

MEDIÁLNÍ STUDIA

MEDIA STUDIES

JOURNAL FOR CRITICAL MEDIA INQUIRY

Hudební fandom a/vs. subkultury: perspektiva kulturních studií
Anna Bílá

To cite this article:

Bílá, A. (2019). Hudební fandom a/vs. subkultury: perspektiva kulturních studií. *Mediální studia*, 13(2), 143–159.

ISSN 2464-4846

Journal website: <https://www.medialnistudia.fsv.cuni.cz/>

2/2019

HUDEBNÍ FANDOM A/V.S. SUBKULTURY: PERSPEKTIVA KULTURÁLNÍCH STUDIÍ¹

// MUSIC FANDOM AND/V.S. SUBCULTURES: THE CULTURAL STUDIES
PERSPECTIVE

ANNA BÍLÁ

Univerzita Palackého

ABSTRACT

The paper deals with theoretical basis of terms music fandom and subculture. These two concepts are sometimes considered to be one and the same, especially because of the close connection of the subculture to certain popular music genres. I draw from the cultural studies perspective on subcultures from the authors such as Stuart Hall, Angela McRobbie or Dick Hebdige, and discuss the similarities and differences between concepts of subculture and music fandom. The goal of this paper is to revise such paradigm and to challenge the inaccuracy of substituting these terms by one another.

Keywords: music fandom ▪ subcultures ▪ cultural studies ▪ popular music ▪ fan studies

1. ÚVOD

Subkultura je koncept, který má v akademických kruzích zavedenou tradici. V současnosti se nicméně jedná o problematický a proliferovaný pojem, který je mnohými autory označován za nejednoznačný a v akademickém prostředí dokonce již překonaný. Ve své stati se zabývám shodami a odlišnostmi v pojmech subkultura a hudební fandom. Navazuji na poznatky Centra pro současná kulturní studia v Birminghamu (dále CCCS či birminghamská škola) a jejich přístup k subkulturám – zejména na autory jako například Stuart Hall, Dick Hebdige či Angela McRobbie. Stejnou tradicí, z níž pocházejí tito autoři, se totiž inspirovali také teoretici zabývající se hudebním fanouškovstvím. To je v kontextu fanouškovských studií stále poněkud překvapivě

1 Studie vznikla za podpory MŠMT ČR udělené UP v Olomouci (IGA_FF_2019_025)

přehlížené, byť neustále vznikají práce, které se snaží zaplnit tuto mezeru (např. knihy a statě Marka Duffetta, Daniela Cavicchiho či Lucy Bennett).

Koncepty subkultury a hudebního fandomu mají mnoho společného, a to nejen proto, že se oba často vymezují – kromě jiného – dle hudebních preferencí a hudebního vkusu. V některých případech se také může stát, že se hudební fandom a určitá subkultura mohou do jisté míry překrývat, přičemž někteří autoři pojmy ve svých pracích dokonce užívají jako synonyma.² V návaznosti na tento fenomén se v článku zabývám odlišením těchto dvou konceptů, k jejichž záměně by fakticky docházet nemělo, jelikož oba v sobě zahrnují příliš komplexní struktury, než aby mohly být považovány za totéž. Rozvívám také diskuzi o (ne)potřebnosti nových pojmů souvisejících s hudebními preferencemi a konstruováním identity na jejich základě. Stať navíc poskytuje vhled do teorií o fenoménu hudebních fandomů, který je v české akademické sféře zatím spíše opomíjený.

2. SUBKULTURY: ZÁKLADNÍ KONCEPTY, HISTORIE, PŘÍKLADY

Termín „subkultura“ historicky prošel v akademickém prostředí různými etapami svého chápání. Dnes se pojem považuje sice za užitečný, nicméně do jisté míry vyprázdněný a nejednoznačný. Často se užívá jako fráze či nálepka, kterými označujeme takové skupiny, v nichž se setkává mládež,³ hudební vkus a módní styl. Toto redukcionistické chápání subkultur může být do jisté míry funkční pro skupiny rockerů či punkerů, nicméně i zde se mohou vyskytnout případy, které by do tak zjednodušeného pojetí nezapadaly. Věk nemusí omezovat náležitost k určité skupině (a u subkultur s dlouhou tradicí často jejich příslušníci stárnou spolu s nimi), stejně jako výběr módních doplňků nemusí být nutně omezen exkluzivně na členy konkrétní komunity.

Z historického hlediska se pojem subkultur začal rozšiřovat po druhé světové válce.⁴ Původně byl představen chicagskou školou jako termín označující existenci různých sociálních skupin (často spojovaných s kriminalitou a deviací – více dále), nicméně později adaptovala pojem subkultura zejména birminghamská škola. Představitelé této školy, Stuart Hall a Paddy Whannel (1964), se zabývali tzv. subkulturami mládeže,⁵ které byly inspirací pro další ustanovování celé subkulturní teorie.

2 Viz např. Ito, 2010; Sullivan, 2013; Close, 2016; Fuschillo, 2016; Ratka, 2018.

3 Jako mládež označujeme skupinu obyvatelstva v období dospívání, tj. od počátku puberty do dospělosti a začátku produktivního věku (zhruba mezi 12–25 lety). Jak uvádí v souvislosti s populární hudbou např. Joseph A. Kotarba, tato skupina je „nahlížena jako produkt následující formule: kapesné + volný čas + energie + rodičovská benevolence“ (2017, s. 47).

4 Jedná se zejména o kontext angloamerického prostředí.

5 Adolescence byla z hlediska psychologie počátku 20. století nahlížena jako období, kdy se mladí lidé zbavují charakteristik dětství, ale ještě plně nepřijímají všechny závazky dospělosti. Takové období je charakteristické zmatením v různých oblastech života (emoce, tělesné změny apod.) Z hlediska sociologie je toto období definováno spíše kulturními a socioekonomickými faktory, kdy se mladí začínají osamostatňovat od plné závislosti na rodičích, ale zároveň ještě nemají povinnosti dospělých a mohou se tak věnovat svým volnočasovým aktivitám a zábavě (Hodkinson, 2007, s. 1–2).

Významnou roli v upevňování statusu *kultury mladých* (youth culture; Parsons, 1943) měl především poválečný „baby boom“. V důsledku toho v 50. a 60. letech dospívala silná generace mladistvých se značnou kupní silou. Právě v těchto letech začal jejich potenciál využívat zábavní průmysl a média se zaměřením na volný čas – vznikaly specializované časopisy, nové módní značky, objevovaly se nové hudební talenty (Osgerby, 2004, s. 7).

Subkultury mládeže se začaly rozšiřovat právě s koncem války, kdy se mladiství rozhodli aktivněji a výrazněji vymezovat vůči dominantní i rodičovské kultuře, která do jisté míry zklamala, jelikož nedokázala zabránit válce. Mladí lidé se osamostatňovali a získávali vlastní kapitál, se kterým mohli nakládat dle vlastního uvážení, zatímco stále ještě žili u svých rodičů a nemuseli se ještě věnovat starostem „dospělého života“. Často tak investovali svůj nově nabývaný kapitál do vlastních zájmů a volného času; kupovali si oblečení dle vlastního vkusu, hudební nahrávky, chodili na koncerty, do kin či do klubů a nebyli tolik vázání na rozhodování rodičů. Ustanovování vlastního vkusu tak mělo významný vliv na konstrukci identity jedince.

Toto oddělení od rodičovské kultury nicméně mohlo být prozatím označováno pouze jako symbolické. Jak uvádí Talcot Parsons, příjmy mládeže se zatím nedokázaly srovnávat s ekonomickým kapitálem dospělých, proto se mladí zatím vymezovali pouze odlišným řádem toho, co považovali za „symboly prestiže“ (1964, s. 94). Zaměřovali se především na volný čas, ve kterém prostřednictvím individualizovaných aktivit a preferencí budovali vědomí sebe sama, a příliš se nezabývali tím, co přináší budoucnost z hlediska práce a materiálního zabezpečení (Parsons, 1964, s. 94; Thornton, 1995, s. 159) To, co představuje hypotéka, vlastní bydlení, stálá pracovní pozice, vlastnictví auta a podobné záležitosti „dospělého světa“, bylo pro mládež prozatím neaktuálním tématem. Tyto tendence lze sledovat kontinuálně; mnoho mladých lidí aktivně vyhledává možnosti přivýdělnku na brigádách, aby mohli financovat vlastní volnočasové aktivity.

Vydělování *subkultury mládeže* nabývalo také podoby vymezování se vůči stárnutí. V návaznosti na Pierra Bourdieua mluví Sarah Thornton v souvislosti s mládeží o tzv. sociálním stárnutí⁶ – což je důvod, proč jsou subkultury často lákavé i pro starší jedince, kteří se tak snaží vymezit vůči zařazení do pevné, hierarchické struktury společnosti (Thornton, 1995, s.160). Jako příklad ve své knize uvádí ženy středního věku, které se snaží splynout s členy klubové kultury mladistvých a ukázat, že se s nimi stále mohou ztotožňovat, byť v každodennosti mají odlišný dospělý život.

Jako subkultury jsou označovány takové skupiny, které vznikají kolem „ohraničené (ale ne uzavřené) sítě lidí, kteří sdílejí významy určitých idejí, materiálních objektů a praktik skrze interakce. V průběhu času se interakce členů vyvíjejí v diskurz, který strukturuje generování, aktivaci a šíření těchto idejí, objektů a praktik“ (Williams & Copes, 2005, s. 70). Subkultury tvoří především skupiny oproti

6 Sociální stárnutí charakterizuje Bourdieu jako stav, v němž jedinci „přizpůsobí své aspirace objektivním šancím, ztotožní se s vlastním statusem, stanou se tím, čím jsou, a plně využijí, co mají“ (Bourdieu, 1984, s. 110-111).

mainstreamu marginalizované nebo vůči němu se vymezující. Vytvářejí vlastní významové systémy a módy projevování, které reflektují jejich pozici v širším společenském kontextu. Svým členům poskytují hodnotovou strukturu, specifický styl oblékání a další možnosti vyjádření vlastní osobnosti (Shuker, 2001, s. 206).

Největší rozšíření zaznamenaly subkultury mládeže v 60. letech, kdy vznikala mj. také mnohá sociální hnutí – například hippies, skupiny bojující za práva žen či za práva komunit LGBTQ+,⁷ boj za práva Afroameričanů či environmentalistické skupiny. Ve všech těchto aktivistických spolcích a při veřejných akcích výrazně vystupovala právě mládež.⁸ Zejména z těchto důvodů jsou subkultury zaměňovány také s pojmem *kontrakultura*. Ty se od subkultur liší právě větší mírou politizace – subkultury fungují v rámci dominantní společnosti a využívají jejích prvků, které přizpůsobují vlastním preferencím, kdežto kontrakultury už mají aktivistické a protisystémové tendence a snahy o změnu stávajícího společenského řádu.

2.1. Základní koncepty

J. Patrick Williams (2007) vytvořil užitečný přehled základních konceptů (*core concepts*), které charakterizují subkultury. Jsou jimi: styl, rezistence, prostor a média, reakce společnosti, identita a autenticita. Všechny mají význam pro pochopení subkultur, proto je v následujících odstavcích alespoň krátce charakterizují.

Již jsem zmínila, že k odlišení od dominantní společnosti subkultury využívají především symbolických prostředků. Ty dohromady tvoří určitý **styl**, jenž je zároveň jedním z hlavních konceptů pro odlišení subkultur od dominantní kultury, ale i od jiných subkultur. Stanley Cohen (1972) identifikuje čtyři aspekty tvořící jednotný styl: oblečení, hudba, rituály a argot. Ty jsou snadno převeditelné na kulturní objekty a praktiky – např. určité oblečení jako komodita, kterou zakupujeme a zároveň jeho specifickým výběrem konstituujeme vlastní styl. Právě pomocí něj je – v ideálním případě – nejsnadněji identifikován člen určité subkultury, jde o nejviditelnější symbolické vyjádření této příslušnosti.

Stylem se zabýval také Dick Hebdige (1979), který rozpracoval koncept **brikoláže** jakožto konstituujícího prvku stylu. Brikoláž dle Hebdige vzniká výběrem prvků z dominantní kultury, které subkultura následně rekontextualizuje a připíše jim vlastní významy. Styl je tedy „těhotný významem“⁹ (s. 18). Jako příklad ze současnosti je možné uvést plnovousy spojované se subkulturou hipsterů. V prvním desetiletí 21. století převládal v mainstreamové společnosti předpoklad toho, že muži by měli být upravení a hladce oholení. Plnovous přitom není žádnou inovací posledních dekád, stal se pouze momentálním způsobem, jak se symbolicky odlišit

7 Spojitost např. se Stonewall Riots, protesty proti policejnímu zásahu v gay baru Stonewall Inn roku 1969.

8 Což je do jisté míry platné i v současné době, např. u snah upozornit na potřebu opatření vůči změnám klimatu. Hybateli společenských změn jsou často především mladí lidé, přestože nelze tvrdit, že výlučně.

9 „Těhotností“ zde Hebdige myslí to, že styl je nositelem a zároveň prostorem pro projevování vlastních vyjednaných významů.

od dominantní kultury. Tato stylová volba nicméně začala prostupovat i do kulturního mainstreamu,¹⁰ kde se postupně ustálila jako nový módní trend. Zde můžeme vidět, že styl subkultur je v podstatě fluidní, proměnlivý, jelikož subkultury společně s dominantní kulturou na sebe vzájemně reagují a ovlivňují se.

Rezistenci chápeme jako odpor, vzdorování – v tomto případě právě dominantní kultuře. Dříve zmíněný styl je symbolickým projevem rezistence, nicméně sám o sobě rezistentní na strukturální úrovni není. Člověk se může oblékat podobně jako hipsteri, nicméně to ještě nutně nemusí znamenat, že sdílí jejich hodnoty a přesvědčení. Rezistence se odehrává především na mikroúrovni jedince, jenž „odporuje“ tím, jaké volby činí (ohledně módy, hudby, jídla apod.). Subkultury zde fungují jako skupina, která tyto volby legitimizuje na mezoúrovni.

Prostor, média a reakce společnosti jsou dalšími pojmy, které Williams (2007) označil za klíčové pro subkultury. Ke každé subkultuře může totiž náležet určitý prostor, na kterém se členové setkávají nebo který je pro ně jinak typický – například asociace graffiti nebo skate s ulicemi. Takové setkávání vícera lidí (navíc odlišných od většiny společnosti) může přitáhnout pozornost médií a vyvolat výraznější reakce společnosti. V této souvislosti je užitečné připomenout koncept **morální paniky** (Cohen, 1972). Právě členové subkultur mohou být jejím zdrojem – jde o situace, při nichž média s důrazem na morální aspekty negativně zobrazí členy subkultur, vyvolají tak obavy ve společnosti a ta se začne dožadovat opatření. Stanley Cohen uváděl příklad mods a rockerů, nicméně podobné reakce vyvolávaly i další subkultury (podrobněji dále).¹¹

Posledním tématem, které v souvislosti s vymezením subkultur uvedu, je **identita a autenticita**. Stejně jako další sociální skupiny mají i subkultury vliv na budování identity jedince. Poskytují mu hodnotový žebříček, sdílené významy, smysl pro sounáležitost. Tímto způsobem mohou subkultury utvářet **kolektivní identitu** (konkrétní subkultury se vymezují vůči většinové společnosti a vůči ostatním subkulturám), ale i **individuální identitu** (tj. jak se jedinec identifikuje jakožto unikátní osobnost vůči společnosti v rámci skupiny, ale i vůči členům „své“ skupiny). Odlišování subkulturní identity se nejčastěji děje prostřednictvím vyhraněného vkusu a **subkulturního kapitálu**.¹² Tento kapitál spoluurčuje také míru autenticity. Toto téma je nicméně sporné, jelikož se jedná o teoretický a sociální konstrukt, u kterého často nelze posoudit, co je tedy skutečně považováno za autentické a kdo, jaká autorita, o znacích pravé autentičnosti rozhoduje. Zároveň nelze prokazatelně posoudit, zda subkulturní kapitál skutečně vychází z názorového přesvědčení jedince, nebo jde

10 Stejně jako v minulosti např. potrhané džíny (viz Fiske, 2018).

11 Zde je možné zmínit také pozicování my vs. oni, kdy se na subkultury pohlíží jako na něco „jiného“, na něco „nebezpečného“ a jako na něco, co je potřeba omezovat a potlačovat. Společnost i média využívají prostředků labellingu a stereotypizace k vyjadřování o subkulturách. Toto odlišování nabývá také mocenského rozměru.

12 Pojem, který rozpracovala Sarah Thornton (1995) v návaznosti na termín kulturního kapitálu Pierra Bourdieua (1986). Rozumíme jím např. účes, sběratelství nahrávek, způsob mluvy, oblečení, styl tance ad. Čím více znalostí a komodit souvisejících s konkrétní subkulturou jedinec kumuluje, tím větší je jeho kapitál.

o pouhé opakování určitých kulturních vzorců. Autenticita je tedy vždy do jisté míry sporná. (Cílem článku však není posoudit, jak přistupovat k autenticitě.)

Subkultury jsou tedy spletitým konceptem, který v sobě zahrnuje mnoho dílčích aspektů, často stejně komplexních. Podle výše zmíněného můžeme subkultury charakterizovat jako skupinu, již tvoří jedinci, kteří sdílejí hodnoty a normy odlišné od dominantní společnosti či rodičovské kultury. Tyto skupiny se pomocí různých strategií snaží vymezit proti středoproudým tendencím společnosti a využívají k tomu především symbolických prostředků, jako jsou právě zmiňované módní styly či hudební vkus.

2.2. Význam hudby v subkulturách

S ohledem na subkultury mládeže je možné – a v kontextu článku nutné – zabývat se také významem hudby v těchto skupinách. Tímto tématem se zabývali například už zmiňovaní Stuart Hall a Paddy Whannel (1964). Kultura populární hudby dle nich pomáhá ustanovovat smysl pro identitu mezi mladými. Byť jsou písně jako takové produktem masové, komerční kultury a podle některých kritiků (zejm. frankfurtské školy¹³) se jednalo o něco pokleslého, standardizovaného a neautentického, subkultury z nich čerpají mnohé významy. Svou lyrickou podstatou jsou písně – podobně jako poezie – výrazně polysémické a poskytují posluchačstvu prostor pro vyjednávání vlastních významů.¹⁴

Termín „populární hudba“ je velmi komplexní a nejednoznačný. Různí autoři kladou různý důraz na určitou složku „populárna“. Stejně jako je tomu u *populární kultury*, i zde můžeme vidět tendenci odkazovat například k lidové hudbě. „Všechny písně jsou lidové písně, nikdy jsem neslyšel, že by je zpívali koně“ (Middleton, 1990, s. 3). Podobně můžeme vidět v odkazu populárnosti další význam – tj. že je *populární* u určité části publika. V tomto případě je těžké stanovovat kritéria pro charakteristiku takové hudby, jelikož i klasická hudba (běžně považovaná za vysoké umění) je *populární* u části publika.

Zhruba od 50. let 20. století začala hudba konkurovat filmovému průmyslu. V návaznosti na čím dál silnější kulturu mládeže a pro ně vznikající média získávala populární hudba stále větší význam (Hesmondalgh & Negus, 2002, s. 3–6). Rozvíjela se hudební publicistika a začaly vycházet specializované tituly cílící na mladé publikum (především *Billboard*, *Rolling Stone* nebo *Kerrang!*). Prostřednictvím masových médií, zejména časopisů a rádia, se populární interpreti dostávali do povědomí široké veřejnosti i vznikajících subkultur.

Populární hudba cílící na mladé publikum v sobě často reflektuje aktuální

13 Např. Theodor Adorno a Max Horkheimer (1944), Dwight Macdonald (1962).

14 Lehkost, s jakou je možné dosadit určité písně do jiných kontextů, ilustruje velmi dobře seriál *Glee* (2009–2015). Například píseň běžně významově připisovaná rozchodu páru *Somebody that I used to know* byla v seriálu využita pro vyjádření odcizení dvou bratrů. Podobně si může takové významové nuance konstruovat i rozmanité publikum.

problémy této skupiny v oblastech projevování emocí a objevování sexuality. Mnohé písně kladou důraz na intenzivní prožitek „teď a tady“. Jsou prostorem, kde mladí mohou takový pocit zažít, a přitom setrvat v bezpečí. Přestože jsou to tedy produkty určené pro masový trh, dramaturgizují autentické pocity a poskytují mladým možnost ztotožnění (Hall & Whannel, 1964 in Frith & Goodwin, 2005, s. 22–34). Jedná se o podobu emočního realismu,¹⁵ díky němuž (nejen) mladí mají možnost identifikovat se s kolektivně předkládanými reprezentacemi v rámci hudby a užívat tato schémata jako vzory pro vlastní jednání.

Ačkoli populární hudba vzniká komerčně a masově, Simon Frith upozorňuje, že „interpretovat hudbu jakožto symbol nelze s ohledem na její produkci“, ale je nutné přihlídnout k tomu, „jak skupiny mladých dávají hudbě její skutečný význam při aktu konzumace“ (2007, s. 15). Hudba je v subkulturách využívána (podobně jako móda) jako *prostředek* odlišení od většinové společnosti, popřípadě i od ostatních subkultur (Bennett, 2005, s. 118). Hudbu si subkultury adaptují a upravují jako základ pro konstrukci své identity mimo rámec mainstreamové společnosti.

Hudba tedy pro subkultury představuje další střípek z komplexního obrazu identity. Konzumace populární hudby z hlediska studia subkultur nepředstavuje aktivitu, ale především symbol rezistence a soulad mezi (hudebním) stylem a subkulturními hodnotami (Shuker, 2001, s. 206–209). Je ale důležité mít na paměti, že hudba pro subkultury funguje pouze jako jedna z možností vymezování se vůči mainstreamové společnosti – ačkoli některé subkultury jsou pevně svázány s určitým hudebním stylem (například mods, rockeři, punkeři), pro jiné subkultury nemusí být hudba ustavujícím prvkem (například skinheads).

3. HUDEBNÍ FANDOM: ZÁKLADNÍ KONCEPTY, HISTORIE, PŘÍKLADY

Jak jsem uvedla, v rámci statě chci poukázat na problematiku zaměňování pojmů subkultura a hudební fandom. Pojem subkultura jsem již stručně vymezila v předchozích odstavcích, nyní se budu zabývat charakteristikami druhého zmíněného.

Hudební fanouškovství je specifickým druhem fanouškovství mediálního.¹⁶ Obecně pod tímto pojmem rozumím projevy, aktivity a praktiky jedinců, které se soustřeďují kolem objektu jejich zájmu a případné adorace – v tomto případě z oblasti populární hudby. Jako fandom poté můžeme chápat kolektivní označení fanoušků a jejich jednání na fanouškovství navázané: například chození na koncerty, sběratelství desek, vlastní mixování či vytváření playlistů, věšení plakátů v pokojích, tanec, sledování celebrit atd. Studium hudebního fanouškovství bylo nicméně v akademické sféře dlouhou dobu mnohými obory opomíjeno. Například muzikologie se

15 Emoční realismus chápu v pojetí Janice Radway (1984) a Ien Ang (1985) jako stav, při kterém se příjemce mediálního sdělení dokáže ztotožnit s jeho postavami na emoční úrovni, byť se oba nacházejí v jiných kontextech.

16 V textu ho nebudu nijak spojovat se sportovním fanouškovstvím, které má svá vlastní specifika.

více soustřeďovala na texty (tj. samotné skladby), sociologie na dříve zmíněné subkultury, psychologie pouze na dílčí aspekty davového chování. Pro studium fenoménu – nejen hudebního – fanouškovství je potřebný interdisciplinární přístup, aby byl předmět zájmu komplexně popsán.¹⁷

Hudební fanouškovství je nicméně přehlížené i v samotných fanouškovských studiích, což je do jisté míry paradoxní, jelikož se jedná o starší podobu mediálního fanouškovství, než je například fanouškovství seriálové. Daniel Cavicchi (2014) ve své stati hovoří o „hudebních nadšencích“ už z 19. století, jejichž deníky zkoumal. Tito lidé vykazovali charakteristiky běžně připisované fanouškům (emocionalita, vášnivé sledování novinek, opakované navštěvování koncertů, snaha získat autogram apod.), explicitně se však ve svých poznámkách jako „fanoušci“ neoznačili – jde tedy o zpětný konstrukt Cavicchiho. Nicméně dokazuje to poněkud samozřejmou skutečnost, že hudba byla významnou součástí života jedinců už dlouhá léta před masovým rozšířením médií během 20. století - a stále je.

Na studium hudebního fanouškovství z pohledu mediálních a (zejména) kulturních studií lze nahlížet třemi způsoby:

1. masověkulturním, který nahlíží na konzumaci populární hudby s obavami, že v pasivních masách produkuje odcizené jedince a hysterické davy;
2. subkulturním, jenž se zabývá tím, jak skupiny vyjadřují své kulturní pozice a hodnoty skrze konzumaci populární hudby (tj. určité hudební žánry jsou těsně spjaté s určitou subkulturou, viz předchozí oddíl);
3. a fanouškovskými teoriemi, které se snaží odklonit od stigmat¹⁸ fanouškovství a pochopit aktivity spojené s hudbou a sledováním celebrit.

Zmíněné přístupy v podstatě kopírují vývoj myšlení o příjemcích mediálních sdělení. Prvních šedesát let dvacátého století se na konzumaci populární hudby nahlíželo jako na společensky neudržitelné chování charakteristické pro fanatiky. Produkce pro masu a konzumace takových nahrávek byla považována za něco nízkého a za deviantní společenský rituál (Wall, 2003, s. 167). Tento přístup lze pozorovat např. u Franka Raymonda Leavise, Theodora Adorna (i dalších teoretiků frankfurtské školy) nebo Dwighta Macdonalda.

S fanoušky obecně se pojí určitá stigmata fanatického, nekontrolovatelného, excesivního chování hraničícího s potenciálně nebezpečným jednáním. Často jsou nahlíženi jako infantilní, je k nim referováno jako k obsesivním společenským vyvržencům. Z hlediska populární hudby jsou jako fanoušci, resp. fanyanky označovány zejména „pubertální dívky, které dychtivě a nekriticky sledují nejnovější popovou senzaci“ (Shuker, 2001, s. 212). Tím Wall uvádí několik charakteristik, podle kterých většinová společnost nahlíží na fanoušky: jsou silně emotivní a náchylní k hysterickému chování, fanatičtí a neschopní rozeznat realitu od fikce. Jsou zranitelní, protože nejsou psychologicky vyvrážděni, deviantní a antisociální. Ve skupinách se mohou

17 Srov. Duffett, 2014, s. 27.

18 Viz Jensen, 1992; Jenkins, 1992; Duffett, 2013.

vymknout kontrole (Wall, 2003, s. 168–169). Jako příklad uvádí zejména období beatlemánie.

Hudební fanouškovství se i nadále potýká s mnohými negativními stereotypy a předsudky právě kvůli davovému charakteru, v jehož rámci se o těchto jedincích informuje. Tyto fandomy jsou nejviditelnější právě jako davy na koncertech či festivalech, kde se lidé často nechávají unášet duši davu a anonymitou davem poskytnutou.¹⁹ Nicméně taková charakteristika je značně redukcionistická.

Zhruba od 60. let se proto začalo na takovéto charakteristiky nahlížet více kriticky. Příjemci začali být chápáni spíše jako aktivní skupina, která si vybírá obsahy podle vlastních preferencí a může vyjednávat o vlastních významech. Hudba je součástí kultury jakožto „celého způsobu života“ a poskytuje příjemcům možnosti budování a utvrzování vlastní identity. Tím, že je navíc hudba zejména lyrická podobně jako básně, je pro jedince snazší skladbu pochopit vlastním způsobem.

Podle Marka Duffetta (2013, s. 18) nicméně identitu hudebního fanouška konstruují především aktivity a praktiky spojené s objektem jeho zájmu. Jde o způsoby konzumace, kterými se utvrzuje nadšení jedinců pro objekt zájmu; o možnosti *participace*, jež nás v rámci komunikace s dalšími členy tohoto zájmového publika vybízejí k diskuzím o objektu zájmu a k vytvoření nových vztahů; ale také o způsoby *interpretace* a to, jak ze zdrojového materiálu fanoušci přebírají poznatky, které jsou významné pro konstrukci vlastní identity a prožívání každodenního života. Můžeme sem tedy zařadit aktivity jako návštěvy koncertů a festivalů, praktiky jako sběratelství nahrávek či merchandisingu, on-line streamování hudby, ale také kreativní projevy fanoušků v podobě fan artu či fan fikce.²⁰

Fanouškovské aktivity v hudebním prostředí nabývají specifických podob, které se dají vztáhnout paralelně k fanouškovství filmovému či seriálovému. Poslech oblíbené kapely může přinášet stejné uspokojení jako sledování oblíbeného pořadu. Podobně je tomu se sběratelstvím – u hudebních fanoušků je běžné, že si kupují alba, plakáty, trička a další drobné předměty spjaté s oblíbenými interprety. A stejně tak tito fanoušci vytvářejí vlastní internetové stránky, na kterých šíří obsahy spojené s oblíbenými umělci.

Podle Roye Shukera (2006; 2016) fanoušky charakterizuje aktivní zapojování se do fandomu a prokazování působivých znalostí o oblíbených žánrech či interpretech. Zároveň fanoušci dle autora pocítují silné emoce a potěšení z navštěvování koncertů, z vydání nových desek či ze znalostí, které oproti ostatním mají navíc.²¹ Dále je podle něj možné rozlišovat mezi dvěma typy hudebních fanoušků (2006, s. 99; 2016, s. 177–196). Ten první označuje jako *vážné fanoušky* (popř. *aficionados*), kteří

19 Tak, jak je popisuje např. Gustave Le Bon v knize *Psychologie davu* (1997, překl. L. K. Hoffman a Z. Ulrich, rev. P. Turek).

20 Fan artem rozumím zejm. vizuální, obrazové výtvary fanoušků; fan fikcí pak fanouškovská díla psaná. Kreativní tvorba hudebních fanoušků totiž také nese svá specifika, jelikož se vztahují – na rozdíl od fanoušků fikčních obsahů – k reálným osobám. Proto je důležité mluvit o tzv. *real person fiction* (viz Anderson, 2012; Hagen, 2015).

21 Součástí jejich (sub)kulturního kapitálu.

jsou charakterizováni zapojováním se na vyšší intelektuální úrovni a zaměřením se na hudbu jako takovou – tedy nejsou příliš vázáni na osobnost umělce. Z těchto fanoušků se často stávají sběratelé, snaží se vyhledávat i vzácné nahrávky, kromě komerčních hudebních časopisů čtou také fanziny, zajímají se o nahrávací společnosti a související interprety. Právě tento typ fanoušků může mít blízké vazby na subkultury (více dále). O druhém typu hovoří jednoduše jako o *fanoušcích*, přičemž toto označení už má spíše pejorativní význam a vztahuje se k fanouškům, kteří se naopak nejvíce zajímají o oblíbeného umělce. Takoví jedinci se pak snaží kopírovat styl svých idolů, jejich cílem je tyto idoly osobně potkat (přičemž se uchylují k praktikám stalkingu), vyznačují se hysterií. Při této charakteristice je možné odkázat na četné případy chlapeckých skupin (boybandů), jejichž fanoušci byli nejviditelnější právě kvůli davové hysterii.²² Takové vymezování nicméně může působit redukcionisticky, jelikož jeden člověk může být fanouškem více interpretů, přičemž k jednomu bude přistupovat podle charakteristik *aficionados* a k jinému naopak podle charakteristik druhého typu fanoušků.

Obečně a bezpříznakově můžeme tedy hudební fanouškovství charakterizovat podle Duffetta jako kombinaci citové angažovanosti, hudebního uznání, tance, sledování celebrit, zapojování se do aktivit prostřednictvím sociálních sítí, sběratelství a sebevyjádření (2014, s. 27). Rosemary Hill doplňuje, že jde o to, aby člověk byl více než pouhým konzumentem. Důležité jsou emoční vazby a reakce na objekt zájmu a o to, že hudba je pro jedince nepostradatelnou součástí života (2016, s. 19).

4. SPOLEČNÉ ZNAKY A ROZDÍLNOSTI ANEB MŮŽEME ZAMĚŇOVAT?

„[T]yto [hudební] fandomy také investují do subkulturní identity, která odlišuje jejich formy konzumace a produkce od mainstreamového vnímání. [...] Fandomy jsou subkultury s unikátními schémata, hierarchií a subkulturním kapitálem.“
(Ito, 2010 [online]).

„Ačkoli jsou fandomy subkulturami, stále jsou také napojené na širší americkou kulturu a na pracovní pozice a školy, které fanoušci pravidelně navštěvují ve svém běžném životě.“

(Close, 2016 [online]).

Subkultury a hudební fandom jsou si místy velmi podobné, zejména jedná-li se o fandom určitého žánru, který je specificky vázán na konkrétní subkulturu (typicky rock, punk, k-pop). V tomto případě bychom mohli mluvit o typu *aficionados*, jak je popsal Roy Shuker. Tito jedinci se zajímají o žánr jako takový, nesledují pouze jednoho umělce. Jsou součástí exkluzivní komunity, která má dlouhou tradici. Váže se k tomu i specifický styl života a sdílené hodnoty.

²² Např. období beatlemánie v 60. letech či One Direction po roce 2010.

Specifickou roli měly²³ také fanziny,²⁴ další fenomén spojený s hudebním fanouškovstvím. Fanzinem rozumíme „nekomerční, neprofesionální, nízkonákladový časopis, který produkuje, publikuje a distribuují sami tvůrci“ (Duncombe, 1997, s. 10–11). Jednalo se o alternativu k mainstreamovým médiím. Hudební fanziny jsou pak specifickým typem těchto DIY²⁵ publikací, které můžeme charakterizovat jako „zaměřené buď na určitou skupinu či umělce, nebo – což je běžnější – na specifický žánr, nejčastěji punk či „alternativní“ rock“ (Duncombe, 1997, s. 15). V rámci fanzinů se tak k odběratelům dostávaly nejenom informace o umělcích či žánru, ale také o určitém způsobu života.

Společně mají určité subkultury a hudební fandomy také to, že jsou ve své podstatě rezistentní vůči dominantní kultuře. Subkultury svou rezistenci vyjadřují odlišnými názory a hodnotami, v symbolické úrovni také svým stylem (oblečením, účesy apod.). Fanoušci uplatňují určitou formu rezistence v rámci dekodování mediálních obsahů a v následné kreativní tvorbě, která může mít vůči kanonickému dílu až transformativní charakter.²⁶ Fandomy tak odporují předpokládané pasivitě publika a naopak zaujímají aktivní roli při konzumaci mediálního obsahu. To odpovídá i vymezení se vůči všednosti a konformitě, oba druhy skupin se naopak snaží oslavovat spíše jedinečnost osobnosti a přístupu ke kulturním obsahům.²⁷

Podobně jako (hudební) fanouškovství jsou subkultury spojovány s negativními stereotypy a stigmaty deviantního chování. Členové subkultur byli často odsuzováni většinou společností pouze na základě celkového zjevu,²⁸ členové fandomů naopak za svou dětinskou posedlost objekty zájmu. Obě skupiny jsou tak ve společnosti legitimizovány prostřednictvím nálepkování a distinkce my vs. oni. Subkultury, jak napsal Stanley Cohen (1972), byly spojovány také s **morální panikou**. Na základě tohoto konceptu vzniká ve společnosti stav, při kterém jsou členové určité skupiny označeni za hrozbu pro společenskou morálku, hodnoty a zájmy. Tento stav se stává centrem zájmu médií, nicméně reprezentace takových skupin je často redukcionistická a stereotypní. Publicita vede také veřejné představitele k tomu, aby přijali určitá

23 Použití minulého času je zde záměrné – byť fanziny mohou existovat do současné doby a fungovat také v prostředí nových médií, největší význam měly spíše v období před rozšířením internetu.

24 Fanziny mají v českém prostředí dlouhou tradici, kterou se podrobněji zabývá např. kolektivní monografie Křičím: „To jsem já.“: Příběhy českého fanzinu od 80. let po současnost (Hroch, 2017).

25 Do It Yourself. Fanziny se vyznačují tím, že jsou vytvořené právě „na vlastní pěst“ z dostupných materiálů, neprofesionálně, často pouze přeložením papírů a sešitím na hřbetu.

26 Jako transformativní fandom označujeme takovou skupinu fanoušků, která původní kanonické dílo vlastní tvorbou přetváří – např. záměna barvy kůže postav, jiné dějové linie apod. Opakem je pak fandom *afirmativní*.

27 Tato forma rezistence se nicméně vztahuje jen na určitou část fanoušků: v první řadě ne všichni fanoušci aktivně vytvářejí vlastní kreativní počiny. Zároveň podstatná část fanoušků dekoduje mediální obsahy v souladu se záměry tvůrců. Pro hudební fandom je příznačné, že část fanoušků naopak jedná v souladu s konzumními záměry tvůrců – např. dlouhé čekání ve frontách na koncert kvůli místům v první řadě, ochota platit vysoké částky za vstupenky a případně cestovat i do jiného státu apod.

28 Připomeňme případy zatýkání punkerů v Maďarsku (80. léta), hrozbu, která spočívala v zavření punkerů do institucí pro duševně nemocné v Kalifornii (80. léta), nebo kauzu West Memphis Three v Arkansasu (90. léta), kdy byli tři příslušníci heavymetalové subkultury neprávem zatčeni za vraždu kvůli jejich domnělé spojitosti se satanismem a vražednými sklony.

opatření proti těmto narušitelům, která by vzniklou situaci zastavila nebo alespoň utlačila do pozadí. Cohen morální paniku ilustroval na případu subkultur, jako byli mods a rockeři, nicméně i dnes bychom mohli podobné situace vidět kolem subkultur motorkářů (typicky Noční vlci) nebo metalistů. Byť jednotliví fanoušci nemusí ještě vyvolávat morální paniku, jejich setkání v podobě větších davů na koncertech či festivalech už nicméně takový efekt mít mohou. Pokud navíc na těchto veřejných akcích dojde k nějaké nehodě či zranění, z hlediska morální paniky taková situace funguje jako sebenaplňující se proroctví.²⁹

Jak naznačují předchozí odstavce, byť mají tyto dva termíny mnohé společné, nelze je volně zaměňovat. To, co jsem popsala výše, jsou především ideální typy, teoretické konstrukty. Ne všichni fanoušci rocku například budou nutně splňovat všechny charakteristiky subkultury rockerů. Fanouškovství odkazuje především k praktikám spojeným s recepcí mediálních obsahů, které mohou ovlivňovat také konstrukci identity jedince a jeho sounáležitost s dalšími lidmi ve fandumu. Subkultury už odkazují k širším aspektům žité každodennosti, ke způsobu života, na základě kterého přijímáme volby podle jistého sdíleného hodnotového žebříčku. Fanoušek kapely My Chemical Romance se nemusí nutně cítit součástí subkultury EMO ani sdílet jejich názory nebo styl. Příslušník subkultury rockabilly nemusí nutně sledovat pouze umělce tvořící v žánrech rock'n'rollu, blues či hillbilly, ale může být fanouškem i určitého popového interpreta, pokud se mu zrovna zalíbil.

Z výše uvedeného se dá vyvodit, že v rámci subkultur mohou existovat i mnozí fanoušci, stejně jako v rámci fandumu se mohou objevovat příslušníci subkultur. Rozmanitost vkusu a názorů však nedovoluje kompletně tyto pojmy zaměňovat, byť mají mnoho společného. Fanoušek Elvise Presleyho může být součástí subkultur, jako je rockabilly nebo teddy boys, ale stejně tak nemusí náležet k žádné, pokud se mu například tvorba Presleyho „pouze“ líbí. Tyto dva pojmy se vzájemně nepodmiňují, členové subkultury nemusí být kolektivně a jednomyslně fanoušci konkrétního interpreta, stejně jako členové fandumu nemusí být všichni součástí jedné subkultury.

Hudba má u obou těchto skupin poněkud odlišný pragmatický účel. U subkultur hudba funguje jako způsob, kterým se určité skupiny na symbolické úrovni odlišují od většinové společnosti. Vedle dalších těchto prostředků, jako je například móda nebo zdržování se na určitém prostoru, patří hudba do celkového konceptu „životního stylu“,³⁰ který tyto skupiny odlišuje. Naopak u fandumů je hudba stěžejním

29 V tomto případě jsou na veřejné představitele kladeny nároky na zvýšení policejního či zdravotního dozoru kvůli bezpečnosti účastníků na koncertech. Morální panika se váže především k tématu velkého davu na jednom místě – kvůli hrozbám různých teroristických útoků (jako např. útok na koncertě Ariany Grande v Manchesteru v roce 2017) nebo kvůli hrozbě vandalismu. Veřejní činitelé přijímají různá opatření jako např. zákaz přenocování před místem konání akce – případ Jižní Koreje, kde na koncert smějí fanoušci čekat před halou nejdříve od čtyř hodin ráno v den konání akce. Popularita tzv. k-popu (hudební skupiny z Jižní Koreje) vzrůstá i v západním kontextu a podobná opatření přijala také vedení měst Paříže či Londýna.

30 Životní styl zde chápu jako cítění člověka pro to, jak si vybírá určité komodity a způsoby konzumace. Jedná se o svobodnou volbu. V tomto pojetí by neměl být zaměňován za „way of life“ (způsob života) Raymonda Williamse,

pojítkem dané komunity nehledě na postoje a životní styl. Konkrétní žánr či interpret u fandomů představuje hlavní objekt zájmu, kterým je celé fanouškovství formováno. Snaha o zaměňování těchto dvou pojmů může tedy vést k redukcionismu a nedokonalému pochopení obou.

Ani v ohledu rezistence vůči většinové společnosti nelze spatřovat úplnou podobnost. Fanoušci svými kreativními výtvary a přístupem k textu fungují v rámci dominantního společenského a kulturního nastavení, tj. mainstreamu samotného – přetvářejí texty, které byly vytvořeny specificky pro účely masové konzumace mediálních obsahů. Subkultury naopak svou rezistenci vyjadřují na poli alternativním, vůči mainstreamu se vymezují. Komplexnost identity člena subkultury vyjadřuje nejen to, jaké oblečení nosí nebo jakou hudbu poslouchá, ale také určitý světonázor, balíček vědění a sdílených idejí s dalšími členy subkultury. Subkultura v sobě nese určitou exkluzivitu; pro své členy poskytuje jasné vymezení toho, jaké zastávat hodnoty a rezistenční politiku, ale i v jakých prostorech se setkávat, jakým stylem se projevovat navenek nebo jaká média konzumovat. Fanouškovství oproti tomu limity nemá. Zápal pro jistý mediální obsah nevyžaduje po fanoušcích konkrétní sociodemografické údaje ani specifický světonázor. V tomto ohledu je fanouškovství otevřenější pro rozmanité skupiny lidí.

5. HUDEBNÍ KULTURY, HUDEBNÍ SCÉNY, KMENY A (NE)POTŘEBNOST NOVÝCH POJMŮ

Snaha o různá odlišování a revizi pojmu subkultura se ovšem často setkává s ještě větším teoretickým chaosem. Za mnohdy kritizovaný pojem subkultury se již od konce 90. let snaží různí teoretici nalézt vhodnější, korektnější pojmy.

Jedním z nich jsou tzv. *hudební kultury*, které jsou označovány jako seskupení, jež pojí konkrétní hudební žánr, názorové přesvědčení a módní styl. Jinými slovy totéž, pod čím si v rámci tzv. common sense představíme *subkultury*. Pouze se jedná o specifikum hudebního prostředí.

K zaměňování dochází také pomocí konceptu *hudebních scén*. Ten byl původně využívaný především v žurnalistických příspěvcích a v každodenní mluvě, nicméně v 90. letech se začal prosazovat také v akademických textech. Označuje „kontext, ve kterém hloučky producentů, hudebníků a fanoušků kolektivně sdílejí společný hudební vkus a kolektivně se snaží odlišovat od ostatních“ (Bennett & Peterson, 2004, s. 1). Byť jsou charakterizované jako neformální seskupení, pokud mají scény silné odezvy u příjemců, často jsou inkorporovány do profesionální struktury hudebního průmyslu. Fungují jako jakási „podskupina“ v rámci kultury, čímž by se opět daly nazvat i subkultury (pokud bychom vynechali ekonomický aspekt).

Od 90. let se ve smýšlení o skupinách spojujících hudební styl, módní vyjádření

kde se jedná spíše o to, jak člověk funguje ve své každodennosti zarámované jistými sociálními determinanty a stabilní společenskou strukturou (Chaney, 1994, s. 92).

a názorové přesvědčení začíná prosazovat také koncept *kmenů* Michela Maffesoliho (1996). Ten jako *kmeny* označuje „seskupení bez rigidnosti organizačních forem, které jsou nám známé; odkazuje spíše k určitému ovzduší či stavu mysli a vyjadřujeme jej skrze životní styl, který upřednostňuje vzhled a formu“ (Maffesoli, 1996, s. 98). Právě tento přístup k subkulturám (často nazývaný také jako *neo-tribalismus*) upřednostňuje například teoretik Andy Bennett (1999; 2011) napříč svým akademickým působením v oblasti populární hudby a skupin kolem ní soustředěných.

Subkulturní teorie podle některých teoretiků³¹ tyto skupiny nahlížely příliš redukcionisticky, ve snaze nalézt nějakou jejich jednotnou esenci. Tento náhled pak působí jako „přehnaně fixní představa o kulturních hranicích mezi skupinami mladých lidí“ a zároveň klade „důraz na atypického delikventa nebo ohromující minoritu“ (Hodkinson, 2007, s. 7). Právě tato snaha o jasné vymezování hranic subkultur přivedla kritiky ke snaze vytvořit koncept, který by tato uskupení charakterizoval méně rigidně a redukcionisticky. Společně s tezemi o fragmentarizaci a individualizaci postmoderní společnosti tak těmto akademikům více vyhovuje právě koncept kmenovosti.

Právě fragmentarizace publika a individuální přístup jedinců k obsahům, které si vybírají (ať už jde o oblečení, hudbu, životní styl apod.), vede ovšem k tomu, že ani nové pojmy jako hudební scéna nebo *kmeny* nefungují, jelikož nedokáží plně popsat rozmanitost přístupu různých osobností k mediálním obsahům. Potřeba kategorií a snaha jednotlivce zařadit do určitých „škatulek“ bude vždy ze své podstaty redukující. Z tohoto hlediska by se jevílo funkčnější nahlížet na hudební publika spíše optikou fandomů, které pod sebe začleňují kohokoli bez ohledu na jeho gender, rasu, věk nebo fakt, zda nosí koženou bundu – byť i toto je zjednodušené a idealizované pojetí komplexnějšího fenoménu fandomu.

6. ZÁVĚR

V této stati jsem osvětlila problematiku zaměňování pojmů subkultury a hudebního fandomu. Byť mají tyto dvě kategorie mnoho společného, na základě diskuze zdrojů a uvedených poznatků vyplynulo, že není možné je mezi sebou běžně zaměňovat.

Uvedla jsem specifika, podle kterých se vyznačují subkultury – od odlišování názorů od mainstreamové společnosti po symbolické vyjádření této odlišnosti na úrovni módního stylu. Hudba pro subkultury funguje často jako jeden z prostředků, jakým se od mainstreamu může skupina odlišovat. Hudba v tomto případě má zejména pragmatický účel.

Kritika subkulturní teorie spočívá především v tom, že podle mnohých teoretiků přináší příliš rigidní pohled na tato společenská uskupení. Přitom se jedná o dynamické a proměnlivé skupiny, které nelze plně paušalizovat. Právě z tohoto důvodu od 90. let vznikají nové koncepty, které by měly nedokonalosti pojmu *subkultura* vylepšit – jako je například *hudební scéna* nebo *kmeny*. Nicméně ani tyto termíny

31 Viz např. Clarke, 1981; Muggleton, 2000; Hodkinson, 2007.

současnou celospolečenskou rozmanitost, včetně rozmanitosti mediálních publik, nedokáží zachytit.

Zejména v prostředí populární hudby dochází k zaměňování pojmů subkultura a hudební fandom. Hudba je totiž pro tento druh mediálního fandomu i pro subkultury společným prvkem, na jehož základě jsou tyto skupiny odlišované od širší společnosti. Uvedla jsem i charakteristiky hudebního fandomu, a byť má mnoho společného se subkulturami, plně se zaměřit nedají. Hudba u fandomu nefunguje pouze jako pragmatický prostředek odlišení, ale je naopak stěžejním tématem, kolem kterého se fandom vůbec formuje.

Dalo by se říci, že subkultura je širší pojem, který se dá aplikovat nejen na preference ve výběru mediálních obsahů (v tomto případě populárněhudebních), ale také na preference v celkovém způsobu života jedince, od názorového přesvědčení po výběr oblečení. Fandom by v tomto případě fungoval jako jakási sub-subkultura, v rámci které by se vydělovaly skupiny, jež mají už konkrétní preference umělců daného žánru. Přitom ale náležitost k fandomu není podmiňující pro náležitost k subkultuře – není rigidním pravidlem, že člen rockerů musí být např. nutně fanouškem *Motörhead*. Mnohem výraznější je pro tuto skupinu například inklinace k motorkářství nebo nošení kožené bundy (být i to je značně redukcující).

Fandom pak označuje už skupinu mediálního publika, která je navázaná na konkrétní hudební žánr či interpreta. Aby mohl být jedinec považovaný za fanouška *Motörhead*, už je zde nutné, aby ke kapele měl hlubší vztah a nepovažoval ji pouze za hudební doprovod na cestách. Předpokládá se, že tento člověk má o kapele mnohem více znalostí, které se neomezují jen na „pár hitovek“. Navíc, aby člověk mohl být fanouškem této kapely, nemusí nutně náležet k subkultuře rockerů.

Fanouškovská studia nahlíží na hudební fandomy a jednotlivé fanoušky zejména z pozice toho, jak nakládají s určitým mediálním obsahem – v tomto případě s populární hudbou. Identita i pozice fanoušků v celkové společnosti se odvíjí od jejich aktivit soustředěných kolem určitého obsahu, ať už jde o aktivní poslech, sběratelství nahrávek, zakupování merchandisingu, chození na koncerty nebo nošení triček s potiskem jejich oblíbenců. Mediální obsah – zde hudba – je pro ustanovování identity fanouška základním stavebním kamenem.

Teoretici subkultur naopak nahlíží identitu jedince nejen z pozice konzumace mediálního obsahu a dalšího nakládáním s ním, ale ze širšího společenského kontextu. Konkrétní hudební žánr nebo umělec zde nefungují jako základy pro budování identity, ale naopak jako prostředek, kterým mohou jedinci svou identitu vyjádřit navenek.

Jak jsem ilustrovala na vybraných příkladech, subkultura a fandom se navzájem nepodmiňují a mohou – ale nemusí – být součástí jeden druhého. Nalézt jeden koncept, který by dokázal zahrnout veškeré aktivity, praktiky a manifestace preferencí jedince, je velmi složité. Otázkou zůstává, zda je vůbec potřeba nové zastřešující terminologie a nebylo by funkčnější i nadále rozlišovat mezi tím, co je subkultura/kmen a hudební fandom.

Anna Bílá vystudovala bakalářské i magisterské studium na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky v Olomouci, kde je v současné době i doktorandkou. Mezi její odborné specializace patří především fanouškovská studia (specificky se zaměřením na hudební fandom), mediální reprezentace žen v populárněkulturní audiovizuální tvorbě a novomediální fenomény, jako jsou např. bookstagramy.

Kontakt: anna.bila@seznam.cz

LITERATURA

- Adamovič, I., Hroch, M., Kolářová, J., Nanoru, M., Palák, V., Švelch, J., Tesař, A., & Turek, P. (2017). *Křičím: „To jsem já.“: Příběhy českého fanzinu od 80. let po současnost*. Praha: PageFive.
- Anderson, T. (2012). „Still kissing their posters goodnight“: Female fandom and the politics of popular music. *Participations. Journal of audience & reception studies*, 9(2), 239–264.
- Bennett, A. (1999). Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, 33(3), 599–617.
- Bennett, A. (2011). The post-subcultural turn: some reflections 10 years on. *Journal of Youth Studies*, 14(5), 493–506.
- Bennett, A., & Peterson, R. A. (2004). *Music scenes. Local, translocal, and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Cavicchi, D. (2014). Fandom before „fan“. Shaping the history of enthusiastic audiences. *Reception: Text, Readers, Audiences, History*, 6(1), 52–72.
- Clarke, G. (1981). Defending Ski-Jumpers: A Critique of Theories of Youth Subcultures. In Frith, S. & Goodwin, A., *On Record: Rock, pop and the written word*. London: Routledge.
- Close, S. (2016). Fannish masculinities in transition in anime fandom. *Transformative works and cultures*, 22, doi: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2016.0713>
- Cohen, S. (2011). *Folk devils and moral panics. The creation of the mods and rockers*. New York: Routledge.
- Duffett, M. (2014). *Popular music fandom: Identities, roles and practices*. New York: Routledge.
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. London: Bloomsbury.
- Duncombe, S. (2008). *Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture. 2nd edition*. Bloomington, Ind.: Microcosm Publishing.
- Fiske, J. (2018). *Jak rozumět populární kultuře*. Praha: Akropolis.
- Frith, S. (2007). *Taking popular music seriously*. Selected essays. London: Ashgate.
- Fuschillo, G. (2016). Beyond the market: The societal influence of fandoms. *Consumer culture theory (Research in consumer behavior)*, 18(1), 169–192.

- Hagen, R. (2015). „Bandom ate my face“: The collapse of the fourth wall in online fan fiction. *Popular music and society*, 38(1), 44–58.
- Hall, S., & Whannel, P. (1990). The young audience. In Frith, S. & Goodwin, A., *On Record: Rock, pop and the written word*. London: Routledge.
- Hesmondalgh, D., & Negus, K. (2002). *Popular Music Studies*. London: Arnold.
- Hill, R. L. (2016). *Gender, metal and the media. Women fans and the gendered experience of music*. London: Palgrave Macmillan.
- Hodkinson, P., & Deicke, W. (2007). *Youth cultures: Scenes, subcultures and tribes*. London: Routledge.
- Chaney, D. (1994). *The Cultural Turn: Scene-Setting Essays on Contemporary Cultural History*. London and New York: Routledge.
- Ito, M. (2010). The reward of non-commercial production: Distinctions and status in the anime music video scene. *First Monday*, 15(5).
Dostupné z <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2968/2528>
- Jensen, J. (1992). Fandom as Pathology: The consequences of characterization. In Lewis, L. (Ed.), *Adoring audience*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication*. New York: Routledge.
- Kotarba, J. A. (2018). *Understanding society through popular music. 3rd edition*. New York: Routledge.
- Maffesoli, M. (1996). *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society*. London: SAGE.
- Muggleton, D. (2000). *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.
- Osgerby, B. (2004). *Youth media*. New York: Routledge.
- Ratka, A. (2018). *Exploring identities in online music fandoms: How identities formed in online fan communities affect real life identities*. New York: Pace University.
- Shuker, R. (2016). *Understanding Popular Music Culture*. London: Routledge.
- Shuker, R. (2001). *Popular Music: The key concepts. 2nd edition*. London: Routledge.
- Sullivan, J L. (2013). *Media audiences: effects, users, institutions, and power*. London: SAGE.
- Thornton, S. (1995). *Club cultures. Music, media and subcultural capital*. Cambridge: Polity Press.
- Williams, J. P. (2007). Youth subcultural studies: Sociological traditions and core concepts. *Sociology Compass*, 1(2), 572–593.
- Williams, J. P., & Copes, H. (2005). „How edge are you?“ Constructing authentic identities and subcultural boundaries in a straightedge internet forum. *Symbolic Interaction*, 28(1), 67–89.