypotéza byla potvrzena i v tomto případě, H7: *Většina diváků ve výzkumném vzorku je součástí fandomu tohoto seriálu – považuje se za fanouška.*

Graf č. 9: Považují se diváci za fanoušky seriálu?

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě výsledků dotazníkového šetření shrnu v této části, jaké má fanoušek seriálu *Sherlock* atributy – jaké jsou jeho základní demografické rysy a jak se jeho fanouškovství projevuje.

Pokud bychom fanoušky měli rozdělit podle pohlaví, bylo by to 76 % žen a 24 % mužů, ve věkovém rozmezí 21–26 let, kteří žijí ve městech nad 100 000 obyvatel a dosáhli středoškolského vzdělání s maturitou nebo mají vysokoškolské vzdělání (procentuálně jde o stejné zastoupení obou těchto kategorií) a jsou to studenti.

Fanouškovství se dle výsledků dotazníkového šetření projevuje u fanoušků hlavně tím, že doporučují seriál dalším lidem, diskutují o něm s přáteli, opakovaně sledují seriál, dívají se na nový díl co nejdříve po premiéře, sledují novinky o seriálu a vyhledávají další obsahy s hlavními protagonisty. Někteří o sobě tvrdí, že patří mezi tzv. *Cumberbitches*, takto se označují fanoušci Benedicta Cumberbatche.

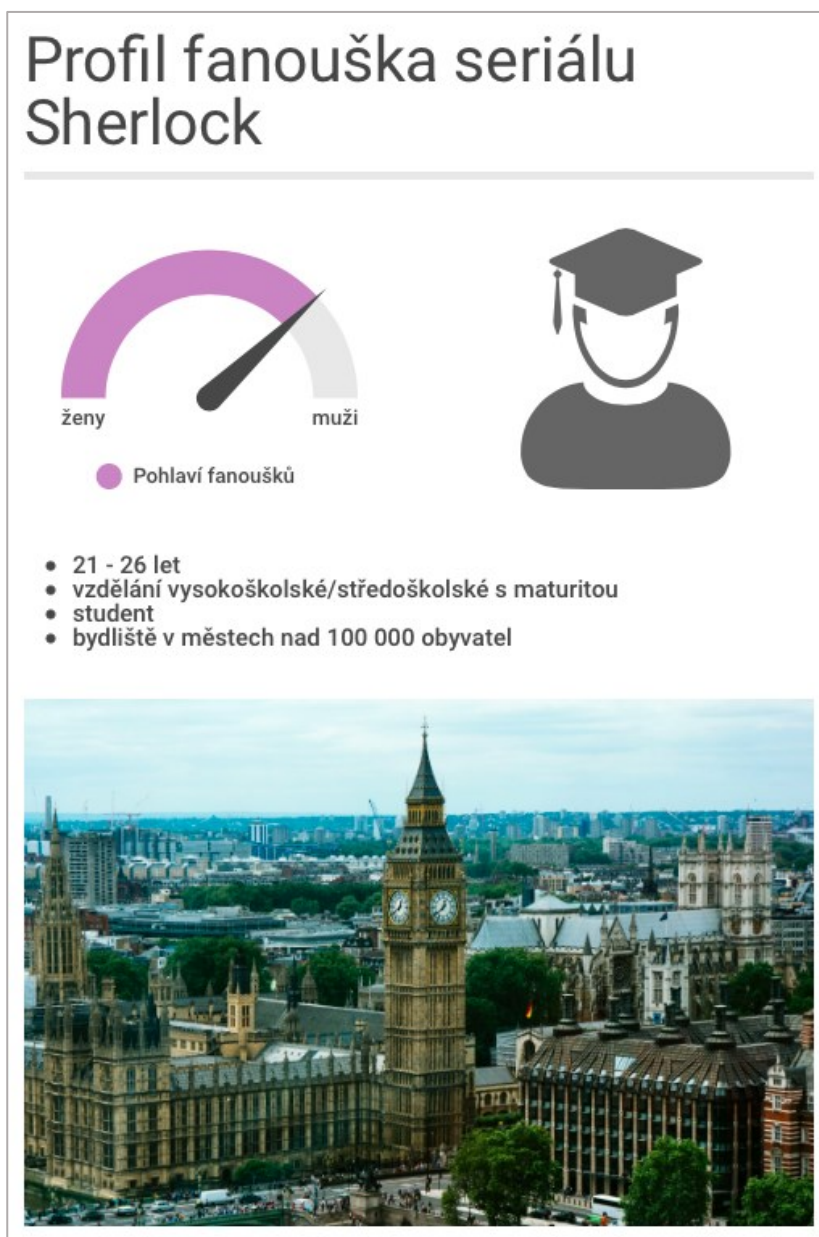
V méně častých případech zaznělo např. kupování upomínkových předmětů s tématikou seriálu, poslouchání soundtracku seriálu, vyhledávání natáčecích míst, čtení fan fiction či účast na setkáních fanoušků. Dále také sledování facebookových stránek seriálu i protagonistů a diskuze na sociálních sítích a diskuzních fórech. Jeden fanoušek ve výzkumu uvedl, že má dokonce úvodní melodii seriálu danou jako vyzvánění budíku.

I přes odpovědi výše pouhých 15 % fanoušků někdy psalo fan fiction, tedy povídky inspirované seriálem o jeho postavách. Pouhých 8 % aktivně přispívá do fanouškovské komunity nějakými články či komentáři a jen 5 % se někdy účastnilo

setkání fanoušků tohoto seriálu. Ve výzkumném vzorku tedy pravděpodobně bylo nízké zastoupení fanoušků, kteří se tímto způsobem projevují. A to i přesto, že došlo k oslovení fanoušků na fanouškovských stránkách seriálu.

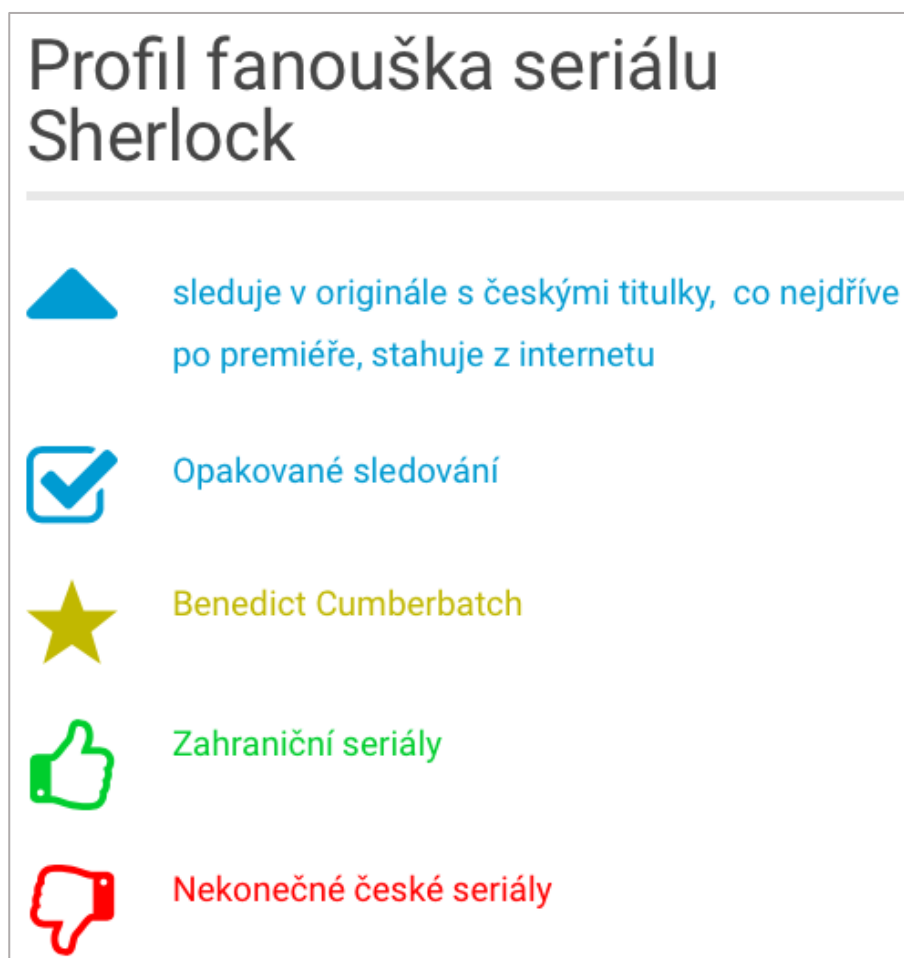
Výše zmíněné nejčastější odpovědi platí jako maxima i u diváků, kteří uvedli, že jsou fanoušci seriálu. Sledují *Sherlocka* v originále s českými titulky, co nejdříve po premiéře a stahují ho z internetu a rádi se k němu vrací znovu. Vyhledávají zahraniční seriály a vyhýbají se českým nekonečným seriálům. Je pro ně důležitá osoba Benedicta Cumberbatche v seriálu a považují ho za osobnost. Profil fanouška shrnují v následujících dvou obrázcích (obrázek č. 1 a 2).

Obrázek č. 1: Profil fanouška seriálu z pohledu demografie



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek č. 2: Profil fanouška seriálu z pohledu chování a zvyků



Zdroj: vlastní zpracování

4.6 Kvalitativní rozhovor

V praktické části diplomové práce jsem jako druhou výzkumnou metodu použila kvalitativní hloubkové rozhovory. Právě díky kvalitativní části práce budu lépe schopna porozumět důvodům divácké motivace sledovat seriál a také zjistím, jaké jsou pravděpodobné důvody jeho obliby. Právě kvalitativní metody umožňují porozumět dané problematice. Díky nim se dozvím mnoho informací o malé skupině jedinců. Výzkum má nízkou standardizaci, jelikož zde funguje volná forma otázek a odpovědí, které se přizpůsobují dané situaci. Proto oproti kvantitativnímu šetření může mít tento výzkum nižší reliabilitu, ale zároveň vyšší validitu (Disman, 2002: 286–287).

Na základě dotazníkového šetření jsem získala informace o tom, kdo je fanoušek seriálu na základě demografických údajů a jaké seriály tito fanoušci vyhledávají a jakým se vyhýbají a také jaký mají vztah k hlavnímu protagonistovi Sherlocka. Na základě těchto charakteristik jsem vybrala konkrétní fanoušky seriálu, s cílem zjistit

jejich motivace a důvody sledování, jaké unikátní prvky seriálu přisuzují atp. Tyto kvalitativní ukazatele mohou zjistit pouze z kvalitativního šetření, které přináší odpověď na otázku proč a pomáhá pochopit, jak menší skupiny vnímají určité skutečnosti. Cílem není generalizovat na celou populaci (Disman, 2002: 286).

Dle Bergera (2014: 159) je technika dotazování jedna z nejzákladnějších a nejrozšířenějších výzkumných technik umožňující výzkumníkovi získat informace, které by nebylo možné získat pouhým pozorováním. Pro druhou část výzkumu jsem zvolila metodu dotazování – polostrukturovaných osobních rozhovorů s respondenty. Při této metodě se „nepředkládají dotazovaným předem určené formulace odpovědí nebo jejich kategorie“ (Hendl, 2005: 166), díky tomu může dotazovaný vyjevit své subjektivní názory a pohledy, zároveň je možné během rozhovoru improvizovat, měnit pořadí otázek a jejich znění dle potřeby aktuálního rozhovoru (Hendl, 2005: 166).

4.6.1 Výběrový soubor

V rámci kvalitativního výzkumu si nekladu za cíl vytvořit reprezentativní vzorek. V rámci tohoto šetření byla stanovena podmínka, že dotazovaný je fanoušek seriálu *Sherlock*. Několik dotazovaných odpovídá charakteristice fanouška, která vyplynula z dotazníkového šetření (vysokoškolské vzdělání, bydliště v městě nad 100 000 obyvatel, věk 21–26), ale jelikož výsledek dotazníkového šetření nebyl reprezentativní a chtěla jsem dát prostor širší skupině fanoušků, dále jsem neomezovala vzorek dotazovaných; podmínkou bylo, že se dotazovaný považuje za fanouška seriálu *Sherlock*. Snažila jsem se o genderovou vyváženost vzorku.

V tezích k této diplomové práci jsem uvedla předpokládanou velikost vzorku mezi patnácti a dvaceti respondenty. V kvalitativním výzkumu bývá však často rozhodováno o jeho velikosti až během samotného výzkumu, což dokládá Disman (2002: 302) tím, že uvádí, že metodika u kvalitativního výzkumu se stává definitivní až v případě, kdy došlo k teoretické saturaci a další data již k lepšímu porozumění danému konceptu nepřispívají. V mém případě jsem dosáhla teoretické saturace po provedení sedmnácti rozhovorů.

Dotazované jsem kontaktovala prostřednictvím mých známých a přátel. Ve vzorku bylo zastoupeno deset žen a sedm mužů, jejich demografické charakteristiky jsou uvedeny v tabulce v příloze č. 2.

4.6.2 Etika výzkumu

Během provádění rozhovorů jsem dodržovala zásady etického jednání a také jsem se řídila pravidly kvalitativního výzkumu. Seznámila jsem je s průběhem výzkumu a získala od nich informovaný souhlas s provedením rozhovorů a jejich použitím v rámci diplomové práce. Dále byli dotazováni informovaní i o tom, že rozhovor bude nahráván na diktafon a že výzkum je anonymní (Hendl, 2005: 155).

4.6.3 Analýza dat

V první fázi jsem provedla doslovnou transkripci jednotlivých rozhovorů do písemné podoby. Pouze jsem lehce upravila výpovědi respondentů v případě přechů či velmi hovorových výrazů tak, aby byla umožněna lepší orientace v textu a tím usnadněno následné kódování.

Data jsem analyzovala pomocí zakotvené teorie (*grounded theory*). Tuto teorii vyvinuli A. Strauss a B. Glaser v roce 1967 a následně ji ve spolupráci s J. Corbinovou modifikovali. Zakotvená teorie je „návrhem hledání specifické ‚substantivní‘ teorie, která se týká jistým způsobem vymezené populace, prostředí nebo doby“ (Hendl, 2005: 243). Jde tedy o způsob analýzy získaných dat o daném fenoménu, s cílem vytvořit teorii. Sběr dat a následná analýza probíhá do té doby, dokud nedojde k teoretické saturaci (Hendl, 2005: 125–128).

V rámci interpretace výsledků je potřeba provést kódování, což je „rozkrývání dat směrem k jejich interpretaci, konceptualizaci a nové integraci“ (Hendl, 2005: 246). Dle zakotvené teorie má kódování tři možné fáze, mezi kterými je možné podle potřeby přecházet a doplňovat je tvorbou poznámek ke zdůvodnění vznikající teorie. Jde o fáze *otevřeného*, *axiálního* a *selektivního* kódování. Proces analýzy je vhodné zahájit *otevřeným kódováním*, v jehož rámci se shromážděná data rozdělují na menší části – koncepty – a následně se kódují – označují se klíčovými slovy, např. podle témat, která reprezentují. Koncepty se shlukují do kategorií, které jsou stále více abstraktnější, jelikož abstraktnost pomáhá při návrhu teorie (Hendl, 2005: 247–248).

V rámci *axiálního kódování* se tvoří „osy“, které propojují jednotlivé kategorie vzájemnými vztahy a posloupnostmi. Výzkumník se zamýšlí nad tím, jestli je možné kategorie vzájemně sloučit pod souhrnnou a víc abstraktní kategorii, či přiřadit jinou. V rámci *selektivního kódování*, které je finální fází analýzy, dochází k vymezení hlavní kategorie celého zkoumaného fenoménu. Tato hlavní kategorie pod sebe zařazuje ostatní témata a kategorie a je cílem celé analýzy. K tomu, abychom správně

vizualizovali vztahy mezi jednotlivými kategoriemi a podkategoriemi, je vhodné vytvářet diagramy. Je potřeba mezi sebou koncepty a kategorie neustále porovnávat, aby mohlo dojít k lepším výsledkům (Hendl, 2005: 247–255).

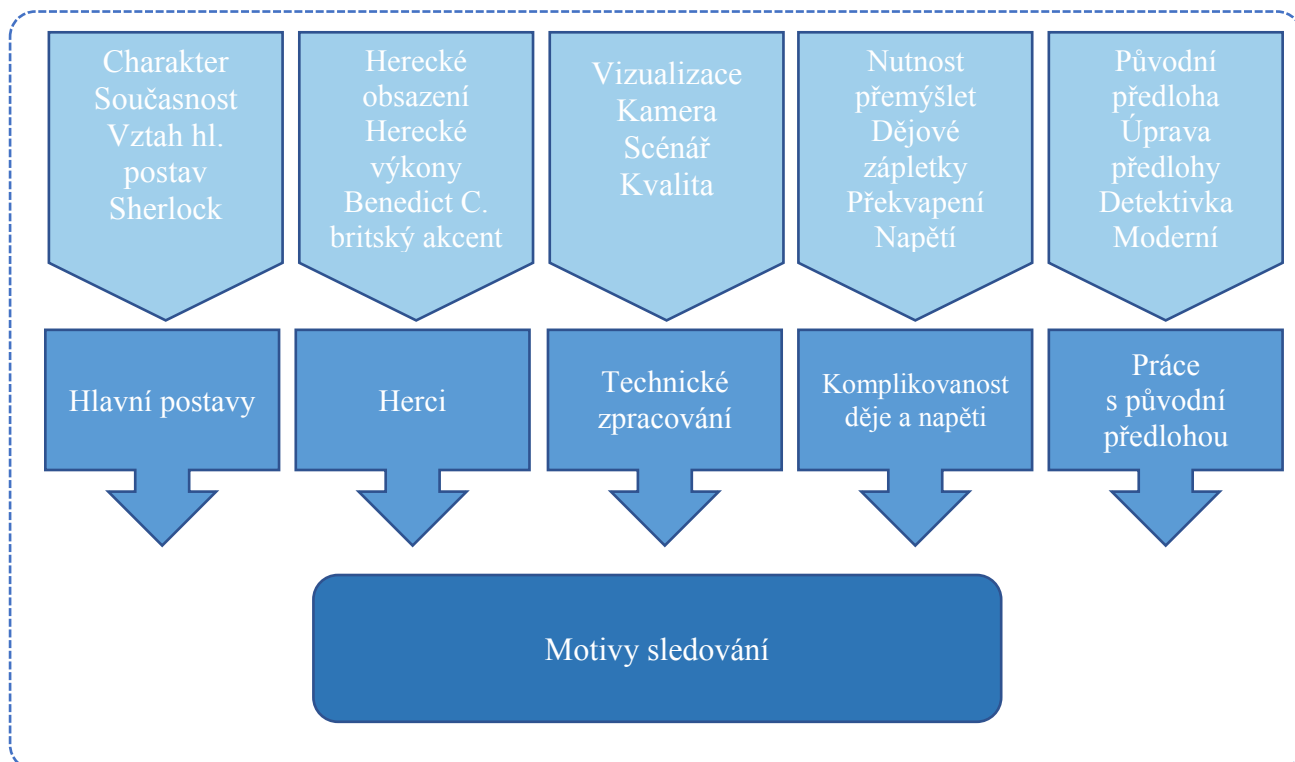
Detailní průběh výzkumu a analýza závěrů bude následovat v kapitole 4.6.4 Výsledky kvalitativních rozhovorů a jejich interpretace.

4.6.4 Výsledky kvalitativních rozhovorů a jejich interpretace

Při vyhodnocování kvalitativních rozhovorů jsem postupovala dle zakotvené teorie a identifikovala jsem celkem dvě hlavní kategorie celé analýzy, a to *motivy*, na jejichž základě fanoušci seriál sledují, a *jednání* fanoušků, které souvisí se sledováním seriálu. Nejprve se v rámci vyhodnocení zaměřím na první kategorii, tedy na motivy sledování, kdy představím jednotlivé kategorie a podkategorie, které jsem identifikovala. Mé vyhodnocení bude podpořeno vybranými citacemi z realizovaných rozhovorů. V další části poté představím i druhou kategorii.

4.6.4.1 Motivy sledování

Otázky v rozhovorech jsem stanovila v souladu s danými výzkumnými otázkami tak, abych dokázala zjistit více podrobností o tom, kdo jsou fanoušci seriálu *Sherlock*. Z analýzy pro mě vyplynula jedna ze dvou hlavních kategorií, a to motivy sledování seriálu, tedy to, proč fanoušci seriál vyhledávají, sledují a mají rádi. Pod tuto hlavní kategorii spadá několik podkategorií, které rozšiřují jednotlivé oblasti motivátorů. Konkrétně se jedná o podkategorie: komplikovanost děje a napětí, technické zpracování, hlavní postavy, herci a práce s původní předlohou, viz názorné schéma č. 1. V následující části se zaměřím na jednotlivé podkategorie a popíši je. Citace fanoušků, které spadají do uvedeného tematického celku, nejvíce pomáhají k zodpovězení jedné z daných výzkumných otázek, a to: *Existují mezi fanoušky shodné motivy pro sledování seriálu?*

Schéma č. 1: Motivy sledování seriálu

Zdroj: vlastní zpracování

Hlavní postavy

Fanoušci se nejvíce vyjadřovali k tomu, že jsou pro ně důležité hlavní postavy, jejich charaktery a vztahy mezi nimi. Obecně jsou v mediálních obsazích postavy nejdůležitější, a ne vždy se tvůrcům podaří je správně napsat. V případě seriálu *Sherlock* se tvůrci inspirovali původním dílem sira Conana Arthura Doylea, ale postavám dali vlastní, jiný rozměr. Kristina uvedla: „Scénáristé si hodně pohráli s osobností Sherlocka samotného a dali jí mnohem větší hloubku a backstory. (...) Už nevidíme jen chladného génia, tak jak ho popsál Doyle, ale Cumberbatchův Sherlock je o dost více lidský – má problémy, je to asociál a podivín, miluje a nenávidí... Je to dost změna, navíc ta arogance, se kterou přistupuje ke světu, je neuvěřitelně dobře ztvárněna a v několika posledních dílech pak roztrhána na cucky.“ Alex zmiňuje výjimečnost seriálu: „(...) pro mě je výjimečný těmi charaktery, které jsou v seriálu obsaženy – ty postavy – natolik mě zaujaly a přirostly k srdci, jsou prostě boží. To se mi u moc seriálů zatím nestalo“.

Fanouškům se líbí, jak tvůrci zasadili postavy do současnosti, do Londýna 21. století, a využívají technologie, které jsou pro moderní dobu typické, např. mobilní

telefony, taxíky. Například Kristina uvedla: „Líbilo se mi, že je v tomto seriálu Sherlock zasazen do moderního prostředí, což není pro uchopení tohoto příběhu typické.“

Fanoušci často zmiňují, že je pro ně zajímavý vztah, jaký mezi sebou mají dvě hlavní postavy, John Watson a Sherlock Holmes. Mají na sebe navzájem velký vliv. Například Michal uvedl: „Líbí se mi postava Johna Watsona, která vyvažuje Sherlockovy výstřelky a doplňuje jeho inteligenci o tu emoční – sociální část.“ Peter k tomuto tématu doplňuje i důležitost Jima Moriartyho, který dle něj „dotváří odvrácenou stranu Sherlocka. Bez něj by nebyl Sherlock Sherlockem“.

Herci

Ruku v ruce s charakterem postav jde i správný výběr herců tak, aby se do svých postav dobře vžili a ztvárnili je důvěryhodně a uvěřitelně. Velmi často fanoušci zmiňovali společně s důležitostí charakteru postav právě výběr vhodného hereckého obsazení a výborné herecké výkony. Anna uvedla: „Nedovedu si představit, jak by kteroukoliv postavu zahrál někdo jiný. Přijde mi, že se herci sžili s postavami a hrají je perfektně.“ Dle Kristýny: „Všichni svým postavám vtiskli nezaměnitelný punc. Všechny ty postavy jsou v předloze dá se říct takové ploché a díky těmto hercům dostávají svůj tvar. A tihle herci taky mezi sebou mají úžasnou chemii.“

Fanoušci zmiňují důležitost hereckého obsazení a výkonu zejména u Benedicta Cumberbatche, Martina Freemana a Andrewa Scotta. I když jsou zde zastánci dvou různých názorů. Pro jednu skupinu je herecké obsazení neodmyslitelnou součástí seriálu a je pro ně stejně důležité jako scénář, resp. charakter postav. Druhá skupina fanoušků zastává názor, že kdyby byl seriál stejně kvalitní, tak by asi nevadilo, kdyby postavy hráli jiní herci. Ale rozhodně se obě skupiny shodují na kvalitních výkonech vybraných hereckých aktérů. Alex uvádí argument jako zastávce druhé skupiny: „Herecké obsazení asi pro mě tolik důležité není. Kdyby ty dva hrál někdo jiný, ale bylo by to tou tvorbou stejně kvalitní – skvělý scénář, technická stránka seriálu by se nezměnila, tak by mi to tolik srdce netrhalo, kdyby tam nebyl Cumberbatch a Freeman. I když je mám rád, nebazíroval bych na nich.“ Oproti tomu Richard jako zastávce první skupiny říká: „Herecké obsazení je důležité, protože hlavní postavy, resp. herci Watsona, Sherlocka a Mycrofta spolu tvoří zajímavou a fascinující kombinaci. Všichni se vzhledově hodí do rolí, které hrají.“

Fanoušci, kteří se vyjádřili tak, že je pro ně důležitý Benedict Cumberbatch, uváděli důvody jako charisma, uvěřitelnost, to, že mu role perfektně sedla a že jim

symbolizuje Sherlocka více než kdokoli předtím. Kristina uvádí: „Herec dává charakteru jeho osobitost. (...) Myslím, že neexistuje nikdo, kdo by dokázal líp portrétovat tu aroganci a génia v jednom.“ Jana k důležitosti Benedicta Cumberbatche říká: „(...) neskutečně se na to hodí. Člověk ho během seriálu miluje i nenávidí, ale celkově ho spíše jenom miluji (smích).“ Někteří fanoušci přišli „na chuť“ Benedictovi Cumberbatchovi až po tom, kdy ho viděli v tomto seriálu.

Důležitá je i herecká dynamika mezi Cumberbatchem a Freemanem. Kristina to zdůvodňuje následovně: „Ten rozdíl mezi Benedictem a Martinem není jen v postavách, které portrétní, ale i hodně vizuální. Benedict je vysoký, štíhlý s ostře řezanými rysy, takový ten aristokrat. Oproti tomu Martin Freeman je malý dobrák s kulatou tváří, který to celé vyvažuje. Takže jako duo k sobě padnou skvěle.“

Martin Freeman je pro fanoušky důležitý například „svou normálností a bezelstností“, jak uvádí František. Oproti tomu u Andrewa Scotta jako Moriartyho je např. podle Blanky důležité to, jak „(...) mistrně předvádí psychopata. Má to šmrnc, jiskru a vtip. Velmi mě baví“. František uvádí, že je pro něj důležitý i Andrew Scott tím, že „(...) předvedl dech beroucí herecké výkony srovnatelné s Jokerem Heatha Ledgera z Nolanovské Batmanovské série“.

Fanoušci jsou většinou příznivci britské tvorby a celkově i Velké Británie a na seriálu je baví například i britský akcent.

Technické zpracování

Z rozhovorů vyplynulo, že fanoušci si uvědomují technickou stránku seriálu a hodnotí ji jako velmi kvalitně provedenou. Nejčastěji zmiňují, že v seriálu můžeme vidět myšlenky Sherlocka a například textové zprávy, zobrazené na obrazovce, a divák tak může nahlédnout do toho, co se děje a nad čím Sherlock přemýšlí. Fanoušci uvádí tento prvek jako netradiční, s jakým se téměř nikdy ještě nesetkali. Kristina uvádí: „Líbilo se mi, (...), že jsou hodně dobře znázorněny analytické schopnosti našeho moderního Sherlocka skrze počítačovou grafiku.“

Kromě tohoto interaktivního prvku fanoušci oceňují i střih, kameru, režii, hudbu, délku stopáže atp. Alex to vykresluje následovně: „Když to vezmu z technického hlediska seriálové tvorby – má to neobvyklý střih, kamerové záběry a líbí se mi různé flashbaky, které jsou obsaženy téměř v každé epizodě. Ne moc tvůrců seriálu to dělá, i když se to teď dostává do módy.“ Další technické prvky zmiňuje Peter: „Využití slow motion a zastavování obrazu s následným vysvětlením, proč tomu je tak nebo tak, je

specifické spíše pro filmy.“ Flashbacky a další práce s časem v seriálu je součástí narativní komplexnosti, o které se zmiňuji v teoretické části práce.

Komplikovanost děje a napětí

Fanoušci, s nimiž probíhaly kvalitativní rozhovory, velmi často uváděli, že je pro ně na seriálu atraktivní to, že je seriál komplikovaný, je nutné se nad ním zamyslet. Má pro ně zajímavé dějové zápletky a momenty překvapení a zvratů, které často nelze očekávat. Blanka uvedla: „Seriál sleduji, protože mě baví napětí v něm a složitost zápletek. Líbí se mi, že při jeho sledování musím přemýšlet a do poslední chvíle nevím, jak to vlastně dopadne.“ Fanoušek Michal k tomuto uvádí: „Není moc dopředu jasné, co se stane. Nelze odhadnout moc další kroky, je překvapivý, to mě na seriálu baví. Až moc často se stává, že jsou seriály a filmy přímočaré, a to mě nebaví.“

Seriál fanoušky vtáhne do děje a je pro ně jedinečný a výjimečný a těší se z každého dalšího dílu. Což ilustruje například vyjádření Anny: „Seriál je výjimečný (...) sledovala jsem ho vždycky se zaujetím a napětím od začátku do konce. Konec mě vždycky překvapil nečekaným zvratem a nemohla jsem se dočkat dalšího dílu.“

Peter vyzdvihuje tenkou dějovou linku, která se prolíná napříč seriálem: „Nejvíce mě zaujalo skvělé zasazení původních příběhů do současnosti a hlavně mistrovsky skrytá tenká linka, která se line celým seriálem až ke skvělému konci ve čtvrté sérii.“ Respondentům tuto mnohvrstevnatost příběhů hodnotí jako neobvyklý prvek, který je zaujal. „Často to jsou dost oddělené díly, jen s tenkou linií, která vyvrcholí na konci série,“ říká Michal. Tento jev je charakteristický pro novou narativitu, která se nově uplatňuje v mediálních obsazích, tzv. narativní komplexnost. V seriálu jsou dějové linky, které se uzavrou v rámci jednoho dílu, a poté jsou další, které vedou napříč sérií či celým seriálem. Seriál využívá kombinaci dvou druhů serialit, polonávazné a rozrušující. Oba druhy popisují v teoretické části práce.

Práce s původní předlohou

Mezi fanoušky se vyskytují dvě skupiny: ti, kteří znají a četli původní literární předlohu seriálu a mají ji velmi rádi, a ti, kteří o předloze sice slyšeli, ale nikdy ji nečetli a nebyli vůči ní nijak vymezení. Někteří fanoušci původní literární předlohy se zpočátku seriálu bránili, obávali se, že dojde ke zkažení původního díla, jiní byli zvědaví na to, jak si tvůrci poradí se zasazením díla do moderní doby. Ale všichni následně byli rádi, že jim známí seriál doporučili a vychválili natolik, že se na něj začali dívat a zjistili, že

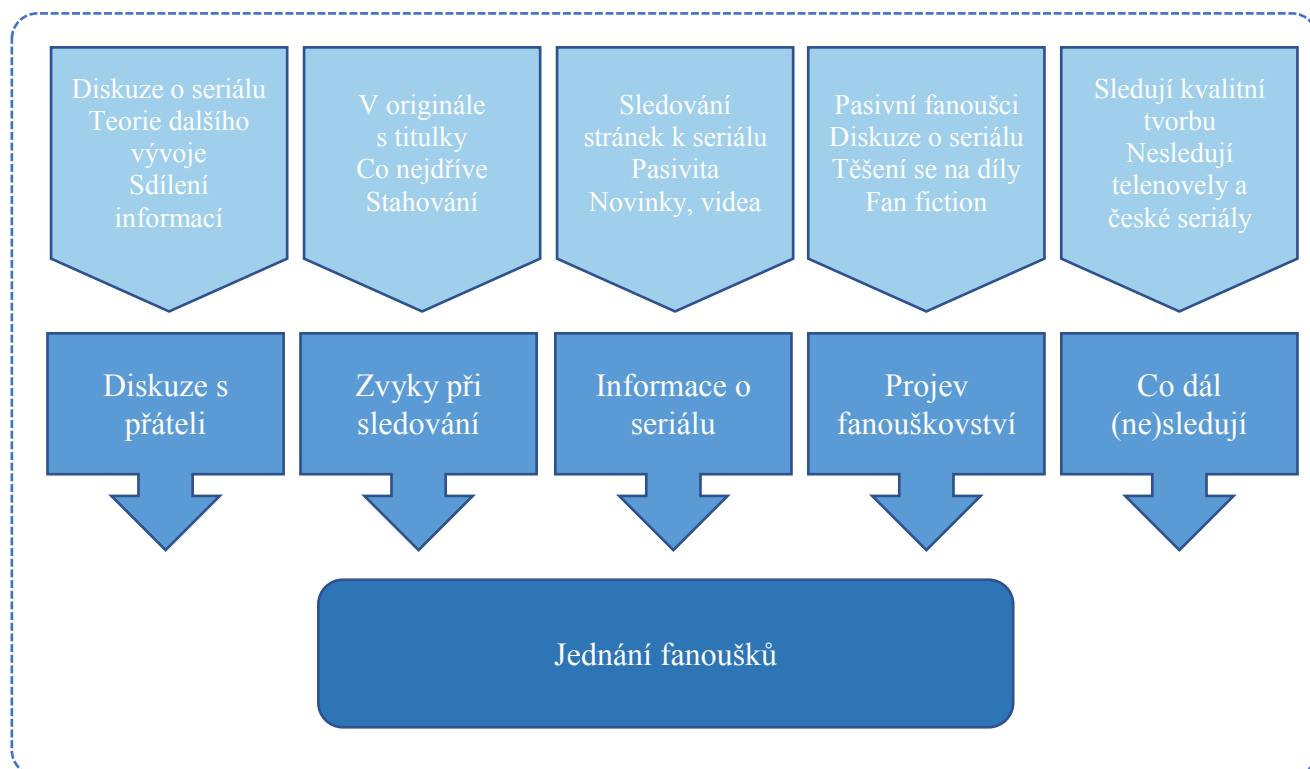
jde o opravdu zdařilou adaptaci. Kristýna, která patří k těm, kteří obdivují původní literární kánon, uvádí: „Taky se mi strašně líbilo, že si seriál s původní předlohou hraje, nesnaží se držet kánonu, ale rozvíjí svoje vlastní zajímavé zápletky, přizpůsobuje původní charaktery současné době, ohýbá je a překrucuje, ale bez toho, aby to působilo násilně nebo rušivě. Taky jsou tam v každém díle nějaké trefné nebo vtipné narážky na původní literární dílo.“

Fanoušci vnímají právě uchopení příběhu Sherlocka a přesun děje do moderního dvacátého prvního století jako velmi zdařilý, kvalitní a zajímavý počín. Pro Kristinu je „výjimečný scenáristikou a skvělým uchopením příběhu samotného Sherlocka“. Kateřině se „líbí netradiční pojetí klasiky, skvělé herecké obsazení a zbožňuju britský přízvuk“.

4.6.4.2 Jednání fanoušků

Druhou hlavní kategorií, kterou jsem v rámci analýzy rozhovorů získala, charakterizuje, jakým způsobem se fanoušci seriálu *Sherlock* chovají vzhledem k seriálu. Identifikovala jsem následující podkategorie, které více rozepíši v následující části a doplním o citace z rozhovorů: diskuze s přáteli, zvyky při sledování, informace o seriálu, projev fanouškovství a co dál (ne)sledují, viz následující schéma č. 2. Citace fanoušků, které spadají do této hlavní kategorie, nejvíce pomáhají k zodpovězení jedné z daných výzkumných otázek, a to: *Existují mezi fanoušky zákonitosti/ustálené zvyky chování při sledování seriálu (je skupina homogenní, nebo heterogenní)?*

Schéma č. 2: Jednání fanoušků



Zdroj: vlastní zpracování

Diskuze s přáteli

Fanoušci rádi sdílejí informace, názory a teorie k seriálu s dalšími lidmi. Ale diskutují spíše se svými kamarády-fanoušky, o nichž ví, že seriál sledují, nežli by vyhledávali fanoušky seriálu, které například neznají, a diskutovali s nimi na diskuzních fórech či na facebookových stránkách, které se váží k seriálu. Kateřina uvádí: „O seriálu se bavíme s kamarády nebo rodinou, kteří jej také sledují.“ Hana popisuje: „Po shlédnutí dílu se o nich bavíme s dalšími fanoušky, hlavně jak pochopili děj dílu.“ Alex se k diskuzi vyjadřuje: „Není to (...), že bych se zapojoval do nějakých fanouškovských aktivit oficiálně, ale protože mezi mými kamarády je strašná spousta fanoušků *Sherlocka*, tak (...) se často o seriálu bavíme.“ Honza ke svým zvykům říká: „S několika kamarády *Sherlocka* sledujeme společně a poté diskutujeme, co se v seriálu odehrálo a jaké jsou další možné vývoje postav a dějových linek.“

Jednání fanoušků, s kterými jsem dělala rozhovor, je v tomto směru spíše náhodné. Při setkání s přáteli se o seriálu pobaví, ale většinou je nevyhledávají záměrně jen za tímto účelem.

Zvyky při sledování

V rámci této podkategorie jsou fanoušci poměrně konzistentní. Většinou sledují seriál v originále s českými, někdy i anglickými titulky a vyhledávají díly co nejdříve po premiéře, případně během premiéry sledují živý streaming z BBC. Seriál sledují také, když je příležitost a chuť, a rádi si ho zpříjemní něčím dobrým „na zub“. Seriál získávají hlavně stahováním z internetu. Peter uvedl: „Sleduji v originálu s anglickými titulky. Překlad umí zabít smysl některých scén. (...) Hlavní je mít kvalitní verzi a originál bez dabingu.“ Alex sleduje „v originále s českými titulky a sleduji to co nejdřív po tom, co to vyjde. Jakmile jsou hotové titulky, tak se dívám. Do pár dnů po odvysílání a stahuji ho z internetu.“

Někteří fanoušci seriál začali sledovat později, většinou na základě doporučení svých přátel či kladných recenzí na internetu. Zuzana ke svým zvykům říká: „Kdysi mi někdo říkal, že je to skvělé. Tak jsem si pustila jeden díl. A ještě ten víkend všechny ostatní. Je to prostě naprosto specifický seriál, který je naprosto skvělý. (...) U třetí série jsem si počkala dlouho na začátek a pak koukala po stažení dílu a následně titulků. Tuhle poslední jsem sledovala live z BBC – nač čekat!“

Informace o seriálu

Fanoušci chtějí být většinou informováni o novinkách k seriálu, ale přistupují k tomu poměrně pasivně. Většinu informací získávají od přátel a známých, kteří seriál sledují. Případně se k nim dostanou náhodně, když se objeví v news feedu na Facebooku, případně na Twitteru. Sledují totiž některé stránky, které se seriálu týkají, např. Sherlockology či oficiální stránku seriálu. Fanoušky zajímají novinky, videa z natáčení, informace ze zákulisí nebo ukázky nových dílů. Kristina popisuje: „Čerpám z edna nebo serialzone, občas se mi něco objeví ve feedu na sociálních sítích. Aktivně je většinou nevyhledávám. (...) Sleduju Sherlockology na Twitteru kvůli hláškám a novinkám, jinak nic.“

V rámci informací o seriálu se také zajímají o různé teorie a další vývoj seriálu. Anna sice nevyhledává kontakt s fanoušky, ale říká: „Diskuze jsem samozřejmě četla a porovnávala jejich teorie s mými. Bavilo mě číst různé teorie o tom, co, proč a jak se stalo (...) Sleduji na FB stránku Sherlockology a oficiální stránku seriálu. Abych věděla nejnovější informace a taky jsou tam zajímavá videa z natáčení, rozhovory, různé spekulace a tak.“

Projev fanouškovství

V rámci rozhovoru mě zajímalo, zda se fanoušci aktivně projevují v rámci fanouškovské základny a zda navštěvují nějaká fanouškovská setkání či zda píše povídky (fan fiction) k seriálu. V rámci daného výzkumného vzorku jsem měla pouze dva respondenty, kteří se takto projevují. Zbytek respondentů se považuje za fanoušky, ale spíše pasivního, kteří se neprojevují veřejně.

Dva aktivnější fanoušci z výzkumného vzorku mají zkušenosti s festivaly fantasy, večírky, které byly uspořádány na téma Sherlocka, nebo třeba s psaním či čtením fan fiction; jeden z nich byl dokonce v Londýně na výletě za natáčecími lokacemi seriálu. Alex uvádí: „Píšu fan fiction na Sherlocka. Jeden rok jsem dokonce celou soutěž DMD¹³, všechny drabbly¹⁴, vystavil na dílech o Sherlockovi. (...) Před pár lety jsme se ženou cosplayovali postavy ze Sherlocka a pořádali jsme na toto téma večírky.“

Fanoušci, kteří se považují za spíše pasivní, se projevují tak, že je zajímají informace o seriálu, dívají se na seriál co nejdříve po premiéře a na další epizody se těší. Hana uvádí: „Nejsem takový druh fanouška, aby mi seriál zasahoval více do soukromého života. A to u žádného seriálu ani filmu. Jsem spíše ta pasivní... Ráda se o seriálu pobavím s přáteli a na seriál se podívám, ale větší aktivitu nemám.“ Blanka říká: „Seriál mi do soukromí nezasahuje, jsem v tomto směru dost pasivní fanoušek. Vlastně ani neznám nikoho ve svém okolí, kdo by se takto choval (pozn. autorky: kupování upomínkových předmětů, psaní povídek či účast na setkáních) ve vztahu ke svému oblíbenému seriálu. Neznám nikoho, kdo by psal povídky nebo chodil na nějaká setkání. Je to svět, který je pro mě dost neznámý.“ Anna se vůči aktivitám typu psaní fan fiction, účast na setkáních či kupování upomínkových předmětů vyjádřila takto: „Až takový fanoušek – fanatik nejsem.“

V rámci těšení se na seriál se všichni oslovení fanoušci shodli, že se na každou epizodu velmi těšili. Ale mezi nimi panuje rozpor v otázce, zda se těší/chtějí, aby byla natočena další, pátá řada. Jedna skupina fanoušků by si další řadu přála, nevidí totiž ve čtvrté sérii kvalitativní pokles. Oproti tomu druhá skupina se obává, že by se kvalita seriálu mohla zhoršovat, protože nebyli zcela nadšení ze čtvrté řady. Kristýna je zastánkyní druhé skupiny a tvrdí: „V minulosti jsem se těšila, teď už mám pocit, že nic se nemá přehánět.“ Anna to vnímá podobně: „Teď mi připadá, že je to už ukončené a už

¹³ DMD je zkratka pro akci Duben Měsíc Drabble.

¹⁴ Drabble je literární útvar o přesně sto slovech.

bych dál nepokračovala. I když, když natočí nějaký bonusový díl, tak se zlobit nebudu.“ Oproti tomu Alex i Honza věří tomu, že seriál ještě svou kvalitu neztratil. Honza doplňuje: „(...) je tam mnoho prostoru k tomu ještě vzít některé povídky z původního kánonu a inspirovat se jimi. Věřím, že pátá série bude a bude na kvalitní úrovni.“ Alex se vůči názoru druhé skupiny vymezuje: „Doufám, že to bude ještě dál pokračovat, že natočí další série. Nesouhlasím s tvrzením, že by ta kvalita seriálu šla do kyttek. Mě se ta čtvrtá série líbila strašně moc, jako druhá série se mi líbí asi nejvíc, ale já jsem v tom žádný kvalitativní úpadek nezaznamenal, naopak... Ty postavy dozrály do lepšího stavu.“

Co dál (ne)sleduji

Alex, který se pohybuje mezi poměrně velkým množstvím fanoušků *Sherlocka*, uvedl: „Přijde mi, že obecně lidi z komunity *Sherlocka* mají velký záběr seriálů – hodně se liší v jejich výběru.“ Tímto tvrzením vystihl situaci, která jednak vyplynula z provedeného kvantitativního výzkumu a byla potvrzena i v rámci těchto kvalitativních rozhovorů. Ale pokud bychom se snažili najít nějaký společný jazyk celé skupiny, došli bychom obecně k závěru, že fanoušci vyhledávají kvalitní zahraniční tvorbu seriálů, která často využívá prvků narativity nového typu, popsaného v teoretické části. Vyhýbají se nekvalitním seriálům, telenovelám, nekonečným a českým seriálům. Mezi žánry, které sledují, patří například detektivky, sci-fi, fantasy a drama.

Anna uvádí: „Nejradši mám seriály, které mají nějaký příběh, kdy musím přemýšlet co, proč a jak. Má zapeklité vztahy a situace jako např. Dexter, Breaking Bad nebo Suits. (...) Nemám ráda telenovely a seriály jako Ordinace v růžové zahradě. Přijdou mi bez nápadu a bezduché. U nich se nemusí přemýšlet a přijdou mi úplně bezmozkové.“

Zuzana potvrzuje rozdílnost výběru: „Je to hodně různé, sleduji velmi rozdílné typy seriálů. Koukám hodně na britskou tvorbu a pak různé CBS apod. Takže pod to spadají sitcomy, britcomy, ale i různá drama. Důležitá je pro mě story linka.“ Terezie výše zmíněná tvrzení doplňuje: „(...) záleží mi na tom, jaký to má příběh a jestli to má hlavu a patu a něčím mne to zaujme. Záleží na tom, jakou má člověk náladu.“

4.7 Shrnutí výsledků z obou výzkumů

V rámci této kapitoly bych ráda shrnula výsledky obou provedených výzkumů. Tedy jak kvantitativního dotazníkového šetření, tak i kvalitativních polostrukturovaných

rozhovorů. Zaměřím se zejména na popsání fanouška seriálu a zodpovězení výzkumných otázek.

Výsledky kvalitativních rozhovorů korespondují s výsledky dotazníkového šetření a dále rozvíjí charakteristiky fanoušků, konkrétně motivátory sledování seriálu a jednání fanoušků při sledování.

Nejprve bych ráda zodpověděla první výzkumnou otázku, která zní: *Existují mezi fanoušky zákonitosti/ustálené zvyky chování při sledování seriálu (je skupina homogenní, nebo heterogenní)?* Na základě výsledků obou výzkumů vyplynulo, že v mnoha oblastech fanoušci jednají velmi podobně, skupina je tedy spíše homogenní, co se chování a jednání týče. Jde zejména o kategorii zvyků při sledování seriálu, sledování informací a projevu fanouškovství. Fanoušci sledují seriál v originále hlavně s českými titulky, co nejdříve po premiéře a stahují ho z internetu. Informace získávají ze sledování stránek k seriálu, hlavně na sociálních sítích, ale spíše je přijímají pasivně, než aby je aktivně vyhledávali. Zajímají je bonusové informace (novinky, videa z natáčení, informace ze zákulisí, ukázky nových děl, rozhovory), které tvůrci publikují a také občas i teorie k dalšímu možnému vývoji seriálu. Tyto bonusové informace, které často produkují buď sami tvůrci, nebo fanoušci, jsou důsledkem změny narativity, tedy tzv. transmediálního vyprávění příběhů a kultury konvergence, což znamená, že jsou fanoušci aktivně zapojeni do příběhu; více o této teorii je v kapitolách 1.1.5 a 1.5.

Podle rozhovorů se jako fanoušci projevují spíše pasivně, oproti tomu v rámci dotazníkového šetření se ukázala o trochu větší aktivita, například častěji si informace aktivně vyhledávají a pátrají po nich. Z teoretického hlediska bychom je mohli označovat za *kultisty* a *sledovatele*. To jsou ti, kteří konzumují specializované pořady a organizují se do volnějších skupin, a ti, kdo si pečlivě vybírají pořady, které uspokojí jejich zájmy. Na pořady se dívají vícekrát a často o nich mluví; viz teoretická část, kapitola 1.5. To, že se fanoušci dívají na seriál (jednotlivé díly) opakovaně, se v rámci dotazníkového šetření potvrdilo.

Většina dotazovaných se o seriálu ráda baví s přáteli a také ráda seriál doporučuje těm, kteří ho doposud neznali – uvádějí to jako projev svého fanouškovství.

Výběr dalších mediálních obsahů – seriálů, které fanoušci *Sherlocka* sledují, je velmi pestrý. Fanoušci sledují různé žánry a každého zajímá jiná tematika. Ale došlo ke shodě v tom, že seriály, které sledují, jsou kvalitní a ze zahraniční produkce. Nejčastěji byly jmenovány seriály *Teorie velkého třesku*, *Hra o trůny* nebo *Přátelé*. Většina fanoušků jak v dotazníkovém šetření, tak i v rozhovorech uvedla, že nevyhledává

seriály typu telenovely a nekonečné seriály. Často uváděli, že se vyhýbají českým seriálům typu *Ulice* či *Ordinace v růžové zahradě*. Zkrátka seriálům, které platí za bezduché a nekvalitní.

Druhá výzkumná otázka se zabývá demografickými rysy fanoušků: *Existují mezi fanoušky shodné demografické rysy?* V rámci dotazníkového šetření byly definovány shodné demografické rysy u většiny fanoušků. Fanoušci jsou převážně ženy, ve věku 21–26 let, mají vysokoškolské vzdělání, případně středoškolské s maturitou, a právě studují. Bydlí ve velkých městech s více než 100 000 obyvateli. Jsem si vědoma toho, že tento výsledek může být do jisté míry zkreslen tím, v jakém prostředí se pohybují, ale snažila jsem se zkreslení co nejvíce eliminovat tím, že jsem dotazníky distribuovala hlavně do fanouškovských skupin seriálu a do diskuzí, kde se vyskytuje větší množství fanoušků (např. edna.cz); více bude následovat v kapitole 4.8 Limity výzkumů a doporučení.

Třetí výzkumná otázka zněla: *Spojuje fanoušky seriálu představitel hlavní role, nebo spíše postava Sherlocka?* Na tuto otázku jsem nenalezla jednoznačnou odpověď. Pro většinu fanoušků je Benedict Cumberbatch důležitý a považují ho za osobnost, která seriálu dává „šmrnc“ (společně s dalšími herci). Zároveň však uvádí, že je pro ně důležitá postava a její charakter a v některých případech by si dovedli představit, že místo Benedicta Cumberbatche byl jiný herec. Proto bych odpověď na tuto otázku shrnula tak, že fanoušci považují za důležité jak herecké obsazení seriálu, tak i charakter postav. Fanoušky tedy spojuje jak představitel hlavní role, tak i postava Sherlocka. Je to neoddělitelná součást seriálu, která motivuje fanoušky k jeho sledování.

Poslední výzkumnou otázkou je: *Existují mezi fanoušky shodné motivy pro sledování seriálu?* V tomto případě bylo zjištěno několik motivátorů, které jsou důvodem pro sledování seriálu. Mezi nejzásadnější patří scénář, ztvárnění postav, to, jaké mají charakter, také herecké obsazení a výkony, dále kvalitní technické zpracování seriálu. U technického zpracování se respondentům líbí práce se střihem a kamerou a také to, jakým způsobem jsou zobrazovány myšlenkové pochody Sherlocka graficky na obrazovce. Rovněž je zaujala práce s časem, tedy např. použití flashbacků. Pro fanoušky je důležité i to, že seriál má komplikovanou dějovou linku a je nutné se nad dějem zamyslet. Do poslední chvíle není jasné, jak se zápletka vyvine, a to fanoušky baví. Líbí se jim i práce s původní předlohou a její převedení do současnosti, které se dle jejich slov velmi povedlo.

4.8 *Limity výzkumů a doporučení*

Provedené výzkumy byly velmi přínosné a pomohly blíže určit charakteristiku fanoušků seriálu *Sherlock*, jejich jednání, postoje a motivátory ke sledování seriálu. I přesto je potřeba zmínit limity, které výzkumy mají. Abych předešla omezení, které se odvíjí od volby druhu výzkumu, zvolila jsem jak kvantitativní dotazování, tak i kvalitativní. Tím jsem se snažila, aby nedošlo k ovlivnění výsledků osobou výzkumníka a jeho subjektivním pohledem na daný problém, které hrozí u kvalitativního výzkumu. Zároveň jsem se snažila jít do hloubky problematiky a zjišťovat důvody jednání a chování právě kvalitativním výzkumem; kvantitativní výzkum hlubší porozumění většinou nenabízí. Výsledky obou výzkumů nelze generalizovat na celou populaci, které se zkoumaná problematika týká.

Výzkum byl také částečně limitován šíří a strukturou analyzovaných vzorků respondentů. Kvantitativní dotazníky byly vyplněny pouze lidmi, kteří byli ochotni dotazník vyplnit, totéž platí i u kvalitativních rozhovorů. Snažila jsem se, aby nebyl výzkumný vzorek omezen věkem tím, že jsem dotazník distribuovala do různých skupin. Bohužel krajní hodnoty – tedy diváci mladší 15 let a starší 46 let ve výzkumném vzorku zastupují menšinu, tudíž nebylo možné zjistit, zda seriál sledují a jsou jeho fanoušky. Dalším limitem je genderová nevyrovnanost, jak u kvantitativního, tak i kvalitativního výzkumu, která ale mohla být způsobena tím, že seriál je opravdu populárnější spíše u žen než u mužů, ale toto je pouze domněnka, která by vyžadovala další zkoumání.

I přesto, že byl dotazník distribuován na různé webové stránky, kde se fanoušci vyskytují, pravděpodobně mohlo dojít ke zkreslení tím, v jaké skupině lidí se pohybují. To znamená primárně mezi studenty, kteří jsou v podobném věku jako já. Výzkum tedy není možné považovat za reprezentativní a jeho výsledky nemůžeme vztahovat na celou populaci. Pokud bychom chtěli reprezentativní výzkum, bylo by nutné věnovat více času výběru výzkumných vzorků, ale to bohužel není v časových kapacitách výzkumníka možné.

Zajímavý a přínosný by mohl být výzkum, který by rozšiřoval tuto diplomovou práci, zaměřený na rozhovory s účastníky setkání fanoušků *Sherlocka*; více by se prozkoumalo chování velmi aktivních členů fanouškovského publika. Případně by bylo zajímavé se zaměřit na atypického fanouška, tedy toho, který se vymyká demografickým charakteristikám fanouška (vyšší věk, nižší vzdělání atp.).

Závěr

Diplomová práce se zabývá zejména tím, kdo jsou fanoušci seriálu BBC *Sherlock*. Snaží se najít společné rysy a charakteristiky fanoušků. Tyto charakteristiky fanoušků byly zjišťovány pomocí dvou výzkumů. Prvním výzkumem bylo kvantitativní dotazníkové šetření, druhý výzkum spočíval v kvalitativních rozhovorech s fanoušky. Cílem prvního výzkumu bylo zjistit demografické rysy diváků a fanoušků a také se dozvědět, jaké jsou jejich základní zvyky při sledování seriálu. Kvalitativní rozhovory měly za cíl zjistit důvody sledování seriálu, názor na seriál a projevy fanouškovství. V rámci obou výzkumů mě také zajímalo, jak důležitá je pro fanouška osoba protagonisty Sherlocka Benedicta Cumberbatche a postava, kterou ztvárňuje.

Teoretická část práce ukázala obraz proměn v oblasti technologií a vývoje médií, které vedly ke změně chování publika a výběru mediálních obsahů. Byla také představena typologie seriálu. Dále se tato část věnovala konkrétním teoriím, které souvisí s výše uvedenými jevy a se změnou narativity mediálních obsahů, např. kultura konvergence, transmediální narativita příběhů či komplexní narativita. Tyto změny a teorie souvisí i s problematikou publik, v jejímž rámci byla představena například teorie užití a uspokojení a také koncept pasivního versus aktivního diváka. S ohledem na předmět práce byla část teorie věnována fanouškovství a fandomům.

Pro zasazení do kontextu bylo důležité představit původní literární předlohu, jejího autora sira Arhura Conana Doylea a také důležitá filmová a televizní ztvárnění. Dále byl uveden seriál *Sherlock* a jeho důležité charakteristiky.

V rámci praktické části byla představena metodologie obou výzkumů a jejich následné vyhodnocení, včetně jejich interpretace. Závěr byl věnován shrnutí výsledků z obou výzkumů a také jejich limitům a doporučením na další rozšíření této práce.

Analytická část dává odpovědi na definované výzkumné otázky, které jsou popsány výše. Bylo zjištěno, že fanoušci vykazují podobné zvyky při sledování seriálu, fanouškovská skupina je tedy spíše homogenní. Mezi fanoušky existují i shodné demografické rysy: fanoušek je ve věku 21–26 let, vysokoškolsky vzdělaný nebo se středoškolským vzděláním s maturitou a aktuálně studuje. Bydlí ve velkých městech nad 100 000 obyvatel. Fanoušci vnímají Benedicta Cumberbatche jako osobnost a je pro ně důležitý jak on, tak i postava, kterou ztvárňuje, tvoří dohromady ideální celek, i spolu s ostatními herci a charaktery. Motivy pro sledování seriálu jsou také velmi podobné. Společným jmenovatelem je kvalita seriálu, ať už v rámci scénáře, charakterů postav,

hereckého obsazení a výkonů, nebo technického zpracování seriálu. Velmi bylo vyzdvihováno i to, jak si seriál poradil s původní literární předlohou a převedl ji do současnosti. Fanoušci rádi diskutují o seriálu se svými přáteli a seriál dále doporučují, také sledují stránky, které se seriálem souvisí.

Jako důležité poznání vnímám, že diváci oceňují, jak seriál využívá zajímavých a netypických prvků, odpovídajících teoretickým konceptům, které jsem popsala v teoretické části (např. transmedialita či komplexní narativita).

Na základě výše popsaných skutečností se domnívám, že došlo ke splnění cíle stanoveného v úvodu této diplomové práce, kterým bylo zjistit, kdo tvoří české fanouškovské publikum seriálu BBC *Sherlock*. I přesto je důležité si uvědomit, že z provedených výzkumů nelze vyvozovat obecně platné závěry o tom, jaké je české fanouškovské publikum jako celek. Výzkumy proběhly na relativně velkém počtu respondentů, avšak ani to neobsáhlo, co se týče reprezentativity, všechny charakteristiky a názory, které se pojí s fanoušky a seriálem *Sherlock*. Výzkumy tedy nabízí především vhled do toho, jaký mají převážně vysokoškolští studenti názor na seriál *Sherlock* a jaká je motivace jeho sledování, jakož i další mediální obsahy, o které se zajímají. I přes výše uvedené limity si myslím, že jsou výsledky obou výzkumů zajímavé a mohou být přínosné v rámci výzkumu publik.

Summary

The diploma thesis deals especially with the question who are the fans of the BBC *Sherlock* series. It tries to find common features and characteristics of the fans. These fan characteristics were found out on the basis of two surveys. The first one was a quantitative questionnaire survey, the second one consisted of qualitative interviews with fans. The aim of the first survey was to find out the demographic characteristics of the audience and the fans, as well as to find out their basic habits when watching the series. The qualitative interviews were aimed at finding out the reasons for watching the series, the opinion about the series and the features of the fandom. In both surveys, I was also interested in how important for the fans is the personality of Benedict Cumberbatch and the character he is performing.

The theoretical part of the thesis showed the changes in media technologies and development that led to a change in the audience behavior and the selection of media content. A typology of the series was also introduced. In addition, this part dealt with specific theories that relate to the above mentioned phenomena and the change in the media contents narrative, such as the convergence culture, transmedia storytelling, or narrative complexity. These changes and theories are also related to the issue of audiences, which include the theory of use and satisfaction, as well as the concept of passive versus active viewers. With regard to the subject of the thesis, the theoretical part mainly dealt with fans and fandoms.

To fit into the context, it was important to present the original literary masterpiece and its author Sir Arhur Conan Doyle, as well as some important film and television adaptations. The *Sherlock* series and its important characteristics were also described.

In the practical part, the methodology of both surveys and their subsequent evaluation, including their interpretation, were presented. In conclusion, the results of both surveys as well as their limits were summarized and a recommendation for further extension of this thesis was given.

The analytical part gave answers to the above defined survey questions. It has been found out that the *Sherlock* fans have similar habits in watching the series, so the fan group is rather homogeneous. There are similar demographic features among the fans: the fan is between 21 and 26 years old, graduated from a college, or has a high school education with a school-leaving exam and is currently studying. He/she lives in

a large city with 100,000 and more inhabitants. The fans perceive Benedict Cumberbatch as a personality and he is important to them, just as the character he performs, both forming together an ideal whole, along with other actors and characters. The motives for watching the series are also very similar. The common denominator is the quality of the series, regarding the script, the characters, actors and their performance, as well as the technical arrangements. It was also highlighted how the series adapted the original literary work and transposed it to the present. The fans like to discuss the series with their friends, they also recommend it and watch web sites related to the series.

I regard as important that the *Sherlock* fans appreciate the use of interesting and atypical elements in the series corresponding to the theoretical concepts I have described in the theoretical part (e. g. transmedia storytelling or narrative complexity).

On the basis of the above-mentioned facts, I believe that the objective set out in the introduction of this diploma thesis, which was to find out who are the Czech fans of the BBC *Sherlock* series, was fulfilled. Nevertheless, it is to realize that no generally valid conclusions about what the Czech fans in general are, can be drawn on the basis of the survey. It was conducted with a relatively large number of respondents, but it did not cover, as for representativeness, all the characteristics and opinions related to the fans and the *Sherlock* series. The survey offers an insight into the predominantly high school students' perception of the *Sherlock* series and what are their motives for watching it, as well as other media content of interest. In spite of the above limits, I think that the results of both surveys are interesting and would be beneficial regarding an audience research.

Seznam použitých zdrojů

ABERCROMBIE, Nicholas a Brian LONGHURST. 1998. *Audiences*. London: Sage Publications, 1998. ISBN 0-8039-8961-X.

BARNES, Alan. 2011. *Sherlock Holmes on screen: the complete film and TV history*. London: Titan Books. ISBN 978-0-85768-776-0.

BARTOŠEK, Luboš. 1979. *Dějiny československé kinematografie*. Díl 1, Němý film 1896–1930. Praha: Stát. pedagog. nakl. Dějiny československé kinematografie.

BERGER, Arthur Asa. 2014. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE. ISBN 978-1-4522-5657-3.

BERKER, Thomas et al. 2006. *Domestication of Media and Technology*. Maidenhead: Open University Press. ISBN 0-335-21768-0.

BIGNELL, Johnatan. 2013. *An introduction to television studies*. 3rd ed. London: Routledge. ISBN 978-0-415-59817-0.

Biography. © 2000–2017. *Arthur Conan Doyle* [online]. UK: The Sir Arthur Conan Doyle Literary Estate [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.arthurconandoyle.com/biography.html>.

BOOTH, Paul. 2011. Memories, Temporalities, Fictions: Temporal Displacement in Contemporary Television. *Television & New Media* [online]. 12(4), s. 370–388 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476410392806>.

BRUNS, Axel. 2008a. Reconfiguring Television for a Networked, Produsage Context. *Media International Australia* [online]. 126(1), s. 82–94 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1329878X0812600110?journalCode=miad>

BRUNS, Axel. 2008b. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang. ISBN 978-0-8204-8867-7.

CARPENTIER, Nico, Peter DAHLGREN a Francesca PASQUALI. 2013. Waves of media democratization: A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online]. 19(3), s. 287–294 [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856513486529>.

Co je to HD. © 1996–2017. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize [cit. 2017-02-08]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/technika/obraz-s-vysokym-rozlisenim/co-je-to-hdtv/>.

COULDRY, Nick. 2008. Mediatization or mediation? Alternative understanding of the emergent space of digital storytelling. *New Media Society* [online]. 10(3), s. 373–391 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <http://ejc.sagepub.com/content/19/1/87>.

CREEBER, Glen. 2004. *Seriál Television: Big Drama on the Small Screen*. London: British Film Institute. ISBN 1-84457-021-5.

CURTIN, Michael. 2009. Matrix Media. In TURNER, Graeme a Jinna TAY. *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era*. New York: Routledge, s. 9–20. ISBN 978-0-415-47770-3.

ČERMÁK, Jiří. 2003. *Internet a autorské právo*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Linde. ISBN 80-720-1423-4.

DALY, Kristen. 2010. Cinema 3.0: The Interactive-Image. *Cinema Journal* [online]. Austin: University of Texas Press 50(1), s. 81–98 [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: http://www.academia.edu/2899184/Cinema_3.0_The_Interactive-Image.

DISMAN, Miroslav. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0139-7.

DOYLE, Arthur C. 1924. *Memories and Adventures* [online]. London: Hodder&Stoughton [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <http://gutenberg.net.au/ebooks14/1400681h.html>.

ELLIS, John. 2000. *Seeing things: television in the age of uncertainty*. New York: I. B. Tauris. ISBN 18-606-4489-9.

GILDER, George F. 1994. *Life after television*. Rev. ed. New York: W. W. Norton. ISBN 0-393-31158-9.

GRAY, Jonathan, Cornel SANDVOSS a C. Lee HARRINGTON. 2007. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press. ISBN 978-0-8147-3182-6.

HARTMANN, Maren. 2009. Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication? In LUNDBY, Knut. *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, s. 225–242. ISBN 978-1-4331-0562-3.

HAVELKA, Jiří. 1953. *50 let Československého filmu*. Praha: Československý státní film, s. 336.

HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-736-7040-2.

HILLS, Matt. 2012. Sherlock's Epistemological Economy and the Value of „Fan“ Knowledge: How Producer-Fans Play the (Great) Game of Fandom. In STEIN, Louisa Ellen a Kristina BUSSE. *Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series*. Jefferson: McFarland, s. 27–40. ISBN 978-0-7864-6818-8.

HILMES, Michele a Michael HENRY. 2007. *NBC: America's network*. Second edition. Berkeley: University of California Press. ISBN 978-052-0250-796.

HUBER, Christoph. 2012. The Case-Book of Sherlock: More Than a Hundred Years of Holmes. *Cinema Scope* [online]. (50), s. 20–26 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z:

<http://search.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&db=f3h&AN=74734936&lang=cs&site=ehost-live>.

JAB. 2011. Sherlock Holmes jde s dobou. In *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize, 9. 4. 2011 [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/1273482-sherlock-holmes-jde-s-dobou>.

Jak prosté. © 2001–2017. *ČSFD.CZ: Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. POMO Media Group [cit. 2017-03-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/317836-jak-proste/prehled/>.

JENKINS, Henry. 2008. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press. ISBN 978-0-8147-4295-2.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. 2009. *Masová média*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3.

KOKEŠ, Radomír D. 2011. Teorie seriálové fikce. In FEDROVÁ, Stanislava a Alice JEDLIČKOVÁ. *Intermediální poetika příběhu*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, s. 228–257. ISBN 978-80-85778-80-9.

KOKEŠ, Radomír D. 2016. *Světy na pokračování: rozbor možností seriálového vyprávění*. Praha: Akropolis. ISBN 978-807-4701-467.

KOUTSKÝ, Pavel. 2016. Recenze: Tvoje tvář má známý hlas – česká verze předčila španělský originál. In *Mediahub* [online]. Bratislava: MAFRA Slovakia, 30. 3. 2016 [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/tema-tydne/900969-recenze-tvoje-tvar-ma-znamy-hlas-ceska-verze-predcila-spanelsky-original>.

KROTZ, Fridrich. 2009. Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In LUNDBY, Knut. *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, s. 21–41. ISBN 978-1-4331-0562-3.

KRUMML, Milan. 2013. Televize? Televize!: Procházka prvními šesti dekadami televizního vysílání u nás pro začátečníky i pokročilé. Praha: Česká televize. ISBN 978-80-7404-165-5.

LÉVY, Pierre. 1997. *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*. Cambridge, Massachusetts: Perseus Books. Helix Books. ISBN 0-7382-0261-4.

LIVINGSTONE, Sonia. 2002. *Young People and New Media. Childhood and the Changing Media Environment*. London: Sage Publications. ISBN 0-7619-6466-5.

LOTZ, Amanda D. 2007. *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press. ISBN 978-0-8147-5220-3.

MACEK, Jakub. 2006. Fandom a text: fandom – subkultura textu: profesionální česká SF a F periodika před rokem 2000. Praha: Triton. Fandom a SF. ISBN 80-7254-856-5.

MACEK, Jakub. 2011. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7464-025-4.

MARSHALL, P. David. 2009. Screens: television's dispersed „broadcast“. In TURNER, Graeme a Jinna TAY. *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era*. New York: Routledge, s. 41–50. ISBN 978-0-415-47770-3.

MCLAUGHLIN, Rebecca. 2013. A Study in Sherlock. *Undergraduate Review* [online]. 9(1), s. 105–109 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://vc.bridgew.edu/undergrad_rev/vol9/iss1/22/.

MCQUAIL, Denis. 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 80-717-8714-0.

MCQUAIL, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.

MILLER, Michael R. 2015. *The Internet of Things: How Smart TVs, Smart Cars, Smart Homes, and Smart Cities Are Changing the World*. Indianapolis: Que Publishing. ISBN 978-0-7897-5400-4.

MITTELL, Jason. 2006. Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap* [online]. 58(1), s. 29–40 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://juliaeckel.de/seminare/docs/mittell%20narrative%20complexity.pdf>.

MITTELL, Jason. 2015. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press. ISBN 978-0-8147-6960-7.

MORLEY, David. 1986. *Family Television: cultural power and domestic leisure*. London: Comedia Publishing Group. ISBN 0-415-03970-3.

MORLEY, David. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge. ISBN 0-415-05445-1.

NEE, Rebecca Coates a David M DOZIER. 2015. Second screen effects: Linking multiscreen media use to television engagement and incidental learning. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online]. 23(2), s. 214–226 [cit. 2017-02-23]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856515592510>.

NEGROPONTE, Nicholas. 2001. *Digitální svět*. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-046-5.

Nejsledovanější pořady ČT2 leden 2016. © 1996–2017. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/sledovanost/zebricky/2016/nejsled_01_ct2_2016.pdf.

Nejsledovanější pořady ČT2 leden 2017. © 1996–2017. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize [cit. 2017-04-25]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/document/903.pdf?v=1>.

OLTEAN, Tudor. 1993. Series and Seriality in Media Culture. *European Journal of Communication* [online]. 8(1), s. 5–31 [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323193008001001>.

Pán času. © 2001–2017. *ČSFD.CZ: Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. POMO Media Group [cit. 2017-03-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/218647-pan-casu/prehled/>.

POLÁK, Lukáš. 2011. Víkendová sledovanost: Lucie Bílá 011, Sherlock, SuperStar a další. In *DigiZone.cz* [online]. DigiZone.cz, 11. 4. 2011 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.digizone.cz/clanky/vikendova-sledovanost-lucie-bila-011/>.

RAYBURN, Dan a Michael HOCH. 2005. *The Business of Streaming and Digital Media*. Burlington: Focal Press. ISBN 0-240-80598-4.

ROBERTSON, Roland. 2014. *European Glocalization in Global Context*. Hampshire: Palgrave Macmillan. ISBN 978-0-230-39079-9.

ROLOFF, Michael. 2012. *Communication yearbook 21*. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-87315-4.

ŘÍČNÝ, Václav a Tomáš KRATOCHVÍL. 2013. Historie a současnost televize ve světě a u nás. *Československý časopis pro fyziku* [online]. 63(3), s. 175–177 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: http://www.cscasfyz.fzu.cz/pdf/2013/3/13-3_175-177_Ricny,Kratochvil_Historie%20a%20soucasnost%20televize.pdf.

SCHULZ, Winfried. 2004. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication* [online]. 19(1), s. 87–101 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <http://ejc.sagepub.com/content/19/1/87>.

SCODARI, Christine. 2007. Yoko in Cyberspace with Beatles Fans: Gender and the Re-Creation of Popular Mythology. In GRAY, Jonathan, Cornel SANDVOSS a C. Lee HARRINGTON. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press, s. 48–59. ISBN 978-0-8147-3182-6.

SCOTT-ZECHLIN, Ariana. 2012. „But It’s the Solar System!“ Reconciling Science and Faith Through Astronomy. In STEIN, Louisa Ellen a Kristina BUSSE. *Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series*. Jefferson: McFarland, s. 56–69. ISBN 978-0-7864-6818-8.

SHEPHERD, Jack. 2017. Sherlock season 5: Steven Moffat, Benedict Cumberbatch, Martin Freeman and the BBC on whether show will return. In *Independent* [online]. UK: Independent.co.uk, 17. 1. 2017 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/sherlock-season-5-benedict-cumberbatch-martin-freeman-showrunners-bbc-steven-moffat-series-a7530991.html>.

Sherlock. © 1996–2017. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10309896344-sherlock/>.

Sherlock. © 2001–2017. *ČSFD.CZ: Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. POMO Media Group [cit. 2017-03-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/281729-sherlock/prehled/>.

Sherlock. 2017. In Facebook [online]. [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Sherlock.BBCW/>.

Sherlock Awards. © 1990–2017. *Imdb* [online]. Imdb.com [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: http://www.imdb.com/title/tt1475582/awards?ref_=tt_awd.

Sherlock BBC Český fandom. 2017. In Facebook [online]. [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/sherlockbbcceskyfandom/>.

SILVERSTONE, Roger. 1994. *Television and Everyday Life*. London: Routledge. ISBN 0-415-01647-9.

SKOPAL, Pavel. 2006. *The (Hollywood) Adventure Continues on DVD: Praktiky diferenciace a diskursivního rámování hollywoodských filmů na DVD trhu*. Brno. Disertační práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

SMEJKAL, Vladimír. 2004. *Právo informačních a telekomunikačních systémů*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-765-0.

SPIGEL, Lynn a Jan OLSSON. 2004. *Television after TV: essays on a medium in transition*. Durham: Duke University Press. ISBN 08-223-3393-7.

STAIGER, Janet. 2005. *Media reception studies*. New York: New York University Press. ISBN 0-8147-8135-7.

STEIN, Louisa Ellen a Kristina BUSSE. 2012. *Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series*. Jefferson: McFarland. ISBN 978-0-7864-6818-8.

STEWART, Tom. 2012. Holmes in the Small Screen: The Television Contexts of Sherlock. In STEIN, Louisa Ellen a Kristina BUSSE. *Sherlock and Transmedia Fandom: Essays on the BBC Series*. Jefferson: McFarland, s. 133–149. ISBN 978-0-7864-6818-8.

SUŠA, Oleg. 2010. *Globalizace v sociálních souvislostech současnosti: Diagnóza a analýza*. Praha: Filosofia. ISBN 978-80-7007-320-9.

SUTHERLAND, Johnathan a Diane CANWELL. 2004. *Key Concepts in Marketing*. Hampshire: Palgrave Macmillan. ISBN 1-4039-1527-X.

SÝKORA, Michal. 2012. *Britské detektivky: od románu k televizní sérii*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-3035-5.

ŠMÍD, Milan, Josef MARŠÍK a Jan HALADA. 2007. Seriál. In OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, s. 191. ISBN 978-807-2772-667.

ŠTOLL, Martin. 2011. *I. 5. 1953 – zahájení televizního vysílání: zrození televizního národa*. Praha: Havran. Dny, které tvořily české dějiny. ISBN 978-80-87341-06-3.

TARTAGLIONE, Nancy. 2017. 'Sherlock' Season 4 Finale Hits Series Low; BBC Probing Russian Online Leak. *Deadline Hollywood* [online]. Penske Business Media, 16. 1. 2017 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://deadline.com/2017/01/sherlock-ratings-season-4-series-low-final-problem-box-office-1201887547/>.

The empty hearse. 2014. *Sherlockology* [online]. England: Sherlockology ltd. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.sherlockology.com/episodes/the-empty-hearse>.

TRAMPOTA, Tomáš. 2004. Serialita. In REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, s. 225. ISBN 80-7178-926-7.

TURNER, Graeme. 2009. Television and the nation: does this matter any more? In TURNER, Graeme a Jinna TAY. *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era*. New York: Routledge, s. 54–65. ISBN 978-0-415-47770-3.

Unlocking Sherlock 2014. 2013. In *Vimeo* [online]. 24. 12. 2013 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://vimeo.com/82619400>. Zveřejněno na kanálu uživatele Talia.

VANACKER, Sabine a Catherine WYNNE. 2013. *Sherlock Holmes and Conan Doyle: Multi-Media After lives*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN 978-0-230-30050-7.

Seznam grafů a schémat

Graf č. 1: Věk a pohlaví diváků

Graf č. 2: Aktuální místo bydliště diváků

Graf č. 3: Vzdělání diváků

Graf č. 4: Zaměstnání diváků

Graf č. 5: Důležitost Benedicta Cumberbathe v seriálu

Graf č. 6: Co je pro diváka na Benedictu Cumberbatchovi důležité?

Graf č. 7: Kdy se diváci dívají na nově uvedené série?

Graf č. 8: V jakém jazyce diváci seriál sledují?

Graf č. 9: Považují se diváci za fanoušky seriálu?

Schéma č. 1: Motivy sledování seriálu

Schéma č. 2: Jednání fanoušků

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Seriály, které diváci seriálu Sherlock sledují (nejčastěji)

Tabulka č. 2: Seriály, které diváci seriálu Sherlock nesledují (nejčastěji)

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Profil fanouška seriálu z pohledu demografie

Obrázek č. 2: Profil fanouška seriálu z pohledu chování a zvyků

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník: otázky distribuované skrze vyplnto.cz (seznam otázek)

Příloha č. 2: Demografie fanoušků, s kterými proběhl rozhovor (tabulka)

Příloha č. 3: Okruhy a otázky pro kvalitativní rozhovor (seznam otázek)

Příloha č. 4: Ukázka přepisu rozhovoru s fanouškem (text)

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník: otázky distribuované skrze vyplnto.cz (seznam otázek)

1. Znáte seriál Sherlock od BBC?
 - ano
 - ne
2. Sledoval/a jste nebo sledujete seriál Sherlock od BBC?
 - ano
 - ne
3. Kolik je již natočených sérií?
 - uveďte:
4. Které série jste viděl/a?
 - 1. sérii
 - 2. sérii
 - 3. sérii
 - 4. sérii
5. Jaký máte vztah k seriálu Sherlock?
 - líbí se mi velmi
 - spíše se mi líbí
 - nevím
 - spíše se mi nelíbí
 - nelíbí se mi
6. Je pro vás důležitý představitel hlavní postavy Benedict Cumberbatch?
 - ano
 - ne
7. Co je pro vás na Benedictu Cumberbatchovi důležité?
 - tvář
 - hlas
 - postava
 - herecké schopnosti
 - celková osobnost
 - jiné:
8. Znáte původní literární předlohu?
 - ano
 - ano, několik knih jsem přečetl/a
 - ano, přečetl/a jsem všechny knihy s Sherlockem Holmesem
 - ne
9. Znáte jiné adaptace na téma Sherlocka Holmese?
 - ano
 - ne
10. Jaké jiné adaptace na téma Sherlocka Holmese znáte?
 - uveďte:
11. Rád/a se k seriálu vracíte a pouštíte si ho znovu?
 - ano
 - ne
12. Uveďte počet zhlédnutí dílu, který jste viděl/a nejvícekrát?
 - uveďte:
13. Kdy se díváte na nově uvedené série?

- v rámci premiéry
 - co nejdříve po premiéře
 - později po premiéře
 - stáří jednotlivých sérií mě nezajímá
 - nevím
14. V jakém jazyce seriál sledujete?
- v originále
 - v originále s anglickými titulky
 - v originále s českými titulky
 - s českým dabingem
 - jinak:
15. Z jakého zdroje seriál sledujete?
- zahraniční TV vysílání
 - přehraji ze zahraničního TV archivu
 - české TV vysílání
 - přehraji z českého TV archivu
 - stáhnu z internetu
 - sleduji z videonahrávky
 - jinak:
16. Sledujete seriál od počátku, nebo jste ho začal sledovat až později?
- Sleduji od počátku
 - začal/a jsme ho sledovat po odvysílání 1. série
 - začal/a jsme ho sledovat po odvysílání 2. série
 - začal/a jsme ho sledovat po odvysílání 3. série
 - začal/a jsme ho sledovat během vysílání 4. série
 - nevím
17. Z jakého důvodu jste začal/a seriál sledovat později?
- uveďte:
18. Chcete, aby byla natočena další, 5. série?
- ano
 - ne
 - nevím
19. Proč 5. sérii seriálu nechcete?
- uveďte:
20. Jaké další seriály sledujete? (vypište názvy seriálů)
- uveďte:
21. Jaké seriály byste rozhodně nikdy nechtěl/a sledovat? (vypište názvy seriálů)
- uveďte:
22. Psal/a jste někdy povídky inspirované daným dílem o postavách ze seriálu?
- ano
 - ne
 - nevím
23. Považujete se za fanouška seriálu Sherlock?
- ano
 - ne
 - nevím
24. Jak se vaše fanouškovství projevuje?
- uveďte:
25. Přispíváte aktivně do fanouškovské komunity (např. články, komentáři)?
- ano

- ne
26. Účastnil/a jste se někdy setkání fanoušků tohoto seriálu?
- ano
 - ne
27. Vyhledáváte filmy či seriály, kde hraje Benedict Cumberbatch?
- ano
 - ne
28. Existuje nějaký další seriál, kterého byste byl/a velkým fanouškem? (vypište názvy seriálů)
- uveďte:
29. Vaše pohlaví?
- muž
 - žena
30. Jaký je váš věk?
- méně než 15 let
 - 15–20
 - 21–26
 - 27–35
 - 36–45
 - 46–55
 - 56 a více
31. Jaké je vaše aktuální místo bydliště?
- do 1 000 obyvatel
 - 1 001 – 10 000 obyvatel
 - 10 001 – 100 000 obyvatel
 - nad 100 000 obyvatel
32. Z jaké obce/města pocházíte?
- do 1 000 obyvatel
 - 1 001 – 10 000 obyvatel
 - 10 001 – 100 000 obyvatel
 - nad 100 000 obyvatel
33. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- základní
 - středoškolské
 - středoškolské s maturitou
 - vyšší odborné
 - vysokoškolské
34. Jaké je vaše zaměstnání?
- student/ka
 - řadový zaměstnanec soukromý sektor
 - řadový zaměstnanec veřejný sektor
 - pracovník ve středním managementu
 - pracovník ve vrcholovém managementu
 - podnikatel/ka
 - rodič na mateřské dovolené
 - důchodce

Příloha č. 2: Demografie fanoušků, s kterými proběhl rozhovor (tabulka)

Demografie fanoušků				
Jméno	Pohlaví	Věk	Nejvyšší dosažené vzdělání	Místo bydliště
Alex	muž	28	středoškolské s maturitou	nad 100 000 obyvatel
Anna	žena	24	středoškolské s maturitou	10 001 – 100 000 obyvatel
Blanka	žena	25	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
František	muž	29	středoškolské	nad 100 000 obyvatel
Hana	žena	22	středoškolské s maturitou	nad 100 000 obyvatel
Honza	muž	47	vysokoškolské	10 001 – 100 000 obyvatel
Jana	žena	25	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Kateřina	žena	25	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Kristina	žena	24	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Kristýna	žena	29	středoškolské s maturitou	nad 100 000 obyvatel
Libor	muž	29	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Markéta	žena	31	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Michal	muž	30	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel
Peter	muž	37	středoškolské s maturitou	nad 100 000 obyvatel
Richard	muž	22	středoškolské s maturitou	nad 100 000 obyvatel
Terezie	žena	17	základní	nad 100 000 obyvatel
Zuzana	žena	24	vysokoškolské	nad 100 000 obyvatel

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 3: Okruhy a otázky pro kvalitativní rozhovor (seznam otázek)

Jméno:

Věk:

Nejvyšší dosažené vzdělání:

Místo bydliště:

O seriálu *Sherlock*:

- Proč seriál sleduješ a co se ti na něm nejvíce líbí?
- Využívá seriál nějaké zajímavé prvky, které nejsou u ostatních seriálů obvyklé?
Jaké?
- Je pro tebe něčím seriál výjimečný, nebo ho bereš jen jako jakýkoli jiný seriál, který sleduješ? Pokud je výjimečný, čím?
- Máš rád/a původní literární předlohu, a proto jsi začal/a sledovat seriál, nebo máš jiný důvod ke sledování? Jaký?

O postavách:

- Je pro tebe důležité herecké obsazení seriálu? Proč?
- Kdo je pro tebe důležitý a proč?

- Jaký máš vztah k Benedictu Cumberbatchovi? Je důležitý pro tebe on, nebo postava, kterou ztvárňuje?
- Dovedeš si představit seriál bez něj? S někým jiným v hlavní roli?

Fanouškovství:

- Jsi v kontaktu s dalšími fanoušky seriálu? Vyhledáváš kontakt s nimi a diskuzi o seriálu?
- Odkud čerpáš informace o seriálu? (Např. novinky – kdy se bude natáčet nová série, kdy se bude vysílat atp.) Vyhledáváš tyto informace? Proč?
- Sleduješ nějaké stránky či FB účty, které souvisí se seriálem? Pokud ano, proč a jaké?
- Zasahuje seriál nějak do tvého soukromého života? (např. tak, že si kupuješ upomínkové předměty, které se k seriálu vážou, nebo píšeš povídky o seriálu či chodíš na setkání fanoušků? Jak?
- Zaznamenal/a jsi nějaké speciální aktivity, reklamní akce, apod., které by souvisely se seriálem? (komunikace tvůrců, BBC, herců atp.) Jaké?

Další seriály:

- Jaký druh seriálů vyhledáváš/máš rád/a (obecně)? Proč?
- Jakému druhu seriálů se naopak vyhýbáš? Proč?

Zvyky při sledování:

- Jaké jsou tvé zvyky při sledování seriálu *Sherlock*? Např. kdy a jak ho sleduješ (titulky, ihned jak vyjde...)
- Těšíš se na další epizody? Těšil/a ses v minulosti na nové řady?

Příloha č. 4: Ukázka přepisu rozhovoru s fanouškem (text)

Jméno: Alex

Věk: 28

Nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské s maturitou

Místo bydliště: nad 100 000 obyvatel

O seriálu:

V: Proč seriál sleduješ a co se ti na něm nejvíce líbí?

R: Sleduji ho, protože mě to baví, líbí se mi, jak je seriál udělaný – jak po vizuální stránce, tak co se týče hereckých výkonů, je tam humor, který je podle mého gusta... tak asi proto to sleduji.

V: Využívá seriál nějaké zajímavé prvky, které nejsou u ostatních seriálů obvyklé?

Jaké?

R: Když to vezmu z technického hlediska seriálové tvorby – má to neobvyklý střih, kamerové záběry a líbí se mi různé flashbaky, které jsou obsaženy téměř v každé epizodě. Ne moc tvůrců seriálů to dělá, i když se to teď dostává do módy. Také mě baví neobvyklý vztah mezi hlavními postavami.

V: V jakém smyslu?

R: Dva svobodní chlapi žijící spolu v jedné domácnosti, kteří nejsou oficiálně gayové, ale heterosexuálové, ale přitom to jsou oba strašní cvoci, a relativně tam oba fungují, aniž by to skončilo nějakou katastrofou, což je v seriálu dost neobvyklé.

V: Je pro tebe něčím seriál výjimečný, nebo ho bereš jen jako jakýkoli jiný seriál, který sleduješ? Pokud je výjimečný, čím?

R: Je pro mě velmi výjimečný. Je pro mě výjimečný těmi charaktery, které jsou v seriálu obsažené – ty postavy – natolik mě zaujaly a přirostly k srdci – jsou prostě boží. U moc seriálů se mi to zatím nestalo.

V: Máš rád původní literární předlohu, a proto jsi začal sledovat seriál, nebo máš jiný důvod ke sledování? Jaký?

R: Přivedla mě k tomu moje žena. Ze začátku jsem se tomu strašně bránil, protože jsem si myslel, že je to prznění té literární předlohy, jelikož zbožňuju originál Sherlocka. Žena mě přesvědčila, abych se na to podíval, a byl jsem ztracen. SMÍCH

O postavách:

V: Je pro tebe důležité herecké obsazení seriálu? Proč?

R: Herecké obsazení asi tolik ne. Kdyby ty dva hrál někdo jiný, ale bylo by to tou tvorbou stejně kvalitní – skvělý scénář, technická stránka seriálu by se nezměnila, tak by mi to tolik srdce netrhlo, kdyby tam nebyl Cumberbatch a Freeman. I když je mám rád, nebazíroval bych na nich.

V: Kdo je pro tebe důležitý a proč?

R: Freeman, protože si myslím, že ten charakter Watsona by asi nikdo jiný takhle dobře nezahrál. Postavu Sherlocka, on je tak strašně „střelený“, že tuhle polohu nacítí každý – polohu do tohohle sociopatického exota. Ale zahrát někoho, jako je John... Pak je pro mě důležitý herec Moriartyho, jak on se jen jmenuje? Á... Andrew Scott, protože ta postava má určitá specifika, která by asi moc herců nedokázalo takhle dobře zahrát.

V: Jaký máš vztah k Benedictu Cumberbatchovi?

R: Pro mě je důležitější postava Sherlocka nežli Benedict – můj vztah k Benedictovi je takový, že ho považuji za jednoho z nejlepších současných britských herců, mám ho strašně rád, ale mnohem víc se mi líbí na divadle jako divadelní herec než ve filmech.

Fanouškovství:

V: Jsi v kontaktu s dalšími fanoušky seriálu? Vyhledáváš kontakt s nimi a diskuzi o seriálu?

R: Není to na žádných diskuzních fórech, že bych se zapojoval do nějakých fanouškovských aktivit oficiálně, ale protože mezi mými kamarády je strašná spousta fanoušků *Sherlocka*, tak by se dalo říct, že ano. Často se o seriálu bavíme.

V: Odkud čerpáš informace o seriálu? (Např. novinky – kdy se bude natáčet nová série, kdy se bude vysílat atp.) Vyhledáváš tyto informace? Proč?

R: Aktivně je nevyhledávám, většinou mi jsou dodány prostřednictvím přátel, kteří to aktivně vyhledávají. Hlavně moje žena hrozně „žere“ novinky ohledně svých oblíbených seriálů. Navštěvuje webovou stránku edna apod. a pak mi tlumočí, co se dozvěděla.

V: Sleduješ nějaké stránky či FB účty, které souvisí se seriálem? Pokud ano, proč a jaké?

R: Pár účtů mám na FB, které se tomu věnují, ale teď nevím názvy. Ale jen pár, kde jsou zajímavosti z natáčení, jak ty epizody vznikají, tak to mě baví.

V: Zasahuje seriál nějak do tvého soukromého života (např. tak, že si kupuješ upomínkové předměty, které se k seriálu vážou, nebo píšeš povídky o seriálu či chodíš na setkání fanoušků)? Jak?

R: Píšu fan fiction na Sherlocka. Jeden rok jsem dokonce celou soutěž dmd, všechny drabbly, vystavil na dílech o Sherlockovi – pod tajnou identitou. A před pár lety jsme se ženou cosplayovali postavy ze *Sherlocka* a pořádali jsme večírky, kde jsme se převlékali do postav ze *Sherlocka*. Dokonce se mi pak dalších několik měsíců po večírku říkalo Mycroft. Tyhle aktivity nechápali moji kolegové v práci, byl jsem za dost drsného exota a podivína. Takže se dá říct, že seriál do mého soukromého života zasahuje značně.

Občas se společně se ženou účastníme festivalů fantas. Byli jsme v Chotěboři na festivalu fantasy, já tam byl s linií *Sherlocka* a šel se podívat na přednášku o seriálu. Moc o seriálu nepadla řeč, hlavně tam mluvili o Benedictovi, o jeho ochlupení a d'olíčkách... Slečna, která přednášela, zkoumala přírodní barvu ochlupení herce na

fotkách na hrudi, fanyanky se nemohly dopátrat, jakou má přirozenou barvu vlasů, protože se kvůli svým rolím barví, proto zkoumali hrud', kde většinou chlupy obarvené nemá... Zjistili, že je zrzavý. Pořád jsem si říkal, jestli přijde ještě něco bizarnějšího... I proto si myslím, že seriál sledují více ženy než chlapi – hlavně kvůli Cumberbatchovi, prostě Cumberbitches... SMÍCH

V: Zaznamenal jsi nějaké speciální aktivity, reklamní akce apod., které by souvisely se seriálem (komunikace tvůrců, BBC, herců atp.)? Jaké?

R: Nevím, jestli speciální, ale když se po konci druhé série, jak Sherlock skočil, objevovaly různé teorie – tvůrci vypouštěli různé teorie sami – tak jsem je sledoval. Tvůrci se snažili zaháčkovat další diváky. Byla to v podstatě reklama tím, že rozvířili diskuzi o tom, zda Sherlock žije, nebo ne. V té době se začaly objevovat i placky „Sherlock žije“, „Věřím v Sherlocka“... Do toho mezidílu podle mě zapracovali teorie fanoušků.

Když jsme byli na výletě za *Sherlock* lokacemi se ženou v Londýně, na těch lokacích se objevovaly i fanouškovské nápisy – smajlíky, nápisy „Sherlock žije“, celá telefonní budka byla popsaná a olepená vzkazy od fanoušků a různě na těch budovách, kde se natáčelo, zanechávali lidi určité nápisy a stopy a tak... Jeli jsme do Londýna vlastně hlavně kvůli tomu. To skoro zní, jak kdybychom byli blázni.

Další seriály:

V: Jaký druh seriálů vyhledáváš/máš rád (obecně)?

R: SMÍCH... U mě je to všehochuť, možná by bylo jednodušší říct, který nevyhledávám. Ono jde o to, že já žádný seriál nevyhledávám, on se ke mně vždy nějak dostane... Kvalitní... Mám velký filtr, nějak se ke mně dostane přes kamarády. Dívám se na seriály na základě doporučení několika lidí, několik lidí mě přemlouvá, tak pak podlehnu. Mám málo seriálů, které mám nakoukané a sleduji je. Mám málo času, nebo taky někdy zjistím po pár epizodách, že mě seriál neoslovil, tak se na něj přestanu dívat. Přijde mi, že obecně lidi z komunity *Sherlocka* mají velký záběr seriálů – hodně se liší v jejich výběru.

V: A jakým seriálům se tedy vyhýbáš?

R: Soap opery, nekonečné telenovely nebo takové ty, víš, co nemám rád, sitcomy – s tím nuceným humorem, jak je v podkresu ten nucený smích. To je sice i v *Přátelích*, ale tam mi to nevadí, tam mě to neruší. Ale třeba *Ženatý se závazky*: manžel pronese něco urážlivého, nechutného, sexistického a pak do toho dají smích, to je děs. Nebo

Kutil Tim apod. To jsou devadesátková pekla, tam vidím to, z čeho se ježí vlasy studentům gender studies – absolutně gendrově stereotypní seriál, kde manželka je puťka, která otáčí hlavou toho manžela, on je macho, který si myslí, že je pán světa, přitom ho ta žena ovládá — to je ten typ seriálu, který já nemůžu vystát. Vyhýbám se i kresleným – kromě *Sponge Boba*.

Zvyky při sledování:

V: Jaké jsou tvé zvyky při sledování seriálu Sherlock? Např. kdy a jak ho sleduješ?

R: V originále s českými titulky a sleduju ho co nejdřív potom, co vyjde. Jakmile jsou hotové titulky, tak se dívám – do pár dnů po odvysílání, stahuju z internetu.

V: Těšíš se na další epizody? Těšil ses v minulosti na nové řady?

R: To víš, že ono, takové peklo, dva roky čekání... Fakt mě to štvalo, ty dva roky jsou moc. Sice je to asi daň za kvalitu, ale oni by to měli mnohem rychleji natočené, kdyby ti herci nic jiného nedělali, ale to po nich nemůžeme chtít. *Hobit* to celé zdržel nejvíc.

Doufám, že to bude ještě dál pokračovat, že natočí další série. Nesouhlasím s tvrzením, že by kvalita seriálu „šla do kytek“. Mně se ta čtvrtá série líbila strašně moc. Druhá se mi líbí asi nejvíc, ale já jsem v tom žádný kvalitativní úpadek nezaznamenal – naopak. Ty postavy dozrály do lepšího stavu. Taky mi přijde, že ta atmosféra celé série se nějak odráží ve stavu Sherlockovy mysli. První série, jak se seznámil s Johnem, tak nebere drogy, abstinuje, je to takové čisté a jasné. U Moriartyho trochu začíná, protože je to potřeba, a ve třetí sérii v tom „frčí“ úplně. Ve čtvrté se snaží přestat, tam jsou vidět abstinenční příznaky, ale kvůli jednomu tomu dílu musí... Ty záběry, flashbaky, trhané záběry ukazují, jak se vlastně cítí ten „sjetý“ člověk, odráží to tu jeho mysl.

No zkrátka mě tenhle seriál baví; obecně jsem „ujetý“ na špionážní žánr. Třeba jsem ujížděl na *M15*, britská tajná služba, celé to bylo o těch intrikách, to mě bavilo...

V: Super, tak moc děkuji za přínosný rozhovor.