

Iveta Jansová (Masarykova univerzita)

Uživatelská kreativita v digitální době: od produserismu k fanouškovské tvorbě

Speciální číslo *Illuminace*, jež právě čtete, je věnováno aktivním a tvůrčím publikům charakteristickým jejich kreativním potenciálem. V tomto ohledu jsou klíčovými aktéry tohoto čísla mediální fanoušci, tematizováni jsou ovšem i další typy kreativních uživatelů a uživatelek. Společným jmenovatelem všech je to, že využívají existujících produktů mediální kultury jako základu či inspirace pro další originální tvorbu. Obecně řečeno je tedy toto číslo zaměřeno na tzv. produživatele neboli jedince, již umně kombinují uživatelskou a producentskou identitu a vytvářejí originální produkty „odvozeného charakteru“. Nově vznikající apokryfní kultura, či snad v kontextu *Illuminace* lépe spin-off kultura, čerpá z celé řady původních mediálních textů — filmů, komiksů, her, televizních seriálů a mnoha dalších — a nabývá stejně rozmanitých podob (textů, videí, kostýmů, obrazů apod.).

Již ve výzvě pro zaslání textů do tohoto tematického čísla jsem zdůrazňovala skutečnost, že s ohledem na všudypřítomnost chytrých technologií a sociálních sítí není v současnosti produživatelství v obecném slova smyslu nikterak výjimečnou záležitostí. Zjednodušeně řečeno se téměř každý z nás může podílet na tvorbě a cirkulaci mediálních obsahů, byť například jen zveřejňováním, komentováním či sdílením fotografií na Instagramu. Uživatelé podobných sociálních sítí jsou pak pravidelně vyzýváni k tomu, aby veřejně vyjádřili náklonnost nějakému objektu či subjektu, a stali se tak jeho „fanoušky“. A ačkoli se stále běžnější užívání tohoto pojmu částečně podílí na jeho depatologizaci (například od škodlivých stereotypů mediálních fanoušků jako fanatických stalkerů celebrit), přispívá také k jeho významovému vyprazdňování. V tomto kontextu proto cítím potřebu deklarovat, že se v aktuálním čísle nesoustředíme na onen vyprazdňovaný pojem fanouška či produživatele. Ve středu naší pozornosti stojí naopak osobnosti specializovaných publik typické svou expertní zájmovou vyhraněností, jež tvoří základ jejich další kreativity.

Poměrně běžný výskyt termínu fanoušek ve veřejném prostoru, ať už ve spojení se sociálními sítěmi, sportem, či médií, částečně zastírá skutečnost, že v českém akademickém prostředí se i nadále jedná o zcela marginální oblast výzkumného zájmu. Přestože stu-

dium fanouškovství či tzv. fanouškovská studia (fan studies) se v angloamerickém kontextu (doposud nejdominantnějším v tomto poli bádání) vyvíjejí již od 80. let 20. století, v České republice se tématu až na výjimky prozatím věnují spíše absolventské práce různého stupně vysokoškolského studia. Podobně jako tomu bylo (a mnohdy stále je) v případě studia populární kultury, je také studium fanouškovství vnímáno jako nedostatečně závažné. V akademických kruzích je k nim přistupováno spíše s opatrností reflektující stereotypní nahlížení na osobnosti fanoušků coby nenormativních jedinců. Jejich odlišnost je pak připisována intenzivní konzumaci mediálních obsahů, neschopnosti rozlišit fikci od reality, obsesivní tendenci ústící v již zmiňované obtěžování subjektů jejich zájmu a mnoho dalších pejorativních odsudků.¹⁾ Již existující příklady odborného zájmu o fanouškovství ovšem ukazují, že ačkoli i takoví fanoušci existují, fanouškovství jako takové je komplexní fenomén, který lze považovat za manifest loajálního zájmu jedinců. Ten se může projevat vytvářením zájmových komunit (fandomů), originální tvorby (texty, komiksy, kostýmy apod.) nebo aktivistické činnosti (edukační kampaně, protestní akce atd.) a mnoha dalšími způsoby.

Přestože jsou obdobné aktivity spojeny s konkrétními mediálními texty (v širokém slova smyslu), poukazují na obecnější proměny mediálních praxí současných publik, a je proto poměrně krátkozraké se osobnostem fanoušků či dalších zájmových a aktivních publik nevěnovat. I proto bylo od počátku naší snahou ve speciální *Iluminaci* postihnout široké pole tematicky rozličných textů, jež se z různých pohledů dotýkají tématu uživatelské kreativity vedoucí k přetváření/dotváření existujících mediálních textů, a to zejména v kontextu audiovizuální sféry (screen/digital culture). Finální soubor textů pokrývá nejrozumnější témata spadající do vytyčeného pole bádání. Setkáváme se zde zejména s příspěvky k mezinárodnímu vědění zabývajícími se obecnějšími principy uživatelských praxí (např. hráčské moderství) či zahraniční tradicí (např. fandom Jane Austen).

Česky psaným textem, který zcela explicitně rozpracovává podoby a možnosti kreativity zájmového uživatelstva, je stať Martina Charváta a Víta Gvozdíaka *Moderství počítačových her: mezi komunitní praxí a herním mainstreamem*. Text je koncipován coby úvodová studie tzv. herního moderství, jež autoři originálně rámuje jako jistou podobu fanouškovské aktivity. Ze své „úvodové podstaty“ přináší studie zamyšlení nad obecnějšími principy kultury konvergence, stejně tak jako šíře významu fanouškovské identity a její totožnosti/odlišnosti s identitou hráčskou. Umně shrnuje dosavadní vědění o moderství a představuje také jeho vývoj. Moderství je uchopeno coby inherentně transformativní aktivita, která může být pro uživatele emancipační i omezující (například díky snadné komifikovatelnosti ze strany původních tvůrců, případně vývojářů). Autorům textu se daří poukázat na křehkost uživatelské moci nad původními mediálními texty, jež v konečném důsledku i nadále podléhají diktátu kulturního průmyslu, jakkoli emancipační či revoluční mohou ve svém jádru být.

Specifickým textem v novém čísle, který poukazuje na šíři a bohatost produživatelských aktivit, je anglicky psaná studie Adély Gjuričové *History Reloaded: The Communist*

1) Nejvíce nasnadě jsou příklady spojené s hudebním fanouškovstvím, v nichž se zejména obrazy mladých dívek a jejich emocionálních projevů při setkání/blízkosti jejich idolů (ať už jsou to One Direction, BTS či kdokoli jiný) staly jakousi normou mediální reprezentace a v důsledku ostrakizace takového „fanatického“ jednání.

Past in Digital Space. Autorka se v něm věnuje různým příkladům, v nichž byly původně nedigitalizované artefakty komunistického režimu v Československu převedeny do digitální podoby a byl jim vdechnut nový život (life-after-life) díky uživatelům digitálních technologií. Znovu zde narážíme, byť implicitně, na kulturu konvergence, nikoli pouze ve smyslu technologickém, ale zejména kulturním. Autorka textu otevírá zásadní téma „demokratizace paměti“, což můžeme chápat v kontextu kolektivní inteligence, tedy společně utvářeného souboru vědění jednotlivými uživateli, v tomto případě tedy kolektivně re/interpretované minulosti. Artefakty minulosti (např. fotografie apod.) jsou vyjímány ze svého původního významového pole a přeskládány, remixovány či zvýznamňovány v nové podobě odpovídající ideovému nastavení autora či autorky tohoto (znovu)přivlastnění mediálního objektu. Mohou tak vznikat zcela nová „převyprávění“ existujících příběhů, což může mít za následek postupné mazání či přerámování určitých skutečností minulosti.

Do historie směřuje také česky psaný text Anny Bílé (*A*) *historický fandom Jane Austen: z vysoké kultury do populární a zpět*. Autorka v něm upozorňuje na fakt, že fanouškovství není pouze novodobým fenoménem, ale je možné podobné aktivity nacházet v mnohem dřívějších dobách než pouze ve 20. století. Jakkoli zpětně konstruovaná identita fanoušků (minimálně terminologicky) může být, aktivity a praktiky označované dnes za „typicky fanouškovské“ se objevovaly například již u příznivců tvorby Jane Austen. Dílo Jane Austen navíc představuje ideální příklad toho, jak vrtkává pozice literátů i jejich děl je na pomezí tzv. vysoké kultury a kultury populární, zdůrazňuje především roli samotných příjemců, kteří toto místo spoluurčují. Znovu je kladen důraz na individuální identity uživatelů, jejichž mnohovrstevnatost a rozmanitost je zcela zásadním hybatelem uživatelských praxí jakéhokoli druhu.

Právě specifické (v tomto případě marginalizované) identity fanoušků stojí za bohatou škálou rozpracování různých příběhů televizních seriálů či filmů. Tomu, jak například vypadají (nejen) homoerotické interpretace televizního seriálu *Hannibal*, se věnuje Lucia Kajánková ve svém anglicky psaném textu *Adaptation as Fan Fiction Practice in Serialized Narratives*. Oproti jiným textům zařazeným do tohoto speciálního čísla se jedná o kratší teoretickou případovou studii konkrétního fenoménu. Vzhledem k oblibě postavy Hannibala v rámci mnoha fanouškovských uskupení je právě i taková sonda hodna naší pozornosti. Zejména proto, že se jako jediná z přítomných textů věnuje celosvětovému fenoménu slash interpretací a poukazuje podrobně na jednu ze zásadních motivací fanouškovských pře/roz/pracování již existujících děl. Tou je právě menšinová (zde sexuální) identita publik, které se v jejich pohledu nemusí v mainstreamové kultuře dostávat dostatek (kvalitního) prostoru, pročez si tento prostor vyjednávají svou originální tvorbou.

Pokud bychom měli poodstoupit a zamyslet se nad tím, co nám texty tohoto čísla říkají dohromady, odpověď je jednoduchá. Fanoušci a tvůrčí uživatelé využívají vlastní kreativity a (většinou digitální) gramotnosti k tomu, aby vytvářeli takový svět, jaký by ho chtěli mít, aby mohli číst příběhy, které chtějí číst, nebo je vidět v audiovizuální podobě. Takoví uživatelé si zaslouží naši (nejen akademickou) pozornost, neboť jsou to právě oni (a jsme to také my), kdo spoluutváří současnou podobu kulturních textů, které nás obklopují a které významně ovlivňují to, jak rozumíme naší každodennosti.