

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
KATEDRA PEDAGOGICKÉ A ŠKOLNÍ PSYCHOLOGIE

IDOLY U DĚTÍ ŠKOLNÍHO VĚKU

Diplomová práce


Vedoucí práce: Doc. PhDr. Miloš Kučera, CSc.

Vypracovala: Jana Kravcová

Obor: Psychologie – Speciální pedagogika

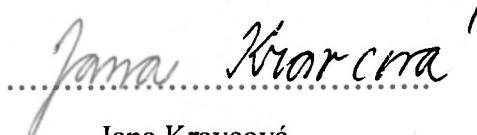
Prezenční studium

Praha 2008



Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, pod vedením Doc. PhDr. Miloše Kučery, CSc. Všechny informační zdroje jsem řádně citovala a uvedla v seznamu literatury.

V Praze, dne 24.04.2008


.....

Jana Kravcová

I. TEORETICKÁ ČÁST

Děkuji vedoucímu diplomové práce Doc. PhDr. Miloši Kučerovi, CSc. za zájem, věcné připomínky a čas, který věnoval mé práci.

Dále děkuji vedení, pedagogickému sboru a žákům ZŠ Loděnice. Svou ochotou a vstřícným přístupem napomohli vzniku diplomové práce.

.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
I. TEORETICKÁ ČÁST	
.....	16
.....	16
.....	17
.....	20
.....	21
.....	21
.....	21
.....	22
.....	23
.....	27
.....	27
.....	27
.....	28
.....	32
.....	32
.....	33
.....	33
.....	35
.....	36
.....	38
.....	39
.....	39
.....	42
.....	43
.....	43

ANOTACE	12
ÚVOD	13
I. TEORETICKÁ ČÁST	
1 VZTAHY V ADOLESCENCI.....	15
2 ATTACHMENT JAKOŽTO VZTAH DÍTĚTE ČI ADOLESCENTA S OSTATNÍMI.....	16
2.1 Primární attachment	16
2.2 Sekundární attachment.....	17
2.2.1 Empirický výzkum - Sekundární attachmenty a koncept self v období adolescence	20
2.2.1.1 Kategorie sekundárního attachmentu	21
2.2.1.2 Čas strávený aktivitami spojenými s objektem idolizace	21
2.2.1.3 Charakteristiky objektu attachmentu.....	21
2.3 Dělení typů attachmentů pro další postup diplomové práce.....	22
3 IDOLIZACE	23
3.1 Způsoby idolizace	27
3.1.1 Identifikace.....	27
3.1.1.1 Empirické výzkumy týkající se identifikace	27
3.1.1.1.1 Dětské ideály, role skutečných versus mediálních postav	28
3.1.1.1.2 Phillipsova studie týkající se identifikace.....	32
3.1.2 Erotická adorace.....	32
3.1.3 Crushes	33
3.1.4 Seskupování na základě idolizace.....	35
3.1.4.1 Empirický výzkum - Psychologické determinanty idolatrie v období adolescence.....	36
4 SCHÉMATICKÉ ZNÁZORNĚNÍ VZTAHŮ K IDOLŮM	38
5 EMPIRICKÉ VÝZKUMY JAKO INSPIRACE K VYHODNOCENÍ DAT ŽÁKOVSKÝCH DOTAZNÍKŮ	39
5.1 Adolescenční idolizace popových zpěváků a zpěvaček: příčiny, vyjádření a důvěra	39
5.2 Hrdinové a hrdinky mezi americkými adolescenty.....	42
II. EMPIRICKÁ ČÁST	
6 FUNKCE IDOLŮ.....	45

6.1	Sebedefinice.....	45
6.2	Místo pro erotickou fantazii a sexuální adoraci.....	46
6.3	Potřeba někomu patřit.....	46
6.4	Idol jako opora v ostatních vztazích.....	47
7	VÝZKUM.....	48
7.1	ZŠ Loděnice a její žáci.....	48
7.2	Výzkumná otázka a sběr dat.....	49
7.3	Potencionální změny po deseti letech.....	50
8	ZÁKLADNÍ KATEGORIZACE.....	51
8.1	Základní kategorizace volených idolů.....	51
8.2	Kategorizace důvodů pro volbu idol na základě Raviv et. al. (1999).....	52
8.2.1	Rysy osobnosti (Features).....	52
8.2.2	Atributy spojené s životem celebrity (Evaluation).....	52
8.2.3	Způsob exprese – vyjadřování se navenek (Ways of Expression).....	52
8.3	Pravidla při rozboru dat.....	53
9	ZÁKLADNÍ VYHODNOCENÍ DOZTAZNÍKŮ.....	54
9.1	Procentuální zastoupení voleb základních skupin idolů.....	54
9.1.1	Chlapci.....	54
9.1.2	Dívky.....	54
9.2	Poměr počtu voleb mužských a ženských idolů.....	55
9.2.1	Chlapci.....	55
9.2.2	Dívky.....	56
9.3	Idolizují více chlapci nebo dívky?.....	56
10	CHLAPECKÉ IDOLY.....	57
10.1	Chlapci – mužské idoly.....	57
10.1.1	Procentuální zastoupení profesí idolů a pořadí důvodů pro jejich volbu.....	57
10.1.2	Vyhodnocení konkrétních idolů.....	59
10.1.2.1	Od sportovců k hercům 2. – 7. ročník.....	59
10.1.2.2	Rap a Hip Hop vs. Underground v 8. ročníku.....	61
10.1.2.3	Herci v 8. ročníku.....	62
10.1.2.4	Punk, metal, grunge a rock v 9. ročníku.....	63
10.1.2.5	Sportovci v 9. ročníku.....	63
10.1.2.6	Herci v 9. ročníku.....	64
10.2	Společný idol Karel Gott.....	65
10.3	Komici a úloha vtípu.....	66
10.4	Chlapci – ženské idoly.....	69

10.4.1	Pořadí důvodů pro volbu	69
10.4.2	Kategorie ženských idolů	70
10.4.2.1	„Žena kamarádka“ – Aneta Langerová	70
10.4.2.2	„Žena kočka“ + „Žena partnerka“	72
10.4.2.3	„Žena hrdinka“ – Kateřina Neumannová	73
10.4.2.3.1	Neumannová u dívek a jako společný idol	74
10.4.2.4	Nezačleněné ženské idoly	74
11	DÍVČÍ IDOLY	75
11.1	Dívky – ženské idoly	75
11.1.1	Interpretace obecných dat	75
11.1.2	Ženské idoly dívek 2. a 3. ročník	76
11.1.3	Ženské idoly od 4. do 9. ročníku	77
11.1.3.1	„Blízká, lidská“	77
11.1.3.2	„Neohrožující“	79
11.1.3.3	„Silná“	79
11.1.3.4	Oceňovaný výkon – uvěřitelně	81
11.1.3.5	Oceňovaný výkon – těžko říci, zda uvěřitelně	81
11.2	Dívky – mužské idoly	82
11.2.1	Interpretace obecných dat	82
11.2.2	Základem je romantický attachment	83
11.2.2.1	„Svalovci“	84
11.2.2.2	„Milenec vrstevník“	85
11.2.2.2.1	„Vtipný krasavec“	86
11.2.2.2.2	„Milenec ze SuperStar“	87
11.2.2.2.3	„Tokio Hotel“	88
11.2.2.3	Dospělý milenec	88
11.2.2.4	„Idol na pomezí - Milan Baroš“	89
11.2.2.5	„Umění“	89
12	SCHÉMATICKÉ ZNÁZORNĚNÍ TYPŮ IDOLŮ	90
13	DISKUZE	91
14	ZÁVĚR	103
15	RESUMÉ	105
	POUŽITÁ LITERATURA	107

PŘÍLOHY

Příloha I	108
Příloha II.	109
Příloha III.	110
Příloha IV.	118
Příloha V	120

SEZNAM SCHÉMAT

Schéma I.	17
Schéma II.	22
Schéma III.	22
Schéma IV.	26
Schéma V.	47
Schéma VI.	47

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1.....	53
Graf 2.....	54
Graf 3.....	56

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1.....	57
Tabulka 2.....	57
Tabulka 3.....	69
Tabulka 4.....	69
Tabulka 5.....	74
Tabulka 6.....	75
Tabulka 7.....	81
Tabulka 8.....	82

Anotace

This paper attempts an overview of the phenomenon of idolization in the period of childhood and adolescence. Idolization, with the meaning of secondary attachment to significant people (e.g. peers, friends, massmedia figures, excluding parents). It is concerned with defining the topic according to empirical research, paying special attention to organizing the terminology in the terms of secondary attachment and its types, as romantic, identificatory, platonic etc., and idolization and its types as identification, sexual adoration and crushes. The empirical part of the paper narrows its topic and is focused only on massmedia idols. It is based on empirical research, asking girl's and boy's (age 8 -16) for their idols and reasons for their choices.

Úvod

Základním tématem diplomové práce je oblast vztahů dětí a adolescentů k idolům v období školní docházky. Ve smyslu idolů práce opouští téma rodičů a obrací svou pozornost směrem k tzv. významným druhým, jež čítají ostatní dospělí, kamarády, vrstevníky a především známé osobnosti.

*“Na místo osobní matky a osobního otce mohou v adolescenci vstoupit do hry také nadosobní otcové a matky, které známe z náboženství... protože dospívající prochází krizí identity, hledá orientaci. Protože tato orientace už nemůže přicházet od osobních rodičů, jsou oživeny postavy za osobními rodiči, které se manifestují v kolektivním systému hodnot. Tak může dojít k silnému zájmu o určité náboženské proudy, k závazné angažovanosti ve službách boha nebo bohyně, jejichž poselství by dotyčný chtěl vnášet do života. Přechodně se tak stává „dítětem vyšší moci“, což stabilizuje sebecit právě natolik, aby bylo snazší vymezit se vůči rodičům a vzdát se jejich péče“ (s. 13). Takto výstižně zachycuje Kast (2004), v knize *Otcové dcery, matky – synové*, důležitost role idealizovaných, mimo rodičovských osob v období dospívání.*

I přes deklarovanou váhu tématu, najdeme ve spektru české psychologické literatury jen málo prací, které by se takovými podobami vztahů zabývaly. Tento důvod a zájem oblast psychologických determinant dětského vývoje, byl základem pro volbu tématu.

Z existujících českých publikací se v obsahu práce významně promítají *Identifikace a imitace u současných školáků: Pop Panteon* (1999) a *Formy citů: Lacanovská teorie* (2008).

Vzhledem k uvedenému faktu je těžiště teoretické části práce koncipováno téměř výhradně na základě anglicky psaných psychologických periodik a literatury získané během studijního pobytu v Anglii na University of Liverpool v roce 2007.

Cílem teoretické části je poskytnutí výkladu základních pojmů a jejich kauzalit v oblasti dané problematiky, jakožto výsledek diskuze závěrů empirických výzkumů a klasických psychologických teorií. Tímto je stanoven teoretický a terminologický základ pro zpracování empirické části práce.

Empirická část zužuje širší svého zájmu. Ze všech možných idolů, v podobě významných druhých, figurujících v dětském a adolescentním světě, specifikuje svou pozornost pouze na funkci známých osobností.

Jejím základem je zpracování a interpretace dat získaných odpověďmi na otázku „*Které máš nejoblíbenější známé osobnosti? (herci, zpěváci, sportovci ...). Zkus napsat, co se Ti na nich líbí, případně proč si myslíš, že jsou tak oblíbení.*“, kladenou žákům 2. až 9. třídy ZŠ Loděnice.

Empirická část ústí ve vyhodnocení výsledků, jejich porovnávání a diskuzi s výsledky výzkumu Mikšíčka (1999), který jej realizoval v roce 1997 na základě stejné výzkumné otázky.

1 Vztahy v adolescenci

Když G.S. Hall (1904) před sto lety uvedl do psychologie téma adolescence, interpersonální vztahy byly v samém základu prvních definic adolescence. Hlavním atributem tohoto období byla jeho rozporuplnost, reprezentovaná střetem biologického a sociálního, respektive nesocializovaného („divokého“) a kultivovaného (tj. společensky žádoucího). Motorem osobnostního vývoje a dominujícím atributem byl konfliktní vztah adolescenta s dospělou autoritou (rodičovskou, dospělou, institucionalizovanou, reprezentovanou normami a sankcemi).

Téma interpersonálních vztahů tedy provázelo psychologické přístupy k adolescenci od počátku, nedá se však říci, že by mu byla věnována systematictější pozornost (Macek, Lacinová, 2006).

2 Attachment jakožto vztah dítěte či adolescenta s ostatními

Slovo attachment znamená připojení, upevnění, oddanost, přichylnost, náklonnost, vazba, spoj apod. Jakožto psychologický proces pak „různým druhům vazeb, které mají hluboce zakořeněny a pronikavý vliv na sociální chování a řady dalších interakcí.“¹

2.1 Primární attachment

Dle teorie attachmentu (přimknutí) formulovanou Johnem Bowlbym a Mary Mainovou je attachment vrozený systém v mozku, který se vyvíjí způsobem ovlivňujícím a organizujícím motivační, emoční a paměťové procesy ve vztahu významným pečujícím osobám. Vede dítě k vyhledávání blízkosti rodičů a navazování komunikace s nimi, a tím zvyšuje jeho šance na přežití. Je podkladem interpersonálního vztahu, který umožňuje nezralé psychické struktury a nezralé nervové soustavě dítěte využívat kapacitu a funkce vyvinutějšího mozku a psychiky rodiče k organizování jeho vlastních procesů. Dítě používá rodiče ke zvládnutí a

¹ http://is.muni.cz/elportal/estud/fss/js06/psy108/Vybrane_pojmy_ze_socialni_psychologie.pdf

redukci negativních stavů self a regulaci a zesílení stavů pozitivních. Opakované zážitky z těchto vztahů jsou ukládány v implicitní paměti v podobě nastavení či očekávání a posléze v podobě osobního modelu attachmentu².

Koncept attachmentu je pojímán jako oboustranný proces, jako interakce a patří tedy do oblasti blízkých interpersonálních vztahů.

K účelům diplomové práce dělím attachment, z vývojového hlediska, na dva typy – primární a sekundární. Primárním mám na mysli Bowlbyho pojetí raného attachmentu, který se koncipuje v průběhu prvních dvou až tří let života dítěte a týká se interakce mezi dítětem a matkou, popř. otcem nebo pečující osobou (parent surrogate = náhradní rodič).

Zráním psychické struktury dochází dítě k poznání, že rodič není jediný objekt v jeho okolí, není schopen uspokojit všechny jeho potřeby, regulovat všechny jeho afekty a navíc nemusí být vždy správně vyladěn. Tak dochází k postupnému zklamávání dítěte v rodiči jakožto objektu primárního attachmentu a otevírá se prostor pro tvorbu sekundárního.

2.2 Sekundární attachment

Sekundární attachment je emotivně zabarvený vztah, který je v období dětství, později adolescence formován k významným druhým³ (significant others, viz schéma 1). Adolescenti do zvolených objektů mohou projikovat své city, charakterové vlastnosti, představovat si imaginární nebo ideální přátelství, vztahy, identifikovat se s nimi, vyzkoušet si vše jakoby „na nečisto“, bez rizika nevytlačení

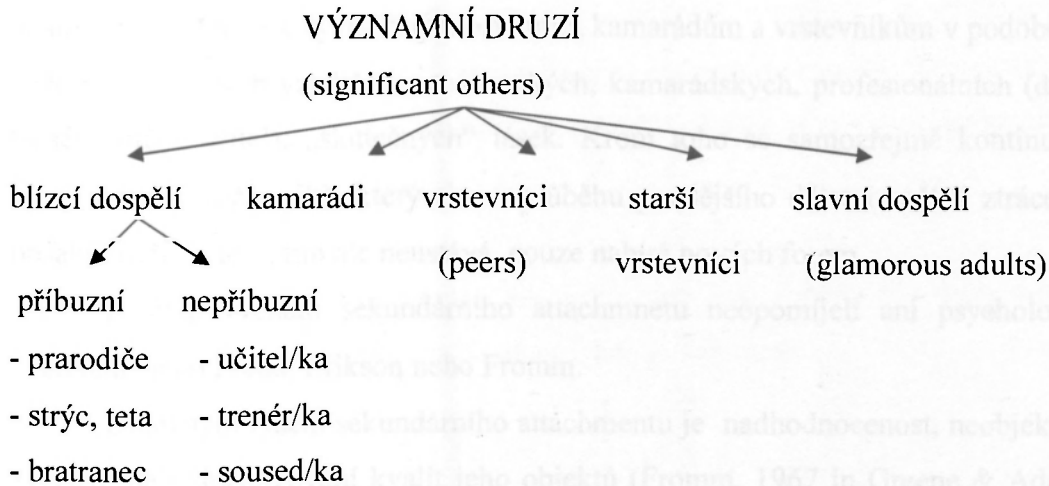
a zklamání ze strany druhého, než vstoupí do světa vztahů dospělých. Sekundární attachment je tedy charakteristický tím, že se neodehrává v podobě prožívání skutečných vztahů. Sekundární attachment nepostrádá charakter vzájemné interakce mezi subjektem a objektem. Typ, intenzita a způsob vyjádření zpětné

²<http://64.233.183.104/search?q=cache:iZUa8JNYuSwJ:www.adiktologie.cz/download/1212/Adiktologie-Vvvoiove-aspektv-Attachm>

³ osoby, které nejsou rodiče nebo blízká pečující osoba (které tedy nejsou osoby participující v průběhu primárním attachmentu)

reakce je zde ale udávána typem zvoleného objektu.

Schéma I.



Trenér k němuž, k jakožto krásnému, svalnatému, vtipnému, schopnému sportovci, prožívá lásku jeho svěřenkyně, k ní není lhostejný, přestože neopětuje (neměl by) její city recipročně. Dívka si ho staví na piedestal, trenér se k ní chová „trenérsky“. Jiné děvče, které bezmezně miluje herce Toma Cruise, zřejmě zažívá podobné city jako děvče předešlé. Dokonce své city může ve svých fantaziích prožívat ještě intenzivněji, protože se s Tomem nesetkává osobně, není tedy limitovaná poznáním některých jeho charakterových vlastností a existuje mnohem menší pravděpodobnost, že se ve svých představách o Tomovi zklame. Tom není s dívkou v reakci osobní, ale rozhodně s ní, jakožto součástí svého publika, reaguje prostřednictvím show businessu (proč by si jinak celebrity tak důkladně budovali svou image⁴). Z daného tedy vyplývá, že čím vzdálenější, myšleno nedosažitelnější v reálném světě objekt attachmentu je, tím nižší je riziko, že se v něm dítě, adolescent zklame. Tím barvitější a intenzivnější vztah „bez rizika“ si k němu může dovolit prožívat.

Ze žákovských odpovědí na otázku „Které máš nejoblíbenější známé osobnosti?“ (jejichž rozboru se budu věnovat v druhé části diplomové práce) vyplývá, že děti a adolescenti jsou si této přímé úměry mezi vzdáleností a

⁴ Obraz, podoba, celková prezentace, celkový dojem na veřejnost.

bezpečností implicitně vědomi.

Krom toho, že děti a adolescenti prožívají tyto imaginární vztahy, které nazývám sekundární attachment, prožívají samozřejmě i reálné vztahy v rámci vývoje socializace. Takovéto vztahy nemohou být koncipovány ke slavným dospělým, ale určitě k významným ostatním, kamarádům a vrstevníkům v podobě čistě příbuzenských vztahů, sourozeneckých, kamarádkých, profesionálních (dítě – trenér, dítě – učitel), „skutečných“ lásek. Krom toho se samozřejmě kontinuálně vyvíjí vztah rodič – dítě, který sice v průběhu pozdějšího dětství začíná ztrácet na obsahu rodič = idol, tím ale neustává, pouze nabírá nových forem.

Rysy a význam sekundárního attachmentu neopomíjeli ani psychologičti „velikáni“ jako Freud, Erikson nebo Fromm.

Důležitým rysem sekundárního attachmentu je nadhodnocenost, neobjektivní zvětšení nebo idealizovaní kvalit jeho objektů (Fromm, 1967 in Greene & Adams-Price, 1990b). V kontextu formování identity, můžeme attachmentu nejlépe rozumět jako prostředku afektivního přechodu z pečovatelského, rodičovského attachmentu v období dětství k více romantickému attachmentu adolescentů a mladých dospělých (Erikson, 1968; S.Freud, 1922/1951, 1925 in Greene & Adams-Price, 1990b). Sekundární attachment může sloužit jako důležitá funkce při vývoji zralé (mature) sexuality tím, že dovoluje prozkoumávání a experimentování v bezpečné vzdálenosti od skutečné, bezprostřední zkušenosti a následků (Freud, 1925; Fromm, 1967; Landis, 1970 in Adams & Price-Green, 1990a).

Proces transformace, kterým prochází naše ego, je nesen konfliktem mezi přáním realizovat svou sexuální dospělost a strachem upustit od slastného dětství. Zvýšené libidinózní pudy, které nemohou být směřovány k osobám blízkým, jako jsou rodiče nebo vrstevníci, jsou bezpečně směřovány ke vzdáleným osobám, jako jsou celebrity. Představa reálného sexuálního attachmentu může být pro mladé adolescenty příliš vystrašující, a proto své libidinózní touhy projikují směrem k „bezpečným“ vzdáleným osobám v podobě sekundárního attachmentu (Freud 1925; Fromm, 1967; Muus, 1982 in Adams & Price-Green, 1990a).

Sekundární attachment poskytuje bezpečný kontext, ve kterém mohou chlapci i dívky experimentovat s různými identitami za účelem hledání a ustanovení smyslu self (Erikson, 1956). Jedním z úkolů naplňovaných sekundárním attachmentem je možnost bezpečného objevování různých sociálních rolí a identit. Centrální aspekt

pro chlapce hraje v oblasti hledání profesní volby (o tom píše i Kučera, 2008). Díky experimentování s různými imaginárními charakteristikami a rolemi populárních osobností je adolescentní chlapec schopen prozkoumávat a objevovat rysy jeho skutečné identity. U dívek se identita dle Eriksona konsoliduje později než u chlapců, a to díky oddanému vztahu k populární osobnosti v podobě sekundárního attachmentu. Díky fantazijnímu experimentování s představami romantického vztahu s populární osobností, si dívky mohou začít tvořit představu o svém budoucím reálném partnerovi (Erikson, 1968).

Typy sekundárního attachmentu tak, jak s nimi budu operovat v diplomové práci stanovím na základě následujícího empirického výzkumu.

2.2.1 Empirický výzkum - Sekundární attachmenty a koncept self v období adolescence

Adams-Price, A. L. Greene: Secondary Attachments and Adolescent Self Concept (1990a)

C.Adams-Price and A.L.Greene podrobili výzkumu populární názor, že sekundární attachment (secondary attachment) k celebritám jsou důležitým aspektem vývoje self konceptu v průběhu adolescence. Požádali celkem 79 studentů, aby vyplnili sadu osobnostních škál ve kterých nejprve popisovali a hodnotili sami sebe a později oblíbenou celebritu, včetně toho jaký vztah by s ní chtěli mít a množství času stráveného různými aktivitami s ní spojenými.

Mezi respondenty bylo 10 chlapců a 10 dívek ve věku 10-11 let, 11 chlapců a 8 dívek ve věku 13-14 let, 10 chlapců a 10 dívek ve věku 16-17 let a 10 chlapců a 10 dívek, studentů vysoké školy, ve věku 19-20 let.

V dotazníku, týkajícího se sekundárního attachmentu měli studenti nejprve popsat objekt attachmentu. Byla kladena otázka „Kdo je tvoje oblíbená celebrita?“. Dále se pak dotazník ptal na vztah, který by respondenti chtěli mít k dané celebritě „Představ si, že bys měl kouzelnou hůlku, která tě mohla proměnit do osoby blízké tvé oblíbené celebritě a navíc by sis mohl vybrat vztah, jaký by si k ní chtěl mít. Kdo

bys chtěl nejráději být?“. Dále se pak dotazník zaměřoval na zjištění času, stráveného aktivitami spojenými s objektem idolizace (např. „Jak často myslíš na svou oblíbenou celebritu?“, „Jak často si o své oblíbené celebritě povídáš se svými nejlepšími kamarády? A s ostatními kamarády?“).

Dále pak studenti vyplňovali dotazník osobnostních vlastností (Personality Attributes Questionnaire) Spence a Helmreicha (1978). Tento dotazník měřil osobnostní charakteristiky každého z respondentů a osobnostní charakteristiky přisuzované (attributed) objektům attachmentu. Dotazník obsahoval 24 osobnostních vlastností. Studenti měli na 5ti bodové škále vyznačit, jak hodně (1 = úplně neplatný, 5 = zcela platný) je pro ně samé a pro objekt jejich attachmentu daná vlastnost charakteristická.

2.2.1.1 Kategorie sekundárního attachmentu

Adams-Price a Greene pro svůj výzkum stanovili pět základních kategorií attachmentů dětí a adolescentů k celebritám. Každý z vyhodnocených dotazníků pak přiřadili do určité kategorie attachmentu. Kategorie jsou následující: a) *identifikační* (tzn. být celebritou), b) *romantický* (být celebrity erotický přítel, přítelkyně, manžel, manželka), c) *platonický* (být celebrity kamarád), d) *příbuzenský* (být celebrity příbuzný nebo dítě), e) *jiný*.

Z daných kategorií dostaly pouze dvě významnou podporu, a to identifikační a romantický typ attachmentu. Ze všech dotazovaných respondentů by si 30% přálo být celebritou a 25% by si přálo být přítel nebo přítelkyně celebrity.

Následné analýzy výsledků ukázaly genderové rozdíly ve volbě attachmentu. Zatímco dívky preferovaly (39,5%) romantický attachment, chlapci preferovali (36,6%) identifikační attachment.

2.2.1.2 Čas strávený aktivitami spojenými s objektem idolizace

Co se výsledků tohoto tématu týče, bylo signifikantně prokázáno, že: a) mladší adolescenti o objektech svého attachmentu diskutují se svými matkami mnohem častěji než starší adolescenti, b) dívky se o svých objektech baví s matkami častěji než chlapci a c) adolescenti, kteří preferují romantický typ attachmentu sbírají

mnohem častěji předměty s idolem spojené (paraphernalia), než adolescenti, kteří preferují identifikační typ attachmentu.

2.2.1.3 Charakteristiky objektu attachmentu

Co se týče pohlaví voleného idolu (jakožto objektu sekundárního attachmentu), volili chlapci i dívky, v naprosté většině mužský vzor.

Chlapci volili starší objekty attachmentu než dívky. Mladší adolescenti volili mladší objekty attachmentu než ty, které udávali starší adolescenti.

Vyhodnocení Spenceho a Helmreichova dotazníku osobnostních vlastností ukázalo, že starší studenti vnímali své objekty spíše jako silné (agency) než expresivní (expressivity). Přičemž síla je výrazem maskulinních vlastností a expresivita (expressivity) femininních vlastností. Mladší studenti vnímali své objekty spíše jako expresivní, než silné. Z hlediska genderového rozdělení pak chlapci vnímali své objekty více jako maskulinní, udávali vyšší skóre pro sílu než pro expresivitu, zatímco dívky u svých idolů udávaly vyšší skóre femininní vlastnosti expresivitě.

2.3 Dělení typů attachmentů pro další postup diplomové práce

Jak již bylo uvedeno, Adams-Price a Greene stanovili pět základních kategorií attachmentů dětí a adolescentů k celebritám. Pro další účely diplomové práce jsem se rozhodla u jejich dělení zůstat. Je nejen výstižné, ale i aplikovatelné na osoby mimo spektrum masmediálního světa (vrstevníci, starší vrstevníci, kamarádi). V předchozí skupině mimo-masmediálních osob jsem záměrně neuvedla skupinu blízkých dospělých. Tu, jak již bylo uvedeno, dělím na dospělé příbuzné a nepříbuzné. K účelům popsání možných druhů attachmentů tvořených k nepříbuzným dospělým nám bude Adams-Priceovo a Greenovo dělení určitě stačit. Výjimka může nastat v případě romantického attachmentu k příbuzným dospělým, popř. v momentě, kdy dítě není schopno ukončit primární attachment k rodiči a s postupem věku ho transformuje do formy sekundárního romantického. Pro takový druh attachmentu jsem zvolila termín „incestní“. Otázkou je, zda-li se s ním dítě dokáže vypořádat, nebo ústí-li do formy patologického projevu idolizace.

Dělení druhů sekundárních attachmentů :

- a) *identifikační attachment (tzn. být objektem⁵),*
- b) *romantický attachment (být objektu⁵ přítel, přítelkyně, manžel, manželka),*
- c) *platonický attachment (být objektu⁵ kamarád),*
- d) *příbuzenský attachment (být objektu⁵ příbuzný nebo dítě),*
- e) *incestní attachment (romantický attachment k příbuznému dospělému)*
- f) *jiný attachment*

Grafické znázornění vztahů mezi typy attachmentů (schéma 2) a typy attachmentů mezi subjektem, rodiči a významnými druhými (schéma 3):

Schéma II.

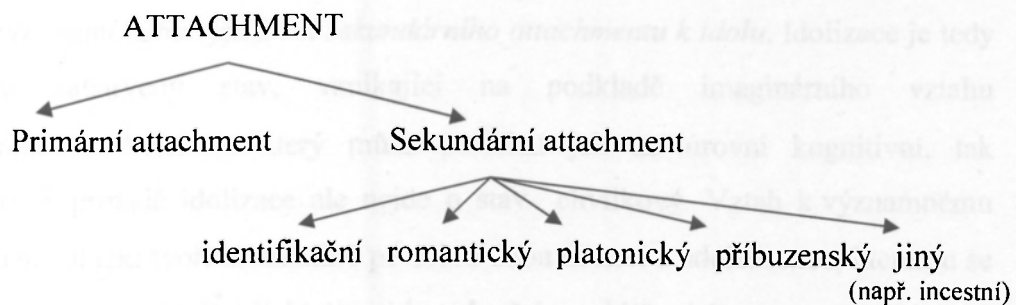
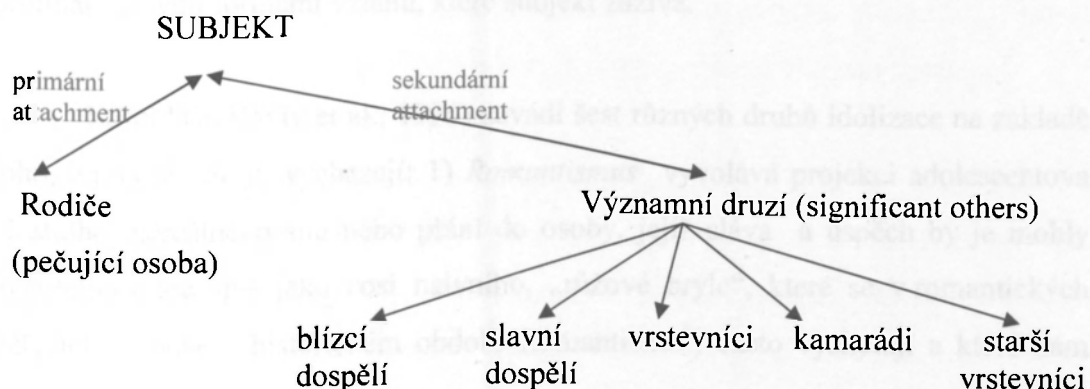


Schéma III.



Důležité postřehy:

- Sekundární attachment není idolizace.
- Sekundární attachment je vztah k idolu.

⁵ Objektem je zde myšlena osoba ze skupiny významní druzí

- Idolizace je způsob prožívání nebo vyjádření sekundárního attachmentu k idolu.

3 Idolizace

V anglicko-českých slovnících najdeme na prvních místech překlady „zbožňovat (koho), učinit idolem, udělat idol , kořit se (komu)“. Pro účely této diplomové práce ale nestačí zůstat u pouhého překladu. Po hlubším zamyšlení nad významem a zařazením idolizace do celého systému vztahů k významným druhým se totiž ukazuje, že přesný překlad slova je nejen nevystihující podstatu věci, ale navíc zavádějící.

Nejlepším výkladem slova idolizace by pro danou problematiku mohlo být - *způsob prožívání nebo vyjádření sekundárního attachmentu k idolu*. Idolizace je tedy afektivně zabarvený stav, vznikající na podkladě imaginárního vztahu k významnému druhému, který může probíhat jak na úrovni kognitivní, tak konativní. V případě idolizace ale nejde o stav chvílkový. Vztah k významnému druhému si subjekt tvoří minimálně po celou dobu dětství a adolescence, kterému se v diplomové práci věnuji. Na idolizaci je tedy třeba nahlížet jako na proces. Je třeba mít na mysli, že proces je děj, který se může vyvíjet, stagnovat, regredovat nebo se prolínat s jinými formami vztahů, které subjekt zažívá.

Sebald (in Raviv et al., 1996) zavádí šest různých druhů idolizace na základě toho, z jakých zdrojů vycházejí: 1) *Romantismus* vyvolává projekci adolescentova vlastního, nereálného snu nebo přání do osoby, jejíž sláva a úspěch by je mohly hypoteticky ale spíš jako cosi naivního, „růžové brýle“, které se v romantických vztazích (a nebo v historickém období Romantismu⁶) často vyskytují a které nám

⁶ „myšlenkové a um. hnutí, které vzniklo v Evropě na přelomu 18. a 19.st. jako reakce na hluboký rozpor mezi realitou kapitalistického řádu a humanistickými ideály... R. odrážel prohloubení protikladů mezi individuem a společností, ideálem a skutečností, uměním a životem... Rozpory v soudobé společnosti řešil romantismus buď únikem do fantazie, idealizované minulosti nebo vzdálených zemí, nebo naopak úsilím o přetvoření světa“ (<http://encyklopedie.seznam.cz/heslo/89781-romantismus>)

umožňují idealizaci vztahu, v tomto případě spíše stavu - myšlenky na to, že by náš sen mohl být naplněn skrze dokonalou osobnost, kterou náš idol (ve vztahu k Romantismu pak s rysy romantického hrdiny⁷) je, 2) *Sexuální přitažlivost a fetišismus* odpovídají substituci a sublimaci sexuálního napětí prostřednictvím fetiše – hmatatelný (tangible) celek nebo část idolu. Adolescent dává přednost sexuálnímu objektu (v tomto případě předmětu, fetiši), který je možno vlastnit, před oboustranným vztahem, 3) *Extáze* - extrémně emotivně zabarvené prožívání nebo chování, které může být, pod pojmem idolizace, veřejně prezentováno aniž by bylo odsuzováno společností (např. křik a tanec na koncertech, fandění na zápasech) , 4) *Fascinace* - naplňuje adolescenční potřebu po vybuzení (excitement) a vzrušení (thrill), 5) *Identifikace* - představuje obraz toho o co adolescenti usilují, 6) *Hrdinové jakožto „poslové“* (messengers) - poskytují adolescentovi zásobu hodnotových orientací (Raviv et al, 1996).

Raviv et al. (1996) uvádí, že idolizace (hovoří konkrétně o idolizaci populárních zpěváků a zpěvaček) je založena na dvou základních komponentách: zbožňování (worshipping) a nápodoba (modelling). Zbožňování je charakterizováno neobvykle intenzivním obdivem (admiration) a úctou (reverence) k idolu. Může být vyjádřeno prostřednictvím různých druhů chování jako sbírání informací a artefaktů, fantazírování, poslouchání jeho hudby, pokusy o osobní setkání. Nápodoba se projevuje jako přání „být jako idol“, což se může projevovat imitací idolu, nápodobou stylu oblékání, účesu, řeči, různých aktivit, vzorců chování apod.

Raviv se omezil jen na dvě základní kategorie, které bychom ale se Sebaldovými šesti mohli porovnávat a kombinovat tak, že bychom dostali výmluvný obraz toho, kterak se dítě nebo adolescent mohou ke svému idolu vztahovat. Romantismus, doprovázený naivním idealizováním idolu, a sexuální přitažlivost s fetišismem, první dvě Sebaldovy kategorie bychom mohly zařadit pod Ravivovu

⁷ „Postavy romantických lit. děl se bouří proti společenským konvencím, nechtějí se podříditi zákonům; stávají se proto společenskými. vydědenci, zbojníky, vězni, žebráky, tuláky, poutníky. Romant. hrdinové jsou silní jedinci, vyznačující se vášnivou citovostí.“
(<http://encyklopedie.seznam.cz/heslo/89781-romantismus>)

obecněji pojatou kategorii zbožňování. Pojem zbožňování (uctívání) bych pak pro jistotu, aby čtenáře nesváděl k záměně s foneticky podobným, ale sémanticky lehce odlišným pojmem „zbožšťování“ (dosazování na místo Boha), nahradila pojmem adorace⁸. Tu pak, na základě dvou podřazených, Sebaldových, kategorií dělím na kategorii crushes⁹ - uctívání bez nutného sexuálního náboje, do jejíž charakteristiky by spadal již zmiňovaný romantismus, obdiv k idolu. Do druhé kategorie erotická adorace⁸, charakterizované sexuálním nábojem ve vztahu k objektu - by spadala ona sexuální přitažlivost a fetišismus. Na úroveň crushes a erotické adorace, pak jakou druhou možnost vztahování se k idolu, řadím Ravivovu kategorii identifikace. Ta už se nijak nedělí a jako její prvky pod ní spadají Sebaldova nápodoba a Ravivův obraz hrdiny jakožto posla idejí, se kterými se adolescent ztotožňuje.

Ve schématu crushes, erotická adorace, identifikace jsem již vyčerpala všechny Ravivovy kategorie, ovšem zbývají mi Sebaldova fascinace idolem a extáze. Jistě by nebylo nutné, přiřazovat je do schématu násilím, nám do něj ale zapadají.

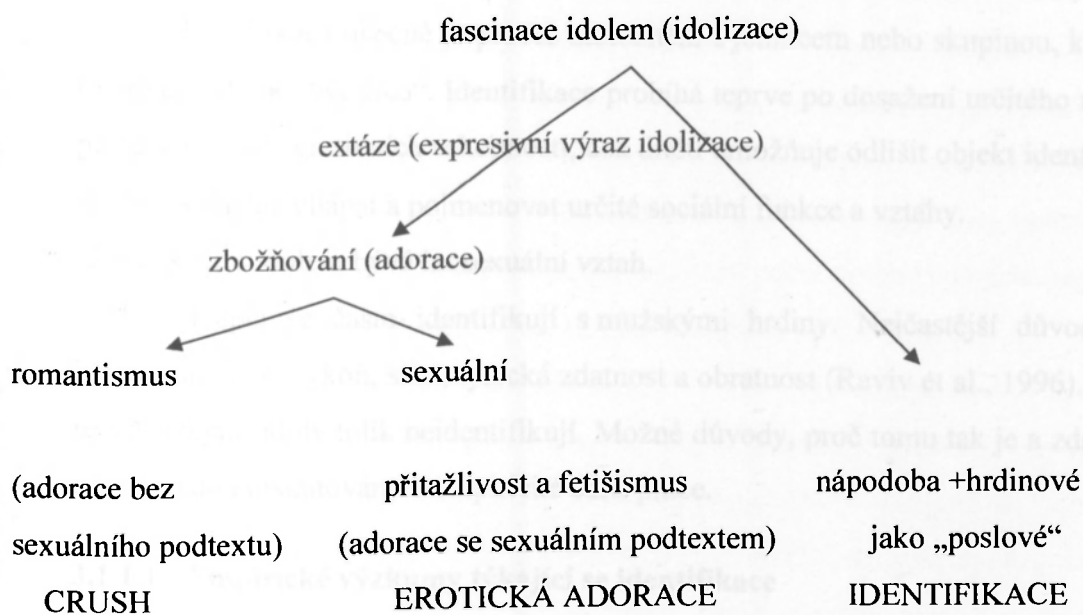
Sebaldovu fascinaci používám jako ekvivalent k idolizaci. Adolescent je svým idolem fascinován, hledá v něm uspokojení svých vzrušení a vybuzení (kterak píše Sebald) a to může realizovat minimálně dvojím způsobem – adorací svého idolu nebo identifikací s ním (což jsou projevy idolizace). Extáze není přímo vztah k objektu idolizace, ale jev, který může doprovázet jak adoraci, tak identifikaci. Jde o chování spojené s idolizací, to jak adolescent dává svou fascinaci idolem najevo.

⁸ zbožné uctívání, zbožňování

⁹ výrazy pro pojmenování druhů „vypořádávání se“ se vztahem k idolu. Termíny zde zavádím proto, abych mohla vyobrazit komplexní schéma vztahovosti subjekt – idol. Podrobně budou vysvětleny v následující kapitole.

Grafické znázornění předchozích slov:

Schéma IV.



Z českých autorů se o idolizaci zmiňuje například Vybíral (2000). Píše, že v případě idolizace jde o vztahování se k někomu, kdo je reálně nedostupný (oblíbený herec, sportovec, zpěvačka) nebo kdo někdy ani ve skutečnosti neexistuje (vztahování se k postavě ze seriálu, ke kreslené postavě). Divák nebo posluchač si psychicky naplňuje vztah sám - projekcemi, projektivní identifikací, přenosem, iluzí, nerealistickým přáním, nebo obyčejnou lidskou potřebou kontaktu a komunikace. Zatímco ze strany původce se vyznačuje manipulací a „sváděním k intimitě“, z příjemcovy strany do ní vstupuje například sebeobelhávání a podléhání iluzi vzájemnosti.

Denisoff (in Raviv et al., 1996) říká, že základem idolizace je fantazie. Fantazie, jež je iluzí o idolově dokonalosti nebo téměř dokonalosti. Tvorbu iluze dokonalosti nám dovoluje to, že idol, je narozdíl od rodiče, vrstevníka nebo blízkého dospělého, osoba nedosažitelná. Adolescent tedy svou „víru v“ a „vztah k“ idolu nemusí podrobit testování. Nemusí se zklamávat, protože a priori tuší, že idol nemůže jeho přání, sny a touhy splnit. To ochraňuje adolescenty před prožitky deziluze a zklamání, které jsou v období adolescence zvláště četné.

3.1 Způsoby idolizace

3.1.1 Identifikace

Identifikace obecně je proces ztotožnění s jedincem nebo skupinou, která mi imponuje. Přání „být jako“. Identifikace probíhá teprve po dosažení určitého rozvoje percepčních a kognitivních schopností, což dítěti umožňuje odlišit objekt identifikace od sebe samého, chápat a pojmenovat určité sociální funkce a vztahy.

Identifikace s idolem bývá izosexuální vztah.

Chlapci se často identifikují s mužskými hrdiny. Nejčastější důvody pro identifikaci jsou výkon, síla, fyzická zdatnost a obratnost (Raviv et al., 1996). Dívky se s ženskými idoly tolik neidentifikují. Možné důvody, proč tomu tak je a zda tomu tak je, budou diskutovány v empirické části práce.

3.1.1.1 Empirické výzkumy týkající se identifikace

Výzkumy, týkající se volby dětských osobnostních ideálů, z padesátých a šedesátých let 20. století z Ameriky, Nového Zélandu a Západní Austrálie ukazují, že vývojový trend probíhá od identifikace v raném dětství s rodiči a jejich vrstevníky (prarodiče, učitelé) skrze identifikaci s blízkými dospělými (attractive adults), které děti znají osobně (starší spolužáci, sourozenci, vůdci dětských skupin, party) ke slavným dospělým (glamorous adults - filmové hvězdy, atleti, postavy figurující v radiových seriálech a komediálních skečích) a hrdinům (heroes) až k identifikaci v pozdní adolescenci s imaginárními postavami, které jsou abstrakcí různých lidí (Duck, 1990).

3.1.1.1.1 Dětské ideály, role skutečných versus mediálních postav

J. M. Duck: Children's Ideals: The Role of Real-Life Versus Media Figures (1990)

Duck (1990) ve svém článku pro *Australian Journal of Psychology* porovnává závěry tří studií uskutečněných v Austrálii v letech 1956, 1959 a 1988. V roce 1956, 3 měsíce před uvedením televize na trh, zadal Campbell napsat essay 389ti 12letým a 230ti 15letým dětem na téma „Osoba, jako která bych chtěl být“ („The Person I

Would Like to be Like“). Výzkum byl tedy orientovaný na identifikaci s idolem. V 55ti – 76ti % děti volily rodiče, jiné pečující osoby (parent surrogates), své vrstevníky nebo blízké dospělé (attractive adults). Chtěly být jako oni. Slavní dospělí (glamorous adults) a hrdinové byly voleni mnohem méně často. Někteří dospívající, především ti starší, uváděli, že nechtějí být jako někdo jiný, chtějí být jen sami sebou.

Se zavedením televize (výzkum z roku 1959), Campbell zaznamenal celkové zužování se spektra uváděných ideálů. Rodiče a jejich vrstevníci byly voleni méně často (pouze v 18ti -25ti % voleb), zatímco narostl počet voleb slavných dospělých. Chlapci volili známé osobnosti v 7mi až 20ti % a dívky ve 3 až 11ti %.

V prosinci roku 1988 požádal Duck 313 dětí (144 chlapců a 169 dívek) ve věku 10 až 15 let, ze čtyřech měst v Novém Jižním Walesu, v Austrálii, aby vyplnily dotazník týkající se jejich ideálů. Na rozdíl od předchozích výzkumů se Duck tázal na volbu pozitivního („Osoba, jako která bych chtěl být“) i negativního („*Jako která osoba byste chtěli být co nejméně?*“) ideálu. Tento standardizovaný dotazník byl koncipován tak, aby v závěru vyhodnotil výběr pozitivních a negativních ideálů, úroveň dětské sebe-úcty (self-esteem) a dětmi subjektivně vnímanou svou popularitu a spokojenost v rodině.

Děti byly rozděleny do čtyř skupin podle věku a pohlaví: mladší chlapci (n = 75, průměrný věk = 11,6 let), mladší dívky (n = 75, průměrný věk = 11,6let), starší chlapci (n = 75, průměrný věk = 14,2 roky), starší dívky (n = 94, průměrný věk = 14,3 roky).

a) Pozitivní ideály

Mezi odpověďmi na otázku po pozitivním ideálu evidentně dominovaly mediální osobnosti (50-75%) a to ze všech různých oblastí uměleckých profesí. Chlapci nejčastěji uváděli sportovce, hudební celebrity, herce a televizní postavy. Dívky, v porovnání s chlapci, častěji volily kamarády, rodiče a ostatní příbuzné, ale i přesto jejich hlavní volba připadala na známé osobnosti. Dominantní skupinou idolů u mladších dívek byly hudební celebrity. U dívek starších byly dominantní skupinou filmové hvězdy, televizní postavy a modelky.

Pouze 26 z 313 dotazovaných dětí (8%) si jako idoly vybraly rodiče. V případě, že byli voleni rodiče, chlapci volili pouze otce, zatímco dívky volily matky i otce stejnou měrou. Dívky také, více než chlapci, měly tendenci vybírat si za

idoly sourozence, bratrance a sestřenice a spolužáky.

Většina dětí si vybírala idoly stejného pohlaví. Žádný z mladších chlapců a pouze tři starší chlapci (4%) si vybrali ženské idoly – matku, přítelkyni a herečku Whoopi Goldberg. Zatímco 13 mladších dívek (17%) a 18 starších dívek (19%) si vybralo mužské idoly. Tyto volby zahrnovaly otce, starší bratry, sportovní hvězdy (Carl Lewis), popové hvězdy (Johnny Farnham, Elvis Presley), atraktivní televizní postavy (Franky z telenovely Home and Away), herce (Tom Cruise) a známé lidi jako např. Einstein.

Nejdůležitějšími ideály pro dívky byly pop stars¹⁰. Dívky je volily ve 28% z celkového počtu voleb. Nejčastěji, ve 13ti %, byla volena Kylie Minogue.

Téměř 11% voleb připadlo osobám z filmu a televizního světa a to především postavám z tzv. „soap operas“¹¹ Jako jsou Bobbie a Frank ze seriálu Home and Away. Pouze 5% ze zvolených ideálů byly sportovci. Starší dívky volily nejvíce, 23% voleb, postavy z filmového a televizního světa, opět s postavami z telenovel na prvním místě. Celkově nejčastěji volená osobnost byla modelka Elle Macpherson (15%). 12% voleb pak připadlo na pop stars a pouze 8% obdrželi osobnosti z oblasti sportu.

32% ideálů vybraných mladšími chlapci byly sportovci nebo atleti jako Greg Norman, Alan Border, Carl Lewis, atd., 24% byly herci jako Sylvester Stallone a Paul Hogan nebo televizní postavy jako Michael Knight, Superman a Můj neoblíbenější Mart'an (My favorite Martian), a 15% byly pop stars, s nejčastěji citovaným Johnny Farnhamem. Starší chlapci vybrali v 39% herce, TV stars a „fantasy“, smyšlené postavy (fantasy characters). Nejčastěji uváděným byl Arnold Schwarzenegger, poté Superman, Paul Hogan a Eddie Murphy. 23% voleb pak

¹⁰ souhrnné označení pro zpěváci a zpěvačky populární hudby (= hudba, která je v dané době poslouchána nejširším spektrem posluchačů. Obvykle hudba s výraznou zpívanou melodií. Neobsahuje žádné přílišné disonance ani nebývá na poslech příliš složitá, neboť hlavním cílem je zpravidla stát se hitem a zalíbit se co největšímu počtu posluchačů. Texty mívají nenáročná, opakující se témata. Popové skladby bývají komponovány, nahrávány a vydávány zpravidla s cílem komerčního úspěchu.

¹¹ v Čechách se běžně používá výraz telenovela. Rozhlasový nebo televizní seriál s velkým počtem dílů, zabývající se převážně mezilidskými vztahy. Příběhy jsou smyšlené, jednoduché, dramatické až melodramatické, většinou nerespektují plynutí času – trvají dokud neopadne zájem diváků.

připadlo sportovcům a 11% pop stars.

Důvody pro výběr identifikace s jednotlivými idoly udávají některé jednoznačné pohlavní rozdíly. Hlavním důvodem mladších dívek byl především vzhled – vypadá nádherně, hezké se na ní dívat, nádherné tělo, dobrá postava. Dalšími z aspektů, podle kterých si dívky své ego-ideály vybíraly byly sláva a popularita - je to celebrita, hodně známá, hodně oblíbená a dál na základě jejich bohatství, majetku – je bohatá, vydělává hodně peněz, žije v luxusu, cestuje. Mnoho dívek také uvádí interpersonální charakterové vlastnosti – je ohleduplná, taktní, laskavá, lidská, nesobecká, obětavá, milá, milující, rozumná, chápající, slušná, s méně zmínkami o humoru a inteligenci.

Důvody udávané chlapci nebyly zdaleka tak konzistentní. Nejčastěji uváděný důvod pro výběr svého idolu byla fyzická síla – je silný, drsný, má hodně svalů, dobrý bojovník; role hrdiny - pomáhá lidem v problémech, zachraňuje životy, ochraňuje mě; sláva – známý, populární, každý ho má rád, má hodně fanoušků, Australané k němu vzhlížejí; bohatství – je bohatý, vydělává hodně peněz.

Duck rozdělil dětmi volené idoly do 8 skupin podle toho, jak moc reálné nebo fantazijní byly. S realitou nejvíce spojená byla skupina a) self, dále pak směrem k fantazii b) rodinní příslušníci, c) kamarádi a známosti (acquaintances), d) sportovní osobnosti, veřejné osobnosti (public figures), e) pop stars, f) filmové osobnosti, g) televizní a knižní postavy, h) komiksové postavy, superhrdinové, fantazijní postavy.

Vyhodnocení dětských dotazníků ukázalo některé rozdíly. Starší děti si obecně vybíraly více nereálných a fantazijních ideálů než mladší. Chlapci si více než dívky vybírali významné fantazijní ideály z konce spektra. Z výpovědí chlapců také vyplývá, že o svých ideálech více sní a přemýšlí.

Další výsledky poukazují na to, že chlapci s nízkou hodnotou sebe-důvěry (self-esteem) si volí více nereálných a fantazijních ideálů než chlapci s vysokou úrovní sebe-důvěry. U dívek tento vztah mezi sebe-důvěrou a konkrétní volbou ideálů nebyl signifikantně prokázán.

Ve vztahu volby ideálů se spokojeností ve vlastní rodině se ukázalo, že děti se subjektivně vnímanými problémy v rodině si vybírají více fantazijních ideálů než ty, které jsou v rodině spokojené.

b) Negativní ideály

Zajímavé jsou též výsledky odpovědí na otázku „Jako kdo byste nechtěli

být?“. 50-66% dětských voleb negativních ideálů připadlo na osoby známé osobně (spolužáci, členové rodiny, kamarádi). Mediální osobnosti byly do pozice negativních ideálů obsazovány pouze ve 25-35% voleb (krom mladších chlapců, tam bylo procento volby o něco vyšší). Nejčastěji vybíranými negativními ideály byly spolužáci stejného pohlaví (chlapci v 30ti %, dívky ve 40ti % voleb), poté učitelé, spolužáci opačného pohlaví a pak rodiče. Osobnosti, které děti neznali osobně a volily je a negativní ideály, zahrnovaly členy královské rodiny, politiky (Bob Hawke), pop stars (Boy George), televizní postavy (Dame Edna, Esme Watson – A Country Practice), veřejné nebo historické osobnosti (Hitler, Kolonel Gaddafi). Některé volby byly popisem určité role – Ethiopian, vrah, d'ábel, kluk, zneužívaná osoba. Některé starší děti uvedly, že nemají negativní ideály.

Duck tento fakt shrnuje obecným tvrzením, že mediální postavy převzaly roli primárního zdroje ideálních modelů pro většinu dětí a že v porovnání s nimi jsou reální známí („acquaintances“) viděni méně pozitivně.

3.1.1.1.2 Phillipsova studie týkající se identifikace

Další ze studií týkající se dětské identifikace se vzorem je Phillipsova ze Sydney z roku 1979. Vzhledem k tomu, že pracoval s mladšími dětmi, neptal se je jako kdo by chtěly být, ale použil představu kouzla a proměny - „Představte si, že byste se mohly proměnit v jakoukoli osobu na světě. Jaká by to byla?“. Nejoblíbenější roli v dětských představách hrály televizní hvězdy (TV stars). Děti se neidentifikovaly pouze s fiktivními postavami, z jejich nejoblíbenějších dětských pořadů, ale také s reálnými známými osobnostmi, se kterými se setkávají prostřednictvím televize, jako např. pop stars. Důvody pro jejich volbu ukazují, že představy o televizních hvězdách se potkávají s dětskou vývojovou potřebou, která se žene za nedostižitelnou, nedosažitelnou realitou. Tato fantazie pro ně představuje tajemství, dobrodružství, slávu, bohatství a povolání jakožto vysněnou touhu nebo přání.

3.1.2 Erotická adorace

Erotická adorace je charakterizována pohledem na objekt attachmentu, jakožto na vzrušující a přitažlivý. Má sexuální podtext.

Chlapci a dívky si takový objekt většinou představují v roli partnera/partnerky, manžela/manželky nebo milence/milenky. Způsob prožívání takového attachmentu je odrazem toho, k jakému typu objektu je vztahován (Vojtu Kotka si dívky představují spíš jako mladého milence, Brada Pitta už jako vyřádného, potencionálního, když staršího tak velmi přitažlivého, partnera, který by mohl zajistit je i jejich děti) a jak dalece jsou adolescenti odvážní v představách jít. Právě proto, že mladší adolescenti většinou ještě mívají strach z reálných vztahů a jejich přidružeností (spolužití, řešení konfliktů, fyzická blízkost, sex), bývají v představách celkem odvážní. Stále totiž vědí, že jsou v „obranném pásmu“ fantazie a že nic reálného nehrozí.

Erotická adorace tedy nabývá podoby heterosexuálního vztahu (popř. homosexuálního).

3.1.3 Crushes

Výraz crushes, bychom mohli překládat jako drcení, tlačence, rozpory, možná též rozporuplnosti. Vzhledem k velké variabilitě možných překladů a nemožnosti vyjádření adekvátního významu bych zůstala u používání anglického výrazu a mého pokusu o jeho obsáhlejší vysvětlení.

Vyslovení slova crushes jako „*krušis*“ nebo „*krašis*“ nám může, a mě asociuje, české slovo **krušný**. V tomto případě doopravdy jde o jakýsi „krušně“ prožívaný vztah, krušné chvíle.

Podle on-line slovníku Britannica¹² jsou crushes *“intenzivní a obvykle přechodná pobláznění, zaslepení či bláznivé lásky, silný a ne zcela opodstatněný přechodný attachment.”* (Stejně tak se o nich vyjadřuje i Fromm, 1967).

Zajímavě o crushes píše Lawrence Kutner v deníku The New York Times. Předpokládám, že článek, uvedený v denním tisku, byl koncipován nejen pro odbornou, ale pro širokou veřejnost. I přesto ale, dle mého názoru, nestrádá na odbornosti, ba naopak zaměřením na širokou laickou, čtenářskou skupinu nabývá na srozumitelnosti.

¹² <http://www.britannica.com/thesaurus?book=Thesaurus&va=infatuation>

„Dítě prožívající crush experimentuje s představou toho, že je připoutáno (attached) k někomu jinému, než je rodič“ říká Phillip Shaver z University of New York, který se zabývá především láskou a přitažlivostí mezi dětmi.

Shaver říká, že stejné chování se může vyskytovat již mezi batolaty a malými dětmi. V tomto věku ovšem přilínají k nějakým jiným dospělým, než jsou jejich rodiče. Ti jim tento dětský cit vracejí prostřednictvím hry nebo mazlení. Většina crushes mezi 8. a 10. rokem věku dětí se pak vztahuje ke spolužákům, kteří ale na tento cit neodpovídají. Nejedná se tedy o vztah reciproční, a tím pádem více či méně bolestný.

Během několika let se většinou pozornost dětských crushes přesouvá ze známých dospělých a spolužáků na nedosažitelné osoby. 12letá dívky může sbírat obrázky a plakáty nějakého herce, herečky či zpěváka, zpěvačky, zatímco 13letý chlapec může snít o vztahu s kamarádovou sestrou, která studuje univerzitu. Oba vysněné objekty jsou pro ně nedostupné, nicméně s tím už děti ve svých fantaziích a priori počítají. Proto pro ně crushes ke vzdáleným osobám nebývají tak citově zraňující jako například ke spolužákům.

Výběr osob ovšem není náhodný. Pieter Leroux, klinický psycholog z University of Rochester Medical Center říká, že *„je pro adolescenty ojedinělé, aby měly crushes k někomu, ke komu nikdo jiný z jejich okolí nemá. Je to pro ně bezpečný způsob, jak testovat své emoce a také jak si ověřit, co je ve společnosti jejich vrstevníků přijatelné“*.

Tento způsob crushes se často vynořuje v období, kdy si děti začínají uvědomovat, že by jednoho dne mohly opustit domov a ztratit tak každodenní rodičovskou péči. V tomto momentě začínají hledat způsoby důvěrných vztahů a spíše než aby se hnaly vstříc intimním vztahům, zkoušejí opatrně postupovat malými krůčky.

„Crushes jsou pro děti způsob, jak se částečně citově oprostit od domova a najít někoho, kdo je idealizovanou verzí vlastního rodiče“ říká Stuart Hauser, psychiatr pracující v oblasti sociální psychiatrie na Harvard Medical School. Jinak řečeno je jednodušší věřit v idol, který vidíte jako milovaný objekt pouze na obrazovce, protože je pravděpodobné, že zřejmě nebude nikdy rozmrzlý nebo trapný, jako umí být rodiče.

Smyslem crushes je to, že jde o fantazijní, imaginární vztah. Děti mohou kontrolovat obě strany vztahu svou představivostí. Crushes jsou bezpečné. Nemívají žádné následky.

Chtěli-li bychom i přes veškerý předešlý výklad najít český ekvivalent pro výraz crushes, mohli bychom pro představu použít např. platonická láska. Ani tento výraz by ale nebyl přesný, protože, jak je psáno ve článku *Crushes*¹³, nedochází ke crushes pouze mezi osobami jiného pohlaví. Chlapci mohou mít crushes k chlapcům nebo mužům a dívky k dívkám nebo ženám, aniž by to nutně znamenalo homosexualitu. Crushes ve všech těchto podobách jsou součástí sociálního vývoje dítěte. Některé crushes by ovšem mohly být společností odsuzovány a proto pro ně všeobecně platí, že většinou začínají i končí v mysli subjektu a jsou součástí jeho imaginace a fantazie.

3.1.4 Seskupování na základě idolizace

Protože procesy formování identity a sekundární individuace jsou často matoucí, obrací se mnoho adolescentů směrem ke svým vrstevnickým skupinám jakožto prostředku dočasné *sebe-definice* (Blos, 1967, Erikson, 1968). Skrze své *vrstevníky (peers)*, jsou adolescenti schopni objevovat nové sociální a sexuální role a chování, získávat sexuální uspokojení (potěšení), kterému bylo předtím v rodinných vztazích zamezováno a rozvíjet rozhodovací schopnosti nezbytné pro autonomní, samostatné fungování v dospělosti (Blos, 1967, Erikson, 1968). Vrstevníci tak poskytují facilitující prostředí (Winnicott, 1965 in Greene & Adams-Price, 1990b) pro přechod z adolescentní do zralé, dospělé identity (Erikson 1968, Hartup 1983, Youniss, 1980 in Green & Adams-Price 1990b).

Vrstevníci se sdružují na základě společného podnětu, což může být sport, kreslení, turistika a nebo právě idol. Idol tak vstupuje do skupiny lidí jakožto společný vzor určující žádaný způsob chování a jednání. Tím že se adolescent chová konformně ke své skupině (tedy jejich společnému idolu), získává její podporu, pocit sounáležitosti, síly a pýchy, který je v tomto období tak vrtkavý (více např. výzkum Chenga, následující kapitola). Tyto skupiny se pak různě nazývají. Mohou to být

¹³http://www.massgeneral.org/children/adolescenthealth/articles/aa_crushes.aspx

party, fan kluby, v jejichž případě jde o společný idol asi nejvíc. Se zvyšujícím se věkem členů se vedle part a fan klubů mohou tvořit např. komunity nebo hnutí, ve kterých se vyznávání idolu mění spíš ve vyznávání stylu či určitého myšlenkového proudu.

Zajímavý pohled na formování skupin z hlediska adolescentního vymezování se vůči autoritám uvádí Kast (2004): „*Při vypořádávání dospívajících s rodiči totiž rodiče někdy ukazují také sebeobran, se kterým se u nich mladiství dosud neseznámili. Ve střetech se sebeobrany otce a matky utvářejí mladiství svůj vlastní sebeobran. Přitom děti pociťují, co jejich rodiče nežili, a zpravidla to proměňují v hodnotu, kterou chtějí vlastním životem nahradit. U rodičů to někdy probouzí závist, když mladiství žijí to, co oni nežili. Nežité stránky života, které měli také požit tvoří stín. Adolescenti se však neodpoutávají jen od rodičů, dochází i k odpoutávání v rámci skupiny vrstevníků. Existuje i kolektivní stín, který mladiství většinou nadšeně přijímají a rozvíjejí v určitý životní styl. Tak se v pozdních 60. a 70. letech staly děti žen a mužů orientovaných na dobrý výkon náhle „květinovými dětmi“ vedenými múzickým prožíváním, erotem a smyslností“ (s.12).*

3.1.4.1 Empirický výzkum - Psychologické determinanty idolatrie v období adolescence

Sheung – Tak Cheng: Psychological Determinants Of Idolatry In Adolescents (1997)

Sheung-Tak Cheng (1997) stavěl svůj výzkum adolescentů v Hong Kongu na hypotéze, že bytí členem fan-klubu by mohlo být spojeno se dvěma, sice různými, ale příbuznými psychologickými faktory – a to *sebe důvěrou* a *strachem z negativního hodnocení*. Domníval se, že a) adolescenti s nízkou mírou sebe důvěry mohou díky pocitu sounáležitosti k lidem vyššího sociálního statusu, jako třeba „superstar“ získávat pocit pýchy a hrdosti (pride), b) chování spojené s idolizací osobnosti, kterou uznává celá skupina umožňuje jednotlivci přijmutí a zařazení do dané skupiny a tím tedy vyvarování se odmítnutí, potažmo negativnímu hodnocení.

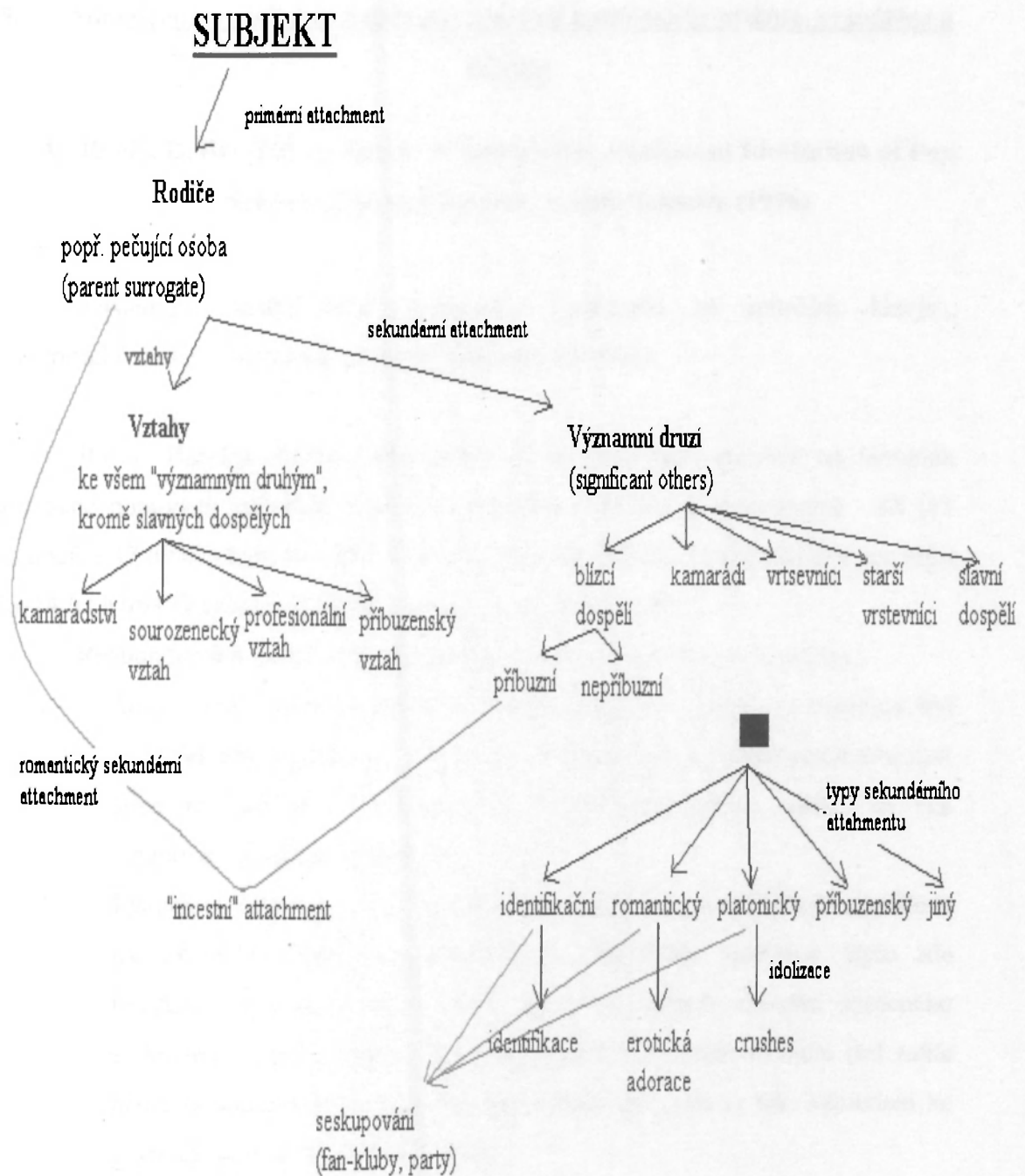
Základní otázka výzkumu tedy byla, zda existuje vztah mezi mírou sebe

důvěry (self-esteem) a mírou strachu z negativního hodnocení se členstvím či nečlenstvím v určitém fan-klubu.

Výzkumu se účastnilo 77 členů dvou fan-klubů (jeden pro mužský, druhý pro ženský idol) a 128 studentů, kteří v žádném fan-klubu neparticipovali. Všichni respondenti byli ve věku 10 – 16 let. Členy fan-klubů v Hong Kongu bývají především dívky. I přesto, že fan-kluby byly vybírány ve snaze dosáhnout vyváženého poměru účasti dívek a chlapců, nebylo dominantní většině dívek zabráněno.

Výsledky výzkumu podpořily původní hypotézu, že členové fan-klubů mají nižší míru sebe důvěry a větší strach z negativního hodnocení, než mají nečlenové. Při vyhodnocení míry sebe důvěry a strachu z negativního hodnocení nebyly u nečlenů prokázány žádné signifikantní rozdíly. Zatímco mužští členové fan klubů vykazovali signifikantně vyšší míru sebe-důvěry a nižší míru strachu z negativního hodnocení než dívky, členky fan-klubů.

4 Schématické znázornění vztahů k idolům



5 Empirické výzkumy jako inspirace k vyhodnocení dat žákovských dotazníků

5.1 Adolescenční idolizace popových zpěváků a zpěvaček: příčiny, vyjádření a důvěra

A. Raviv, D. Bar-Tal, A. Raviv, A. Ben-Horin: Adolescent Idolization of Pop Singers: Cause, Expressions, and Reliance (1996)

Následující studie mne inspirovala k jednomu ze způsobů, kterým, v empirické části, vyhodnocuji získané žákovské dotazníky.

Raviv, Bar-Tal, Raviv a Ben-Horin se ve své studii zaměřili na fenomén idolizace popových zpěváků. Studie se účastnilo 270 dětí a adolescentů - 88 (41 chlapců a 47 dívek) bylo ve věku 10-11 let, 86 (38 chlapců a 48 dívek) bylo ve věku 13-14 let a 96 (39 chlapců a 57 dívek) bylo ve věku 16-17 let.

Respondentům byly rozdány dotazníky, které se skládaly ze čtyř částí:

1. *Idolizovaný zpěvák/zpěvačka* (Idolised Singer) – každý ze subjektů byl požádán, aby vyjmenoval 3 populární zpěváky/čky v pořadí podle toho, jak silně je idolizují. Odpovědi na zbylé dotazníkové otázky se pak vztahovaly k těmto 3 idolům.
2. *Vyjádření idolizace* (Expression of Idolization) – tato část byla zaměřena na měření různých forem manifestace fenoménu idolizace. Bylo zde uvedeno 20 bodů, každý nich popisoval způsob chování spojeného s idolizací svého zpěváka. Studenti měli na 5ti bodové škále (od *tohle nikdy nedělám* k *tohle dělám hodně*) zaškrtnout, zda se tak, vzhledem ke svým idolům, chovají či nechovají.
3. *Důvody idolizace* (Cause for Idolization) – v této části bylo uvedeno 15 důvodů pro idolizaci. Studenti byly požádáni aby na 5ti (od *velmi důležitý důvod* k *nedůležitý důvod*) bodové škále zaškrtnuli, jak hodně byl pro jejich výběr daný důvod důležitý.
4. *Důvěra v idol* (Reliance on Idol) - tato část obsahovala 10 bodů, které měly měřit vnímání idolů jakožto epistémických autorit v různých

situacích každodenního života. Otázka byla formulována takto: „Představ si, že bys se zpěvákem/zpěvačkou mohl konzultovat následující témata. Zaškrtni prosím (1) kdybys zpěvákovi/zpěvačce v této situaci nemohl vůbec důvěřovat a (5) kdybys mu/jí důvěřoval plně.“

Plné znění dotazníku viz Příloha I.

Ad 1) Analýza 1. části - Idolizovaný zpěvák/zpěvačka

Výsledky dotazníku jasně udávají, že chlapci a děvčata různého věku se liší při výběru pohlaví jejich idolu. U chlapců i dívek stoupalo procento vybraných zpěváků s věkem. Dívky vykazovaly větší rozdílnost mezi věkovými kategoriemi než chlapci. Zatímco chlapci si vybrali mužské idoly v 58,5% v první věkové kategorii 78,9% v druhé a 81,6% ve třetí věkové kategorii, dívky si mužské idoly vybraly v 14,9%, 47,9%, a 82,5%. Porovnání jednotlivých věkových skupin ukázalo, že největší rozdíl je u nejmladší věkové skupiny, kdy si chlapci vybírají mužské zpěváky mnohem více než dívky. Ve věku 13 – 14 let byl také celkem velký rozdíl, zatímco ve věku 16 – 17 let už se rozdíl mezi výběrem dívek a chlapců téměř nevyskytoval. Většina dívek a chlapců si vybrala zpěváky spíše než zpěvačky.

Ad 2) Analýza 2. části – Vyjádření idolizace

Téma vyjádření idolizace bylo zkoumáno na základě tří faktorů:

1. Napodobování zpěváka/zpěvačky (Singer's Imitation)
2. Uctívání (Worship)
3. Znalost a konzumnost (Knowledge and Consumerism).

Konzumnosti ve smyslu míry investice finančních obnosů na koupi artefaktů (časopisy, plakáty, trika, lístky na koncerty, atd.) spojených s idolem.

Ukázalo se, že síla napodobování idolu byla v přímé závislosti pouze s věkem respondentů. Nejsilnější byla u nejmladších dětí (10-11 let) a s věkem klesala. Spojitost mezi napodobováním idolu a pohlavím respondentů nebyla signifikantně prokázána. V oblasti uctívání se projevily souvislosti s věkem, pohlavím a s věkově pohlavním aspektem respondentů. Nejvyšší skóre pro uctívání měli nejmladší chlapci.

Zbylé dvě věkové skupiny na tom byly přibližně stejně. Nejvyšší skóre pro uctívání u dívek bylo také u nejmladší skupiny. Zbylé dvě věkové skupiny se ale od sebe signifikantně lišily - následovala druhá (13-14 let) věková a pak až třetí věková skupina (16-17 let). Výsledky pro znalosti a konzumnost ukázaly, že nejmladší věková skupina (chlapci i dívky) má vyšší skóre než zbylé dvě věkové skupiny a dívky mají obecně vyšší skóre než chlapci.

Porovnání mezi třemi faktory pro vyjádření idolizace ukazuje, že v rámci šesti „věkově-pohlavních“ (age by gender) skupin (chlapci a dívky ve třech věkových kategoriích), jsou skóre pro jednotlivé faktory signifikantně rozdílné. Obecně má nejvyšší skóre Znalost a konzumnost, poté Uctívání a až na závěr Napodobování.

Ad 3) Analýza 3.části – Důvody idolizace

Důvody pro idolizaci byly rozděleny do tří skupin:

1. Zpěvákovy rysy (Singer's Features) – hlas, prezentace na jevišti, celkový vzhled a způsob oblékání.
2. Zpěvákovo hodnocení (Singer's Evaluation) – jak děti znají zpěvákovu biografii, vliv kamarádů, zpěvákova osobnost, reputace mezi mladými lidmi, míra jedinečnosti v porovnání s ostatními zpěváky a lidmi.
3. Zpěvákův způsob exprese (Singer's Way of Expression) - texty, názory na melodie, podobnost respondenta s idolem.

Analýza Důvodů idolizace (Causes of idolization) ukázala, že dívky udávají Zpěvákovy rysy častěji než chlapci, zatímco zbylé dvě skupiny (Zpěvákovo hodnocení a Zpěvákův způsob exprese) nevykazují signifikantní genderové rozdíly.

Porovnání z hlediska věkových kategorií ukazuje, že intenzita volby Zpěvákových rysů je pro různé věkové skupiny různá. Nejmladší věková skupina na ně klade větší důraz než zbylé dvě, starší, věkové skupiny. Stejně tak volba faktoru Zpěvákovo hodnocení byla různě četná u různých věkových kategorií. Nejsilnější u nemladší a pak s narůstajícím věkem respondentů zvolna klesající. U skupiny Zpěvákův způsob exprese nebyl jako u jediné zaznamenán signifikantní rozdíl mezi počtem voleb a jednotlivými věkovými kategoriemi.

Porovnání s ohledem na pohlaví a věk jednotlivých skupin ukázalo, že dvě nejstarší skupiny (13-14 let a 16-17let) dávaly nejvyšší skóre Zpěvákovým rysům, pak Zpěvákovu způsobu exprese a nejméně často bylo voleno Zpěvákovo hodnocení. Tento výsledek byl stejný pro chlapce i pro dívky. Skupina nejmladších dětí (10-11 let) nejsilněji volila Zpěvákovy rysy. Zbylé dva faktory (Zpěvákovo hodnocení a Zpěvákův způsob exprese) se v počtu voleb mezi sebou signifikantně nijak nelišily, ale měly nižší skóre než Zpěvákovy rysy.

Obecně bylo dále zjištěno, že idolizace zpěváků klesá na intenzitě s narůstajícím věkem respondentů. Idolizace je nejsilnější v ranné adolescenci, mezi 10ti a 11letými chlapci a dívkami a poté postupně klesá.

Ad 4) Analýza 4.části – Důvěra v idol

Důvěra v idol byla zkoumána ve dvou základních oblastech. První z nich byla Osobní záležitosti (Personal Matters) a druhá Celkové znalosti a hodnoty (Overall Knowledge and Values).

Výsledky ukázaly, respondenti obecně idolům důvěřují více v oblasti Osobních záležitostí. Dívky přikládaly na oblast Osobních záležitostí větší důraz než chlapci a mladší věkové skupiny více než starší.

Podobné věkové a pohlavní rozdíly u Celkových znalostí a hodnot nebyly signifikantně prokázány.

5.2 Hrdinové a hrdinky mezi americkými adolescenty

J.Balswick, B.Ingoldsby: Heroes and Heroines Among American Adolescents (1982)

Toto je další ze zajímavých studií, jejíž obecné, procentuální vyhodnocování dat na základě profesí, kterou masmediální idoly zastávají, byla inspirací pro vyhodnocování žákovských dotazníků v následující části práce.

V roce 1982 shrnuli Balswick a Ingoldsby výsledky svého výzkumu uskutečněného s vybranými studenty z 11ti středních škol v severozápadní Georgii

v USA. Studenti nebyli vybírání zcela náhodně, ale podle toho, aby odpovídali požadavkům socio-ekonomické a městske-venkovské různorodosti. Vybráno bylo 993 bílých, 240 černošských a 11 „jiných“ studentů. Z toho 578 chlapců a 656 dívek. Po vyřazení dotazníků od 11ti „jiných“ studentů a těch, jejichž dotazníky nebyly vyplněny kompletně, zbyl vzorek 1092 dotazníků, respektive studentů.

Hlavním záměrem výzkumu bylo pokusit se vyvodit typy hrdiny nebo hrdinky, které byly v tehdejší současnosti nejčastěji vybírány.

Studenti měli odpovídat na otázku : „Kdo je momentálně tvůj hrdina nebo hrdinka?“. K zodpovězení mohli využít 6 řádků na prázdném listu papíru. Každá z odpovědí byla posléze přidělena do jedné z devíti kategorií hrdinů či hrdinek, které Balswick a Ingoldsby vytvořili. Kategorie byly následující: náboženství, hudba, herec nebo herečka, literatura-vědec, vláda, sport, komik, člen rodiny, kamarád.

Závěry vyplývající z této studie ukazují, že hrdinové jsou vybírání mnohem častěji než hrdinky. Pohlaví a rasa respondentů nemají vliv na převažující tendenci výběru hrdinů. Černošské dívky, černoští chlapci, bílé dívky a bílí chlapci volili hrdiny v 76%, 79%, 77% a 79% celkových voleb. V případě, že se amerických adolescentů zeptáme, kdo je momentálně tvůj idol (vše se vztahuje k roku 1982), volí častěji muže v poměru 3:1 k ženám.

V podstatě se neukazují vůbec žádné rozdíly mezi typy hrdinů a hrdinek vybíranými černošskými dívkami, černošskými chlapci, bílými dívkami a bílými chlapci. V případě, že vezmeme v potaz důležitost sportu v americké společnosti, Balswick a Ingoldsby uvádějí, že není překvapujícím výsledkem to, že sportovní celebrity obsadily v oblíbenosti první místo u černošských chlapců, černošských dívek, bílých chlapců a třetí místo u bílých dívek. Jiný, obvykle volený typ idolu byl herec, který byl vybrán černošskými chlapci, černošskými dívkami, bílými chlapci a bílými dívkami jako druhá, pátá, první a druhá volba v pořadí. Mezi zbylými kategoriemi bychom mohly najít ještě některé, které byly voleny relativně často: zpěváci a komici se umístili vždy mezi třetím a devátým místem u všech čtyřech skupin adolescentů. V závěrech výzkumu zaznamenáváme výraznou absenci volby známých hrdinek. Nejčastěji byly vybírány herečky, zpěvačky a sportovkyně. I přesto ale byly stejně vybírány mnohem méně, než známí hrdinové. Jediný typ hrdinek, který byl vybírán častěji byly rodinné hrdinky. Hrdinky, které jsou kamarádky

respondentů dosáhly průměrného počtu voleb u všech čtyřech kategorií respondentů.

Úplný přehled výběru typů hrdinů a hrdinek rozdělený podle rasy a pohlaví viz Příloha II.

II. EMPIRICKÁ ČÁST

4. Janky Janků

... a přitom má práce zužuje šíři svého zájmu. Ze všech možných typů „magických“ žen, figurujících v dětském a adolescentním světě, specifikuje svou mysl především souhrn funkcí známých osobností (glamorous adults), jakožto dětských a mládežnických mediálních idolů, v období věku základní školy.

... a s výjimkou empirických výzkumů, z nichž sčítajíc byly uvedeny některé poznatky práce¹², lze usuzovat na některé obecně platné důvody pro volbu tohoto tématu a tématu.

II. EMPIRICKÁ ČÁST

4.1. Úvodní úvaha

... a tím je skryté prostor pro identifikaci („byť jako *on/ona*“), imitaci (nápodoba vzhledu, chování, řeči, formy vystupování) a introjekci (adolescent introjekuje jeho hodnoty, postoje, názory – principy pro postoj), čímž adolescentovi poskytuje „magický prostor“ k tomu, aby zjistil jaký je, jaký chce a jaký nechtěl být a tím si poskytl určitý počet prvků vlastní identity.

... a v těchto procesech hovoří například Erikson (1999), který uvádí, že primárním projevem „formy je v dětství strukturován pocit Self, je pocit „byť jako“ („being like“), který zpravidla obdivovaný (nejčastěji rodič), přijímání jeho nálad, volob a myšlenek, je pro schopnost vybrat někoho a vyloučit ostatní z této formy dětské identifikace. Světelná se svými zájmy, schopnostmi a hodnotami, nastává proces „byť jako“ jako vlastní identity. Základní vzorce identity můž dle Eriksona představovat selektivní potvrzování a zavrňování individuálních dětských identifikací a schopností, kterými sociální procesy dané doby identifikují mladé lidi. V tomto případě je uznávají jako osoby, které se měly stát tím čím jsou a být k tomu schopni (toto důvěryhodní).

¹² ... a například v oblasti vězování prožívání a projevů idolizace například Smith (1989), ... a například v oblasti ... a například (2003), Larson (1993)

6 Funkce idolů

Výzkumná část práce zužuje širší svého zájmu. Ze všech možných významných druhých, figurujících v dětském a adolescentním světě, specifikuje svou pozornost pouze na funkci známých osobností (glamorous adults), jakožto dětských a adolescentních masmediálních idolů, v období věku základní školy.

Z dostupných empirických výzkumů, z nichž stěžejní byly uvedeny v teoretické části práce¹⁴, lze usuzovat na některé obecně platné důvody pro volbu idolu z oblasti světa celebrit.

6.1 Sebedefinice

Idol poskytuje prostor pro identifikaci („být jako on/ona“), imitaci (nápodoba stylu oblékání, účesu, formy vystupování) a introjekci (adolescent introjikuje jeho hodnot, postoje, názory - principy pro postoj), čímž adolescentovi poskytuje „odrazový můstek“ k tomu, aby zjistil jaký je, jaký chce a jaký nechce být a tím si následně vytvořil pojem vlastní identity.

O takových procesech hovoří např. Erikson (1999), který uvádí, že primárním prostředkem, kterým je v dětství strukturován pocit Self, je pocit „bytí jako“ („being like“) někdo subjektem obdivovaný (nejčastěji rodič), přijímání jeho nálad, voleb a postojů. S nástupem schopnosti vybrat někoho a vyloučit ostatní z této formy dětské identifikace, v souladu se svými zájmy, schopnostmi a hodnotami, nastává proces formování skutečné, vlastní identity. Základní vzorce identity musí dle Eriksona vyplývat 1) ze selektivního potvrzování a zavrhování individuálních dětských identifikací a 2) ze způsobů, kterými sociální procesy dané doby identifikují mladé jedince (v nejlepším případě je uznávají jako osoby, které se měly stát tím čím jsou a když již takový jsou, jsou důvěryhodní).

¹⁴ z dalších zajímavých článků věnovaných prožívání a projevů idolizace např. Smith (1999), Steele and Bown (1995), Murner (2003), Larson (1995)

6.2 Místo pro erotickou fantazii a sexuální adoraci

Takové fantazie a adorace umožňují dítěti pozvolný vstup do heterosexuální lásky. Masmediální idol je vzdálený. Proto poskytuje bezpečný prostor pro adoraci, která pravděpodobně nebude zklamána (jako to hrozí u spolužáků nebo významných druhých z okolí). Idol nabízí jakousi zkoušku prožívání heterosexuálního vztahu, vtažení nanečisto, který ještě není zatěžkán atributy skutečné partnerského vztahu (osobní a fyzický kontakt).

Romantická adorace je primárně charakterizována pohledem na hetero-tělo, jakožto sexuálně přitažlivý objekt. Najdou se ale i výjimky.

Zajímavá, v souvislosti s erotickou adorací, je teze Blose (in Kast, 2004). Zajímal se o důvod rivality mezi mužskými adolescenty a jejich otci. Dochází k myšlence, že doléhající sexualita adolescenta slouží spíše odpoutávání od otce, než že by skutečně cílila na vztah se ženou. Důvody pro danou myšlenku vysvětluje, stručně interpretováno, následovně: otec umožňuje dítěti v raném dětství vzdorovat totální závislosti na matce. V pubertě mu znovu vzplane láska k matce. S tím se znovu probouzí i strach z primární závislosti na matce. V tu chvíli potřebuje dospívající otec k podpoření progresivních tendencí v životě – znovu se aktivuje vztah k otci z raného dětství. Tento laskavý vztah ovšem není přípustný, protože jinak by chlapec zůstal otcovým synkem a zpronevěřil by se principu individuace. Proto dochází k prudké vzpouře proti otci.

Kučera (2008) píše o významu komiků ve volbách chlapeckých idolů – rozesmát holku, znamená sublimovaný příslib, který ještě nehrozí tím, že by muselo dojít k „tam tomu“. Holku by chtěli, sexu se ale bojí.

6.3 Potřeba někomu patřit

Adolescent odpoutávající se a vzorující vůči rodičovské autoritě nechce být sám. Idolu mu poskytuje bezvýhradné přijetí, podporu pro jeho existenci, pocit že k někomu, nebo někomu patří. Takové vztahy se mohou projevovat ve formách zamilovanosti bez erotu, tedy crushes.

Stejně tak jako idol, může adolescentovi posloužit např. umění, náboženství, hudba. Schultze (in Raviv et al., 1996), hovoří o specifické funkci

rocku. Na základě výzkumu adolescenční popové kultury, soudí že *“Rocková hudba poskytuje adolescentovi určitou míru stability a klidu ve střetu rodinných problémů, vrstevnických peripetií, školního tlaku apod. Pomáhá jim zvládat životní těžkosti, slouží jako spojovací prvek s ostatními vrstevníky, kteří se cítí ve svých nesnázích osamoceni též“*.

6.4 Idol jako opora v ostatních vztazích

Prostřednictvím idolizace známé osobnosti se adolescenti mohou vyrovnávat s jinými osobními vztahy. V případě, že adolescent chce vyrovnat s vrstevníky začleněním do jejich party, introjikuje jejich obdiv k stmelujícímu idolu, tím se s ním stává konformní, tedy přijetí hodným. U Kučery (2008) transformují chlapci hrozbu incestního attachmentu (sexuální přitažlivost k matce), jež ohrožuje proces jejich individuace a navíc, je kulturně zapovězen, do romantického attachmentu k ženskému idolu ve věku matky (např. Sharon Stone)..

Další z funkcí idolů je umožňování skrytých tahů při budování identity. Nezáleží pouze na tom, jaký idol si adolescent zvolí, ale také na tom, jak je tento idol přijímán ostatními idoly v adolescentově životě (např. přáteli).

Otázky tahů v tvorbě identity se dotýká i Erikson (1999). Píše, že celý proces formování identity zahrnuje syntézu raných stádií (viz bod 1 v této kapitole) a přes období adolescence pokračuje do mladé dospělosti, kde se může např. spojit s identitou partnera ve vzájemné touze po intimitě a sdílení, a pak do dalších životních stádií.

K takovému spojení může dojít právě skrze skrytý tah umožněný idolem. Dívka se chce identifikovat s partnerem a proto introjikuje crush k jeho idolu Barošovi. Není-li ještě chlapec dívčin partner, může se k němu dívka skrze idol přiblížit. Introjekcí jeho cruse k Barošovi totiž tvoří společný objekt zájmu. Dítě, které se identifikuje s rodičem, přijímá i jeho crush ke Gottovi. Identifikuje se s rodičem jako s celkem.

Dívka ani dítě pak ale nejsou skutečnými Barošovými nebo Gottovými fanoušky. Jsou fanoušky „účelně“, ne z vlastního přesvědčení.

Schéma V.

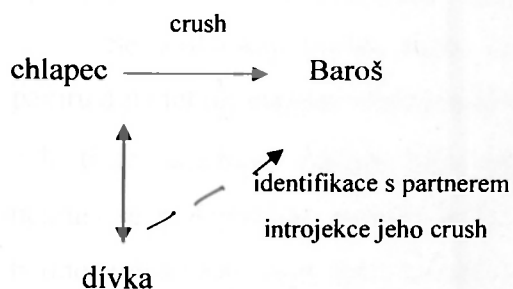
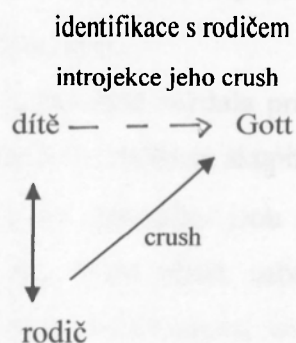


Schéma VI.



7 Výzkum

7.1 ZŠ Loděnice a její žáci

V době, kdy jsem se rozhodla pro výběr tématu diplomové práce, jsem učila anglický jazyk a občanskou výchovu na ZŠ Loděnice, což je menší vesnická škola nedaleko Prahy. Do obvodu zdejší základní školy patří i žáci z okolních vesnic, celkem ji navštěvuje okolo 300 dětí.

Z hlediska socio-ekonomického rozvrstvení žáků (tedy jejich rodičů), by se dalo říci, že se škola pohybuje od jedné části spektra ke druhé. Na jednu stranu až střed bychom mohly umístit děti z vesnice a okolí jejichž rodiče většinou pracují v místních podnicích a továrnách. Do středu až na druhou stranu osy pak připadají děti, které do školy dojíždějí z okrajové části Prahy západ (do Loděnic funguje dobré autobusové spojení) a nebo z nové výstavby rodinných domků, která v rámci trendu stěhování se z měst, v Loděnici vzniká. Jde tedy o městské děti, přestěhované na vesnici. I přes popsané rozdíly ve škole ale nedocházelo k seskupování městských versus vesnických dětí

S žáky jsem byla v kontaktu každý den po celý školní rok. Mohla jsem s nimi vést rozhovory, naslouchat jejich vzájemným hovorům o přestávkách, všimnout si zda a jaké si kupují časopisy, pozorovat výzdobu tříd, pozorovat, zda a jak se fenomén masmediálních idolů promítá do jejich životů.

7.2 Výzkumná otázka a sběr dat

Výzkumná data byla sebrána ve 2. až 9. třídě základní školy Loděnice, při opakovaném zadávání dotazníku, v lednu 2006 a lednu 2007.

Se souhlasem vedení školy, jsem dětem v každé třídě rozdala prázdné listy papíru a na tabuli napsala výzkumnou otázku. Dotazník byl zadáván skupinově, vždy celé třídě najednou. Žákům jsem kladla na srdce, že dotazníky jsou anonymní, nemusí se podepisovat, nebude je číst nikdo ze školy, žádná učitel, nebudou nijak hodnoceny a proto není třeba se radit s ostatními nebo se stydět napsat, co chtějí. Ve všech třídách jsme si též, před začátkem, v krátkém důvodu vysvětlili, kdo je to známá osobnost. Na zodpovězení otázky měli žáci celou vyučovací hodinu, tj. 45 minut, téměř nikdo je ale nevyužil.

Výzkumná otázka zněla „*Které máš nejoblíbenější známé osobnosti? (herci, zpěváci, sportovci ...). Zkus napsat, co se Ti na nich líbí, případně proč si myslíš, že jsou tak oblíbení.*“

V roce 2006 zodpověděli dotazníkovou otázku všichni žáci, kteří byli daný den ve škole. Zpětně jsem dotazník už nikomu nezadávala. V roce 2007 byli, v době kdy jsem dotazník zadávala, žáci páté třídy na horách. Dotazník se mi v jejich třídě pak už nepodařilo zadat.

Po vybrání dotazníků jsem, v každém roce, data zpracovala do tabulky. Dotazníky z každé třídy jsem rozdělila na dotazníky chlapců a dívek. Do tabulky jsem pak, zvlášť pro chlapce a zvlášť pro dívky, řadila jména idolů podle toho, jak četně byly voleni. Do kolonky vedle jmen jsem uváděla důvody pro jejich zvolení, popř. odůvodnění toho, proč si žáci myslí, že jsou tak populární.

Původní předpoklad byl, že se data sebraná s ročním odstupem budou významně lišit. Po jejich zpracování a porovnání jsem ale došla k závěru, že se neliší významně a nebylo by nijak zajímavé zpracovávat je samostatně. Děti se s ročním odstupem ve třídách, vždy o jednu výš, posunuly, proto jsem se rozhodla výsledky dotazníků sjednotit a získat tím větší výzkumný vzorek, bez toho že by data byla dublována. Následně už budu pracovat s daty jako s celkem a nebudu je nikde rozlišovat. V případě školních stupňů se tedy nejedná o třídy, ale o ročníky

Výzkumu se celkem účastnilo 28 chlapců a 27 dívek z 2. ročníku, 20 chlapců a 12 dívek z 3. ročníku, 13 chlapců a 24 dívek ze 4. ročníku, 17 chlapců a 18 dívek

z 5.ročníku, 28 chlapců a 28 dívek ze 6.ročníku, 35 chlapců a 35 dívek ze 7.ročníku, 21 chlapců a 14 dívek z 8. ročníku a 28 chlapců a 30 dívek z 9.ročníku. Celkem tedy 368 respondentů, z toho 190 chlapců a 178 dívek, z 2. až 9. třídy, tzn. ve věkovém rozpětí přibližně 8 – 16 let.

7.3 Potencionální změny po deseti letech

Jak bylo psáno již v úvodu, znění otázky bylo voleno úmyslně, neboť se přímo týkalo tématu, kterým jsem se chtěla zabývat a navíc se na stejnou otázku ptal už Mikšíček dětí ze ZŠ Sušická v Praze v roce 1997. Nabízela se tedy možnost porovnání výsledků obou výzkumů, mezi jejichž realizacemi uplynulo 10 let.

K porovnávání výsledků výzkumů též výrazně přispěla interpretace Mikšíčkovi práce v kapitolách Kučerovy knihy *Formy citů: Lacanovská teorie* (2008).

Totožnost výzkumného vzorku v rozsahu 6. – 9. třídy, umožňuje, v tomto věkovém rozmezí, porovnání výsledků obou výzkumů. Bude zajímavé pozorovat jakých změn žákovské volby idolů dosáhli. Mění-li se pouze jména idolů, zatímco obecné typy (např. svalovci, sexy ženy, intelektuál) zůstávají. Nebo se mění celé typy? Jestli ne, jak hodně se mění četnost jejich zastoupení?

Další z pozorovatelných potencionálních rozdílů se bude týkat četnosti voleb mužských a ženských idolů. Volí dívky stále více idolů, než chlapci? Volí stále chlapci i dívky více mužských idolů, jak tvrdí Mikšíček?

Které profese idolů (sportovci, herci, herečky..) byly Mikšíčkovými dívkami a chlapci voleny nejčastěji? Které u ženských idolů a které u mužských idolů?

Vzhledem k tomu, že vyhodnocení mého výzkumu přináší interpretaci dotazníků již od 2. třídy, bude zajímavé pozorovat i to, nedopustil-li se Mikšíček, z důvodu věkově užšího spektra respondentů, některých chybných závěrů.

8 Základní kategorizace

8.1 Základní kategorizace volených idolů

Volené idoly jsem rozdělila do čtyř základních skupin:

- a) ženský idol
- b) mužský idol
- c) fantazijní idol
- d) smíšená skupina

Kategorií jsem se pro přehlednost snažila volit co nejméně. Pod *ženské idoly* jsem tedy zahrнула nejen jednotlivkyně (herečky, pod něž spadají i moderátorky; dále pak kategorie zpěvačky; sportovkyně), ale také hudební kapely, jejichž členky jsou pouze ženy (např. Pussy Cat Dolls). Pod kategorií *mužské idoly* jsem taktéž nezahrнула jen jednotlivce (herce, pod něž spadají i moderátoři; dále pak kategorie zpěváky; sportovce), ale též mužské hudební skupiny (Kabát, Visací zámek, Doors), fotbalové a hokejové kluby. Do skupiny *fantazijní idoly* spadají idoly, kteří nejsou lidé. Jsou to postavy z počítačových her, kreslených filmů nebo seriálů (Simpsonovy, Yuti-moto, Tom a Jerry, Kačer Donald), postavy z pohádek (princezna, drak), nereálné postavy z filmů (Frodo Pytlík). Uvedené tři kategorie postačily k téměř celému pokrytí širokého spektra idolů. Zbylo jen několik hudebních skupin, ve kterých figurují muži stejně jako ženy (ABBA, , Black Eyed Peas, Evanescence), proto jsem stanovila ještě čtvrtou kategorii *smíšená skupina*.

Fantazijní idoly a smíšené skupiny byli chlapani a dívkami voleni minimálně a signifikantně nezasahují do výsledků voleb. Z toho důvodu je v následujícím textu neinterpretuji samostatně, ale jako součást interpretací voleb mužských a ženských idolů.

Základní data týkající se počtu žáků, četností voleb mužských a ženských idolů, jejich převedení na procentuální zastoupení a počet voleb mužských a ženských idolů na jednoho respondenta je přehledně shrnuto v příloze – viz Příloha V.

8.2 Kategorizace důvodů pro volbu idol na základě Raviv et. al. (1999)

Pro stanovení následujících kategorií důvodů pro volbu idolů jsem se inspirovala dotazníkem a jeho vyhodnocením uvedeným v článku Raviv et al. (1996). Jejich základní kategorie, ale byly pro zařazení všech, mými žáky udávaných důvodů, příliš úzké. Kdybych se omezila jen na ně, redukcí bych znehodnotila výpovědi žáků. Proto jsem kategorie následovně rozšířila a upravila..

8.2.1 Rysy osobnosti (Features)

1 a) vnější – vzhled, je hezká, různé účesy, hezky se směje, pěkně se obléká

1 b) vnitřní - je spolehlivá, milý, slušném, umí se dobře chovat, není namyslenej

1 c) vtip – umí dělat srandičky, je moc srandovní, vždycky udělají nějakou legraci, má výborné vtipy

8.2.2 Atributy spojené s životem celebrity (Evaluation)

2 a) majetek – je bohatý, dostává nejvíc peněz z hokejistů

2 b) oblíbenost skrze... (film, historii, sport) – tzn. nejde možná přímo o danou osobnost, ale o roli, jakou kde hraje nebo zastává
- hraje v mém oblíbeném filmu, hraje v dobrých filmech, má super filmy, líbí se mi, protože se zajímám o historii Říma (jde o Gladiátora), trenér a manažer mého oblíbeného fotbalového týmu

2 c) sláva – protože je známý, je slavná, pořád se o něm píše

2 d) podpora, obdiv, citově zabarvený vztah ze strany adolescenta –
fandim mu, byla jsem jeho velká fanyнка, dokázala toho strašně moc, chtěla bych být jako ona, je stejná jako já, je prostě úžasný, mám ji ráda, bohužel je o dost starší a má přítelkyni, líbí se mi na něm všechno

8.2.3 Způsob exprese – vyjadřování se navenek (Ways of Expression)

3 a) umělecké výkony – pěvecké + herecké - hezky zpívá, jak zpívá, má

krásný hlas, výborně hraje

3 b) intelektové výkony – texty písní, jeho písničky, píše krásné pohádky, vymyslel teorii relativity, dokáže chytře řešit své případy

3 c) fyzické výkony – dobře běhá, dobře chytá, hraje hokej, je rychlej, výborný sportovec

3 d) názory + ideové postoje – bojoval proti komunistů, jeho přístup k životu, stojí si za svým

3 e) hrdina – odvaha, síla, bojovnost, umí se prát, zachraňuje lidi, vždycky nás vytáhne z bryndy, umí kung-fu, dokázala přestat brát drogy, dostal se z alkoholismu, dobrý vojevůdce

3 f) výtvarné výkony – krásně maluje

8.3 Pravidla při rozboru dat

Interpretaci dat vztahují ke skupinám tvořeným na základě vztahu pohlaví respondenta – pohlaví idolu. Vznikají tak 4 základní kategorie: mužské idoly chlapců, ženské idoly chlapců, mužské idoly dívek, ženské idoly dívek. Na pomezí dívčí a chlapeckých kategorií se objevují volby některých společných idolů.

Na začátku každé z kategorií je uvedena tabulka pořadí důvodů pro volbu mužských nebo ženských idolů (viz předchozí kapitola) a tabulka procentuálního zastoupení voleb idolů podle jejich profesního zaměření. Ta se omezuje na 3 základní kategorie, které dívčí a chlapecké volby pojímají téměř na 100%. První z nich je sport (všechny typy sportovců, sportovní kluby), druhá herectví (herci herečky, moderátoři, filmové role) a třetí hudba (zpěváci, zpěvačky, hudební skupiny).

Tímto výzkum plní požadavek uvedení objektivně komparovatelných dat.

Poté, v každé kategorii, následuje rozbor žákovských výpovědí, pokus o jejich interpretaci, následná typologie a kategorizace idolů. Tato část rozboru dat již není jednoznačně porovnatelná, protože typy a kategorie idolů nejsou stanovovány podle jednotlivého kritéria, ale na základě toho, jak se chlapci nebo dívky k ženskému nebo mužskému idolu vztahují a proč ho volí. Též může být subjektivně ovlivněna.

9 Základní vyhodnocení doztazníků

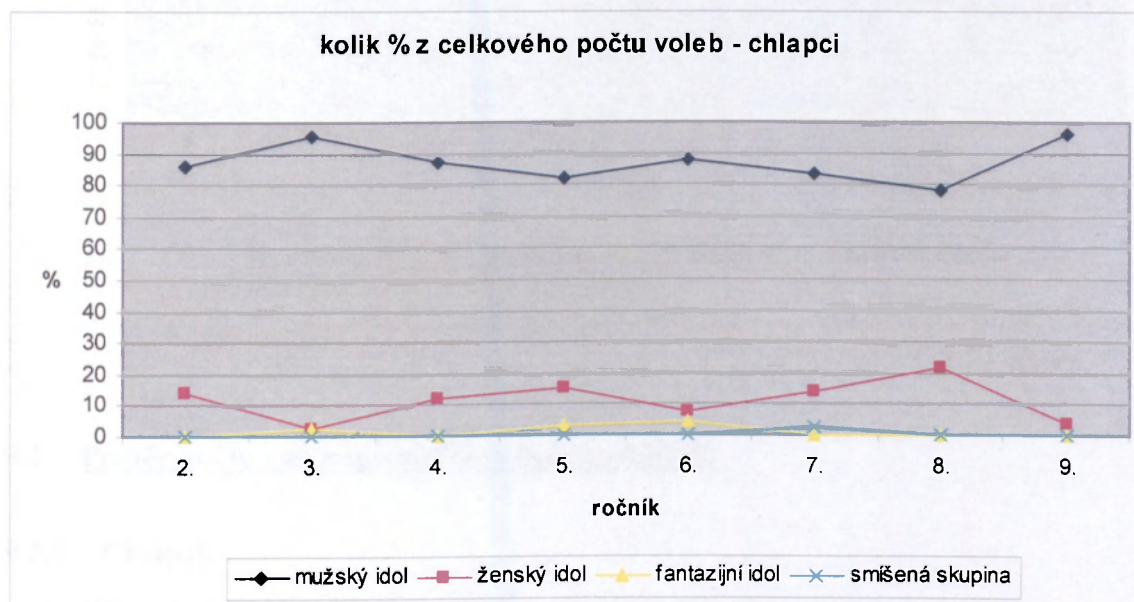
9.1 Procentuální zastoupení voleb základních skupin idolů

9.1.1 **Chlapci**

Chlapci volili mužské idoly v 85,7%, 95,2%, 87,5%, 81,8%, 88,1%, 83,5%, 78,3% a 96,3% všech voleb v 1. až 9. ročníku. Mezi jednotlivými ročníky nejsou ve volbách mužských idolů velké rozdíly. Velký rozdíl je mezi četností voleb mužských a zbylých idolů. Ženské idoly byly chlapci voleny v 14,3%, 2,4%, 12,5%, 15,2%, 7,5%, 14,1%, 21,7%, 3,7% voleb, od 1. do 9. ročníku.

Ve 3., 5. a 6. ročníku se ve 2,4%, 3% a 4,4% objevily fantazijní idoly. Smíšenou skupinu chlapci uvedli pouze v 7. ročníku. Uvedli skupiny Abba a Black Eyed Peas, na které připadá 2,4% z voleb všech idolů.

Graf 1



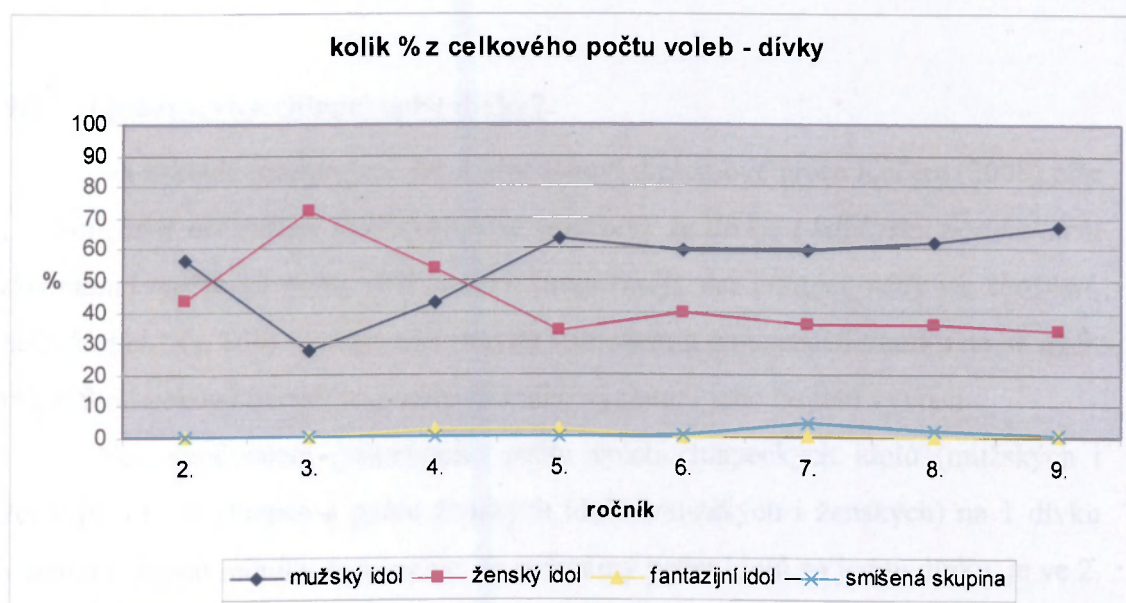
9.1.2 **Dívky**

U dívek nejsou výsledky, týkající se výběru pohlaví idolu, tak konzistentní jako u chlapců. Dívky volily mužský idol v 56,1%, 27,8%, 43,25%, 63,2%, 59,5%, 59,4%, 62,5% a 67,2% všech voleb v pořadí od 1. do 9. ročníku. Ženské idoly volily v 43,9%, 72,2%, 54%, 34,2%, 39,6%, 35,7%, 35,7% a 31,2% všech voleb v pořadí od 1. do 9. ročníku.

Míra volby ženských a mužských idolů se od 5. ročníku víceméně ustálí. Dívky začínají preferovat mužské idoly, které dostávají kolem 60% hlasů, a jejichž preference s věkem dívek lehce narůstá. Ženské idoly dívky od 5. ročníku volí v zhruba 35% všech hlasů a jejich preference s věkem dívek lehce klesá.

Fantazijní idoly dívky volily v 2,75% ve 4.ročníku, 2,6% v 5. ročníku, 0,7% v 7. ročníku a 0,8% v 8. ročníku. Smíšenou skupinu pak v 0,9% v 6. ročníku, 4,2% v 7.ročníku, 1,8% v 8. ročníku a 0,8% v 9. ročníku.

Graf 2



9.2 Poměr počtu voleb mužských a ženských idolů

9.2.1 Chlapci

Ženské idoly byly chlapci voleny mnohem méně čteněji než mužské. Ve 2. ročníku připadá 6 mužských idolů na jeden ženský, ve 3. ročníku připadá 39 mužských na jeden ženský, ve 4. ročníku 7 mužských na jeden ženský, v 5. ročníku 5,4 mužských na jeden ženský, v 6. ročníku 11,8 mužských na jeden ženský, v 7. ročníku 5,89 mužských na jeden ženský, v 8. ročníku 3,6 mužských na jeden ženský a v 9. ročníku 26 mužských idolů na jeden ženský. Z uvedených dat lze vysoudit jen to, že mužské idoly ve volbách chlapců dominují. Počet mužských idolů na jeden ženský v průběhu vývoje od 2. do 9. třídy proměnlivě kolísá, nelze pozorovat pouze

klesající nebo stoupající tendence.

9.2.2 Dívky

Ve 2. ročníku připadá 1,3 mužských idolů na jeden ženský, ve 3. ročníku připadá 0,4 mužských na jeden ženský, ve 4. ročníku připadá 0,8 mužských na jeden ženský, v 5. ročníku připadá 1,8 mužských na jeden ženský, v 6. ročníku připadá 2,6 mužských na jeden ženský, v 7. ročníku připadá 1,7 mužských na jeden ženský, 8. ročníku připadá 1,7 mužských na jeden ženský, v 9. ročníku připadá 2,1 mužských na jeden ženský.

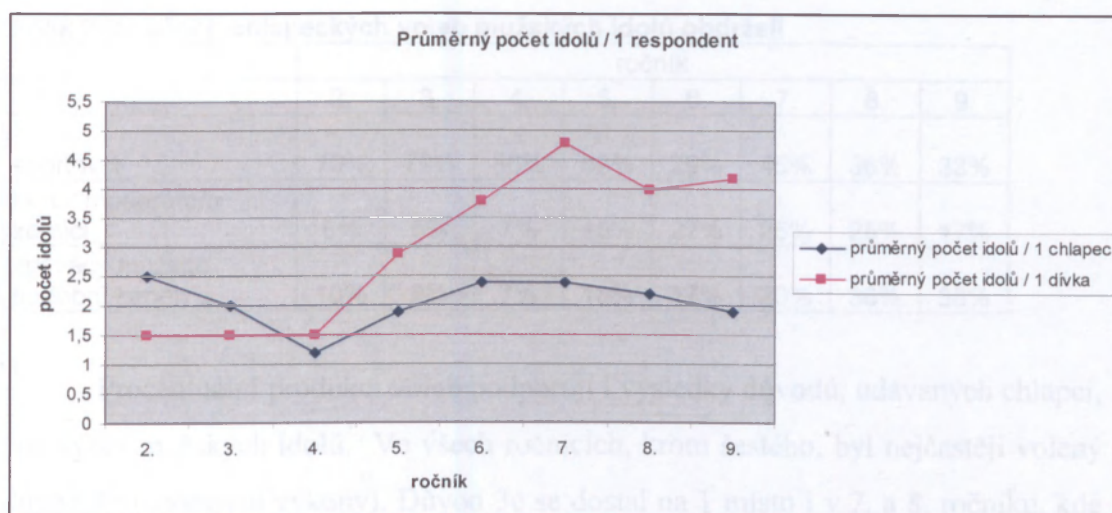
9.3 Idolizují více chlapci nebo dívky?

Na základě interpretace dat z Mikšíčkovi diplomové práce Kučera (2008) píše „... současně ale vidíme (bez statistické kontroly), že dívky, i když jsou pod kulturní dominancí mužských bohů, volí božstvo intenzivněji, než chlapci, rády víc zbožňují, než chlapci.“ (s. 360). Kučera měl pravdu vzhledem k omezenosti vzorku na 6. až 9. třídu. Širší věkový rozsah respondentů mého výzkumu jeho tvrzení vyvrací.

Ve vyhodnocení průměrného počtu voleb chlapeckých idolů (mužských i ženských) na 1 chlapce a počtu ženských idolů (mužských i ženských) na 1 dívku v rámci jednoho ročníku se ukazuje, že průměrný počet idolů na jednu dívku, je ve 2. a 3. ročníku nižší, než na 1 chlapce. Dívky tedy ve 2. a 3. ročníku zbožňují méně, než chlapci. K překřížení četnosti voleb dochází těsně před 4. ročníkem. Od 4. ročníku dívky zbožňují víc než chlapci. Výše průměrného počtu idolů na jednoho respondenta graduje shodně u chlapců i u dívek v 7. ročníku. Zatímco u chlapců pak počet voleb na 1 respondenta pozvolna klesá, u dívek nenabývá jednotného směru.

Grafické znázornění – viz Graf 3.

Graf 3



10 Chlapecké idoly

10.1 Chlapci – mužské idoly

10.1.1 Procentuální zastoupení profesí idolů a pořadí důvodů pro jejich volbu

Obecně lze říci, že vedoucí skupinou idolů chlapců od 1. do 7. ročníku jsou **sportovci**. 70% ze všech chlapeckých voleb mužských idolů ve 2. ročníku připadalo na sportovce. Ve 3. ročníku to bylo 79%, ve 4. ročníku 86%. V 5. ročníku sice došlo k poměrně prudkému poklesu četnosti voleb, stále ale ještě sportovci dostali nadpoloviční většinu voleb a to 52% z celku. V 6. ročníku obdrželi sportovci pouze 29%, v 7. o něco více 45% hlasů ze všech voleb mužských idolů. I přesto se ale stále drží na prvním místě.

Obrat nastává v 8. a 9. ročníku, kde sportovci obdrželi 36% a 33% ze všech voleb mužských idolů. V 8. ročníku se tak sportovci dostali na první místo spolu se zpěváky a mužskými kapelami, kteří též obdrželi 36% z voleb mužských idolů a v 9. ročníku se sportovci propadli na druhé místo za zpěváky a mužské hudební kapely, kteří obdrželi 38% voleb. Procentuální produkce voleb mezi jednotlivé kategorie idolů je shrnuta v tabulce 1.

Tabulka 1

kolik % ze všech chlapeckých voleb mužských idolů obdrželi

	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
sportovci	70%	79%	86%	52%	29%	45%	36%	33%
herci, moderátoři, komici	5%	5%	7%	15%	27%	25%	25%	17%
zpěváci, mužské hudební kapely	10%	8%	7%	18%	17%	20%	36%	38%

Procentuální produkci voleb podporují i výsledky důvodů, udávaných chlapci, pro výběr mužských idolů. Ve všech ročnících, krom šestého, byl nejčastěji volený důvod 3c (sportovní výkony). Důvod 3c se dostal na 1 místo i v 7. a 8. ročníku, kde sportovci už nejsou na prvním místě. Zde je učebnicově vidět, jak je důležité na problematiku nahlížet z různých úhlů pohledu. Kdybych se zaměřila jen na pořadí udávaných důvodů, vyšlo by mi, že vítězi mezi idoly jsou v 7. a 8. ročníku sportovci. Důvod 3c vede. Z hlediska procentuálního zastoupení druhů idolů jsou ovšem v 7. ročníku sportovci na 1. a 2. místě spolu se zpěváky a v 8. ročníku na 2. místě za zpěváky, jak už jsem uváděla. Logické vysvětlení je takové, že zatímco pro volbu sportovců byl chlapci udáván převážně důvod 3c, pro volbu zpěváků byla distribuce voleb rozdělena především mezi důvody 3a a 3b a pak i některé další. V 6. ročníku, se důvod 3c umístil na druhém místě za důvodem 3a, následovaly pak důvody 1c a 1a na 3. a 4. místě. Souhrn pořadí důvodů v jednotlivých třídách je uveden v tabulce 2.

Tabulka 2

pořadí důvodů pro volbu mužských idolů - chlapci

		ročník							
		2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
typy důvodů	1a	6.-8.	/	4.-7.	/	4.	7.-9.	/	6.-7.
	1b	6.-8.	3.-5.	2.-3.	5.-7.	/	10.	6.-8.	8.-10.
	1c	3.	3.-5.	4.-7.	3.	3.	7.-9.	6.-8.	6.-7.
	2a	9.-11.	/	/	8.-9.	/	/	/	/
	2b	/	/	/	/	5.-9.	6.	3.-5.	4.-5.
	2c	/	/	4.-7.	8.-9.	/	/	/	/
	2d	4.-5.	6.-8.	2.-3.	5.-7.	5.-9.	4.-5.	/	8.-10.
	3a	2.	6.-8.	4.-7.	2.	1.	2.	3.-5.	2.-3.
	3b	4.-5.	2.	/	4.	5.-9.	3.	3.-5.	2.-3.
	3c	1.	1.	1.	1.	2.	1.	1.	1.
	3d	9.-11.	/	/	/	5.-9.	7.-9.	2.	4.-5.
	3e	9.-11.	6.-8.	/	5.-7.	5.-9.	4.-5.	6.-8.	8.-10.
	3f	6.-8.	3.-5.	/	/	/	/	/	/

/ důvod nebyl volen

10.1.2 Vyhodnocení konkrétních idolů

10.1.2.1 Od sportovců k hercům 2. – 7. ročník

Volba sportovců není ve všech ročnících stejná. Ve 2., 3. a 4. ročníku jsou nejčteněji voleni fotbalisté. Ve 2. ročníku byl nečteněji, 5x, volen fotbalista Milan Baroš. Připadá mu tedy 13,3% voleb ze všech voleb mužských idolů ve 2. ročníku. Za ním se pak s 8,3% voleb nacházejí hokejista Jaromír Jágr, fotbalisté Petr Čech, Ronaldinho, Tomáš Rosický a také zpěvák Karel Gott. Ve 2. ročníku byl nejčteněji volen fotbalový brankář Petr Čech, 20,5% voleb, následoval Karel Gott 7,7%, poté fotbalisté Baroš, Ronaldinho, Ronaldo, Henry a hokejista Jágr s 5,1%. Ve 4. ročníku vyhrál Jaromír Jágr s 21,4% voleb, následoval Milan Baroš a Jaromír Jágr se 14,3%. V 5. ročníku se do popředí seznamu sportovců dostává také desetibojař Roman Šebrle. Spolu s fotbalistou Karlem Poborským, hokejistou Jágrem a komikem Luis De Funesem obdržel 7,4% voleb.

Chlapci ve 2. až 5. ročníku vyzdvihují především výkonnostní důvody pro volbu idolu. („*hraje dobře fotbal, dal krásného góla z penalty, umí výborně hokej*“) ale najdeme i důvod 2d („*já jsem hokejista, proto ho mám rád*“ o Jágrovi), který nás utvrzuje v předpokladu, že chlapci v období 2. až 4. ročníku chovají ke svým idolům především identifikační attachment. Dovolila bych si ještě tvrdit, že tento attachment není identifikační v tak čisté formě jako u starších žáků. Starší žáci už většinou umí vyzdvihnout to, co jejich idol doopravdy umí, s čím by se chtěli identifikovat – „*je to dobrý technik, umí dobře vystřelit šajtlí a placírkou, má dobrý kličky, umí střílet z dálky*.“ Nahlízejí na něj realističtěji a vědí o tom, že budou-li se snažit, mohli by jako on být. Mladší žáci své sportovní idoly postulují do rolí doopravdivých nedosažitelných všemocných Bohů. Velmi často se vyskytují důvody jako „*nejlepší hráč světa*“, „*nejlepší hráč Itálie, každého obehraje, dává nejvíce gólů*“. V mladším věku tedy chlapci prožívají jakýsi „snový identifikační attachment“, dle mého si nedokážou, ani nedovolují představit, že by jako jejich idol mohli být, protože on je nej, ve starším věku už chlapci skutečně prožívají reálný identifikační attachment „být jako on“.

Vedle identifikace bychom pak u všech chlapců mohli ve vztahu ke sportovcům zaznamenat crushes. V tomto momentě se projevují jako neutrální obdiv

k idolu stejného pohlaví, bez identifikace. Respondent k nim má významný, obdivný vztah, ale z jeho výpovědi není znatelné, že by se nutně chtěl s idolem stejného pohlaví identifikovat. O tom svědčí výpovědi jako „*vyhrál v desetibaji Olympiádu, hraje v český reprezentaci, vždycky nás vytáhne z bryndy, reprezentace ČR v zahraničí*“.

Od 6. ročníku dochází k poklesu voleb sportovců, i přesto jsou ale v 6. a 7. ročníku stále ještě na 1. místě. Krom posunu v intenzitě dochází ještě k posunu ve výběru jmen sportovců. Krom známých, řekla bych „provařených“ jmen fotbalistů a hokejistů se objevují jména z jiných, ale stále ještě dostatečně medializovaných, odvětví sportu, např. cyklista Lance Armstrong, tenista Roger Federer, jezdci Formule 1. Dále se začínají objevovat jména doopravdy osobních idolů, která svědčí o skutečném, hlubším zájmu respondenta o oblast, ve které je idol nejlepší, např. skater Tony Hawk, motokrošař Robie Medison, cyklokrošař Cory Nastazio.

S ubývajícím procentem voleb sportovců narůstá procento voleb zpěváků a herců. V 8. ročníku se sice v četnosti voleb usazuje na prvním místě Jaromír Jágr, získal 5 hlasů, tj. 13% ze všech voleb mužských idolů, i přesto ale zpěváci a mužské hudební kapely vyrovnávají výši voleb sportovců, herci jsou pak za nimi. Jména herců a zpěváků jsou pouze četnější a různorodější, neshoduje se na nich tolik respondentů. V 9. ročníku se zpěváci dostávají před sportovce, ti sestupují na 2. místo a za nimi jsou na 3. místě herci. Herci se před zpěváky dostávají jen v 6. a 7. ročníku.

V 6. ročníku je většina herců komiků, nebo vtipných moderátorů. Taky se důvod pro volbu idolu 1c umísťuje už na 3. místě, hned za 3c a 3a. Krom herců volených z důvodu vtipu se významněji vyskytl 2x svalovec Sylvester Stalone („*ve filmu vypadá dobře, svaly, nej herec*“) a John Travolta jakožto zachránce („*zachraňuje lidi*“). V 7. ročníku je převaha akčních herců - Jackie Chan („*dobrý herec, při natáčení nepotřebuje kaskadéry, umí kung-fú*“), Antonio Banderas sice není typicky akční hrdina, chlapci ho ale volí z důvodu „*rád se dívám na ty jeho akce*“. Dvakrát je zmíněn typický svalovec Arnold Schwarzeneger („*protože má velké svaly, hraje v dobrých filmech*“). Z dalších jsou to Steven Seagal, Vin Diesel a postava Stanleyho Goodspeeda, kterou ve filmu Skála ztvárnil Nicolas Cage. U těchto herců chlapci píší, že hrají v dobrých filmech. Myslím ale, že tímto výrokem sledují obdiv k akčním výkonům herců, podobně jako chlapci, kteří to vyjádřili

přímo. Z hlediska vysoké kvality výkonu pak byli zvoleni 3 herci – Tom Cruise („výborný herec“), Russell Crowe („hlavní roli ve filmu *Gladiátor* by nikdo nezahrál líp“), a Orlando Bloom („protože hraje v *Pánu prstenů*“). Obecně tedy v 6. ročníku z herců převládají baviči, komici, v 7. ročníku akční herci. Do zajímavého kontextu s akčními herci v 7. ročníku, touze po záchraně někoho, ale stejně tak síle a moci zvrátit děj tím, že hrdina někoho zachrání, zapadá i volba Jásira Arafata („dokázal rozpoutat válku mezi Amerikou a Irákem“).

Co se týče volby zpěváku, je v 5. a 6. ročníku znatelný vliv, po oba roky 2006 i 2007, probíhajícího pořadu *Česko hledá SuperStar*. Zpěváci v těchto ročnících nejsou z „hlubšího přesvědčení“ jako v následujícím 8. a 9. ročníku, ale spíše pod vlivem trendu silně proklamovaného masmédií.

10.1.2.2 Rap a Hip Hop vs. Underground v 8. ročníku

V 8. ročníku se viditelně profiluje vyznávání dvou druhů hudebních stylů. První skupinou je český a zahraniční rap a hip hop, druhou je hudba s undergroundovým nádechem, čímž mám na mysli mimo-mainstreamovou¹⁵ hudbu dnešní doby. U hip hoperů jsou vyzdvihovány rebelie, gangsterství, vzdor, volnost („jsou to gangsteři, jsou to niggaz¹⁶“), pochopení života adolescentů („je to prostě o životě, čím víc dospívám, tím poznávám, že se to děje, zpívaj o tom, co se jim přihodilo v životě a uměj to“). Zde se opět touha po identifikaci a identifikační attachmnet mísí s crushes a platonickým attachmnetem. Adolescenti buď vzdorují, identifikují se s rappery, nebo by chtěli vzdorovat, ale jsou svázáni - vlastní morálkou, autoritou rodičů atd. Pak přichází to, co Sebald popisuje jako romantismus – adolescent projikuje svůj vlastní nereálný sen nebo přání do osoby, jejíž sláva a úspěch by je mohly hypoteticky naplnit a dochází ke crushes.

Do druhé skupiny, „undergroundové“, spadají Karel Kryl, Visací zámek,

¹⁵ Termín mainstream pochází z anglických slov *main*[mejn] - hlavní a *stream*[stri:m] - proud. Používá se pro označení hlavního proudu, směru, linie především v literatuře, umění, žurnalistice aj. V dnešní době je to také pojem pro označení komerce.

¹⁶ Niggaz je množné číslo podstatného jména Nigga, odvozeného od hanlivého výrazu *negr*. Niggaz jsou v Americe označovány skupiny černošských adolescentů, fungujících především jako pouliční gangy.

Doors, Soundgarden. Při volbě těchto interpretů žáci oceňovali především hudební styl, texty písní, u kapely Soundgarden velká kytarová sóla - byly voleny především důvody 3b a 3d. Zde dochází k výraznému posunu k intelektualizaci důvodů, k posunu k alternativním a okrajovým hudebním žánrům. Vzhledem k tomu, že uvedení interpreti už v současné době nejsou nejpopulárnějšími, svědčí to, že je žáci znají, o hlubším zájmu o dané hudební žánry. Krom toho, dle mého, jde také o určitou pózu v chování žáků. Postulují se do role bohémů a umělců, povznášejí se nad běžné denní záležitosti, chtějí si užívat. Vzpomenu-li si na ročníky, které dané idoly zmiňovaly, přesně vím, kteří žáci, i přesto že byly dotazníky anonymní, tyto idoly uváděli. Jejich přerostlé vlasy, široká černá trika s idolem nebo symbolem s ním spjatým, polehávání po lavici s nezájmem o tak „trapně pozemské“ věci jako výuka a přestávkové debaty o alkoholovým či marihuanových zkušenostech byly nepřehlédnutelné a nepřeslechnutelné. Adolescenti by jistě protestovali, ale já bych se nebála popsané chování zastřešit Sebaldovou kategorií *Extáze* - chování, které může být, pod pojmem idolizace, veřejně prezentováno aniž by bylo odsuzováno společností. Mám pocit, že téměř každý z adolescentů chce vyzkoušet, co s ním udělá alkohol. Spojujeme-li takový počín s vyznáváním kultu určitého idolu, můžeme naše chování před ostatními (především autoritami) zdůvodnit, tím třeba i lehce ospravedlnit.

Na úroveň posunu k intelektualizaci by spadala ještě volba spisovatele Christophera Paoiliniho.

10.1.2.3 Herci v 8. ročníku

Herců bylo chlapci v 8. ročníku zvoleno celkem pět. Čtyři z nich Arnold Schwarzeneger, Steven Seagal, Silvestr Stalone a filmová postava James Bond by spadaly do kategorie svalovců a akčních herců. Chlapci se krom Jamese Bonda („je agent, má výbavu zbraní, vynálezů a všeho možného“) o důvodech pro výběr nijak nerozepisovali. U Johnyho Deppa je oceňován herecký výkon ve filmu Piráti z Karibiku. Dvě volby pak padají na komiky Vlastu Buriana a Mentoma. Komici vůbec zastávají ve volbách adolescentů zvláštní roli a proto jim budu věnovat samostatnou kapitolu v následujícím textu.

10.1.2.4 Punk, metal, grunge a rock v 9. ročníku

Devátý ročník navazuje na osmý ve vyznávání mimo-mainstreamového stylu hudby, zatímco hip hop a rap zcela mizí. Největší oblibě se těší punkové kapely Visací zámek („*punk s docela smyslnými texty, nejlepší punk v ČR*“) s dvěmi volbami, s jednou volbou pak Tři sestry („*výborný punkový zpěváci*“), NVU („*ponurý punk, kritizuje dnešní svět, policii, vládu*“), grungeová¹⁷ kapela Nirvana („*skvělá hudba*“) a její zpěvák Kurt Cobain („*výstupy a názory, skvělé rify na kytaru*“), zpěvák Axel Rose („*má skvělý hlas, výborně zpívá*“) a kytarista Slash („*je to kytarový fenomén, má hustej vzhled*“) hardrockové kapely Guns'n Roses, rockové zahraniční kapely Doors a její hlavní, záhadně zesnulý, protagonista Jim Morrison („*jeho osobitý styl upřímnost a nebojácnost, jeho písně s naprosto dokonalými a promyšlenými texty, jeho styl života, jeho básně, filmy, písničky*“), který získal dvě volby. S jednou volbou ještě následuje rocková skupina Led Zeppelin, s dvěmi česká rocková skupina Divokej Bill („*líbí se mi především jejich písničky a líbí se mi, že přispívají peníze z koncertů na dětské domovy, moje neoblíbenější skupina*“) a metalová skupina Manowar („*slavní, protože vsadili na žánr, metal a přidali trochu nástrojů a melodiky*“). Ze zbylých hudebních interpretů dostali po jedné volbě Daniel Landa („*líbí se mi, že se nebojí říct, co cejtí a co si myslí, má skvělou hudbu, která mě dokáže uklidnit*“), Bob Marley („*král reggae*“) a Freddie Mercury („*líbil se mi jeho koncert na stadiónu v Liverpoolu*“). I oni potvrzují, i když ne tak radikální, vybočení z mainstreamu.

10.1.2.5 Sportovci v 9. ročníku

Za hudebními umělci se na druhém místě usazují sportovci. Jak jsem již uváděla, krom fotbalistů a hokejistů se často objevují jména skutečně osobních idolů. Výkonnostní důvody pro volbu idolu – sportovce jsou více konkretizovány, co umí

¹⁷ žánr na pomezí hardrocku a alternativního rocku vycházející z hardcore punku, heavy metalu a indie rocku. Název údajně pochází od Marka Arma z Mudhoney a znamená „roztrhaný, špinavý“. Typickým rysem grungeové hudby jsou „špinavé“ zvuky kytary a silné riffy. Texty se zabývají většinou společenským odcizením, touhou po svobodě, nudou a depresi ať už ze smířené nebo rozzlobené pozice.

hráč nejlíp, a rozšiřovány o další důvody („*je to příjemným kluk*“ o Franku Lampardovi, „*kdykoli odstoupí při zápase, tak to jeho tým hodně psychicky oslabí, je dost upřímný, dosáhl téměř všeho, je dost upřímný, hlavně srdcař*“ o Jaromíru Jágrovi, „*velmi silná osobnost, která ve sportu dokázala neskutečné věci, člověk, který do sportu dá všechno, není namyšlený, dokáže vymyslet výbornou taktiku*“ o Michaelu Schumacherovi, „*v důležitých zápasech vždy podrží tým, vychytil bronz v Turíně*“ o Tomáši Vokounovi, „*hraje za českou reprezentaci, bez něj naše mužstvo hraje nic moc, on vždy něco vymyslí*“ o Tomáši Rosickém, „*ze začátku každému připadal jako obyčejný běžkař, pak se umístil na OH*“ o Lukáši Bauerovi, „*skvělý brankář, když začínal, nikdo si nemyslel, že by to mohl dotáhnout tak daleko*“ o Petru Čechovi atd.). Další důvod, který se zde poprvé viditelně objevuje je žáková touha „*ukázat jim to, natřít jim to*“. Lukáš Bauer byl volen pro důvod „*ze začátku každému připadal jako obyčejný běžkař, pak se umístil na OH*“. I žáci jsou obyčejní, cítí se možná podceňováni, zatím navenek velké činy neprojevují, ale možná si o nich sní, možná nám to jednou velkolepě „*natrou*“. Stejně tak jako Petr Čech, který byl volen pro důvod „*když začínal chytat, nikdo si nemyslel, že by to mohl dotáhnout tak daleko*“. Úspěšná realizace původně neznámých lidí působí v tomto momentě jako silný motivační faktor k výkonu. Zatímco všichni předchozí sportovci působili jako „*sportovci identifikanti*“ (např. chlapec chce mít stejně dobrou střelu jako fotbalista Baroš – stejný výkon, stejné sportovní odvětví), tito sportovci působí spíše jako „*sportovci motivátoři*“ (chci být stejně dobrý jako on, chci všem dokázat a ukázat, že jsem dobrý, ale svým způsobem a ve svém oboru. Takže klidně skvělými kytarovými rify v grungeových skladbách.). V případě, že bychom identifikaci chtěli přeci jen najít, mohli bychom říct, že se zde chlapci identifikují s vůlí daného sportovce. Jak vidíme, výkon v hudební oblasti může být klidně motivován počinem sportovce.

10.1.2.6 Herci v 9. ročníku

Hlubší zamyšlení nad kvalitami sportovců a posun k jisté intelektualizaci a duchovnějším rozměrům důvodů se projevuje i při výběru herců a některých dalších idolů. Herci, i přesto, že to jsou akční herci jsou hodnoceni převážně důvodem 3a nebo 2b – jsou oceňovány jejich herecké schopnosti nebo jsou kladně hodnoceni

skrze role, které ztvárnili nebo filmy, ve kterých hráli. Např. Bruce Willis („dobré role v dobrých filmech“), George Clooney („dobré filmy“), Vin Diesel („líbí se mi jeho filmy“), dále se pak objevuje už ne typicky akční Hayden Christensen („skvělý herec ze Star Wars“) a herec komik Eddie Murphy („dobřej komik a herec“) a závěrem od akčních hrdinů zcela odlišný, Tomáš Hanák („je vtipnej, normální, dostal se z problémů z alkoholu, chová se normálně, hraje v dobrých, typických filmech“). Hanák sice vybočuje z hlavní typologie volených herců, nevybočuje ovšem z voleb chlapeckých mužských idolů v 9. ročníku. Svou charakteristikou by se akorát víc přibližoval k interpretům okrajových hudebních proudů, než k hercům.

Kučera (2008) píše, že „volba příběhu ukazuje, že k idolu se připojuje fantazie o tom, co idol dělá, v jakých situacích se ocitá, zde už doplněná, zastoupená filmem. Tento moment zaznívá u herců, kde fanoušci posuzují vlastně ještě stylizaci, zapadnutí herce do postavy, tedy další idealizaci či idealitu svého boha“ (s. 362).

Další zajímavé volené osobnosti, poukazující na intelektualizaci výběru byly režisér George Lucas („režisér mého oblíbeného filmu Star Wars“) a revolucionář Ernesto Che Guevara. Volba jiných politiků se v podstatě téměř nevyskytuje. U chlapců z celého věkového spektra 2. až 9. ročníku pouze 4x, u dívek jednou. Chlapci volili jednou Václava Havla v 2.ročníku („bojoval proti komunistům, i když ho za to zavírali“), jednou v 5. ročníku („byl bývalým českým prezidentem ČR, byl také známej po celé ČR a také dělal dobré věci po celé ČR“). Dále již zmiňovaný Jásir Arafat v 7. a Che Guevara v 9. ročníku. Dívky volily jednou Václava Klause („náš prezident“) v 7. ročníku.

10.2 Společný idol Karel Gott

Herci a zpěváci se ve 2., 3. a 4. nikterak významně neobjevují. Zajímavá a výrazná je pouze volba Karla Gotta („nejlepší zpěvák na světě, hezky zpívá, umí hezký písničky“), který ve 2. ročníku obdržel 5 voleb (8,3 % z voleb mužských idolů, tj. 2.-5.místo) , ve 3. ročníku 3 volby (7,7% z voleb mužských idolů, 2.místo) s důvody „dobrý zpěvák, má dobrý písničky, je hodnej, je spolehlivej, umí dobře zpívat, že tak hezky zpívá a že je tak oblíbený“, ve 4. ročníku volen nebyl, v 5., 6. a pak dokonce ještě v 8.ročníku obdržel po jedné volbě se zdůvodněním „má hezké

písničky“, „*líbí se mi jak zpívá*“ a „*nádherně zpívá, vlídný muž*“. Ve 2., 3. a 4. ročníku bych volbu Gotta vysvětlovala možným vlivem jeho oblíbenosti u rodičů respondentů (viz Funkce idolů), ovšem s přihlédnutím k volbám dívek se nabízí i jiné vysvětlení. Dívky totiž v těchto ročnících Gotta volily též intenzivně. Ve 2. ročníku 3x („*krásně zpívá, umí hezky zpívat, někdy je srandovní, hezky zpívá*“), ve 3. ročníku 2x („*mám ráda zpěv a on hezky zpívá*“) a ve 4. ročníku 5x („*má krásný hlas, je oblíbený tím, že hodně cestuje do různých zemí a vystupuje tam, jak zpívá, dobře zpívá, je směšněj*“ – poslední důvod byl uveden v dotazníku hned za důvodem „dobře zpívá“, proto předpokládám, že slovo „směšněj“ zde mělo nabývat významu vtipný, ne trapný). Dochází zde tedy pravděpodobně k romantickému attachmentu ne k idolu, ale skrze idol ke spolužačkám. Idol zde facilituje přiblížení k druhému pohlaví skrze společné téma. Pak ještě v 6. ročníku 5x „*je slavný zpěvák, protože nazpíval Stín katedrál, jeho hlas a písničky, je slavný*“. U dívek i v 9. ročníku volen 1x „*velmi nadaný zpěvák, dlouho si drží slavíka, krásný hlas*“.

Domněnka - mohli bychom prostřednictvím volby společného idolu vývojový trend od izosexuálního přátelství k heterosexuálním „vztahům“? Vztahům v ještě nepravém slova smyslu, ale v podobě přiblížení k opačnému pohlaví?? Možná ano. Chlapci by se k dívkám asi chtěli nějak přiblížit, přeci jen dívky začínají mít prsa jako ty dospělé ženské idoly, ale přeci nepřijdou a neosloví je. Na to jsou holky ještě moc „blbý a trapný“ ... takže což skrze společný idol? Společné téma?

10.3 Komici a úloha vtipu

Nejčastější a nejpřednější typy důvodů (3c, 3a a 3b) pro chlapeckou volbu mužských idolů už jsem popsala. Zajímavý je další důvod v pořadí – 1c (vtip), který svou četností a počtem voleb dokonce předhání důvod 3e (hrdina). Důvod 1c je, pro volbu mužského idolu, chlapci uváděn ve všech osmi ročnících. Od 2. do 6. ročníku se, průměrně spočteno, usazuje na vysoké 3. příčce v pořadí důvodů, od 7. do 9. ročníku pak klesá na 7 příčku. Humor usnadňuje sblížení. Je možné, že starší chlapci už si k dívkám umí najít i jinou cestičku, nemusí už být tak vtipní (potvrzuje to i změna ve způsobu chování ve vztazích mezi dívkami a chlapci od přelomu 6. a 7. ročníku, který budu popisovat v jedné z následujících kapitol o Anetě Langerové). Pro volbu ženského idolu je uváděn jen jednou, ve 2. ročníku, na 4.-5. příčce. Jak je

vidět, chlapci od dívek humor nevyžadují a asi ani neočekávají. Dívky je svádí jinak než humorem.

Zatímco u dívek je humor uváděný u mužských i ženských idolů. Je pro ně důležitý, chtějí být baveny. Pro volbu mužských idolů ho volí v pěti z osmi ročníků, průměrně se usazuje na 4.-5. místě z 13ti možných. U ženských idolů je uváděn v pěti z osmi ročníků, průměrně na 6. místě.

Vtip představuje další způsob, jak se sblížit. Ne skrze společný idol (jako u Gotta), ale skrze společně oceňovaný akt (vtip je akt – jeden ho tvoří, druhý se jím baví).

V kategorizaci typů idolů jsem původně komiky od herců nikterak neoddělovala. O jejich separátním významu mě přiměla zamyslet nutnost stanovení důvodu 1c (typologii důvodů jsem stanovovala tak, aby pokryla celou škálu žákovských výroků – výroky si stanovení důvodu 1c vyžádaly). O opodstatněnosti tohoto dělení píše i Kučera (2008). Uvádí, že Mikšíček (1993) herce intuitivně správně odděluje od komiků, nijak to ale nevykládá. Kučera herce a komiky klade disjunktivně a píše „*Komik na rozdíl od herce vlastně žádnou postavu nehraje, nýbrž dělá jen to svoje. Co? Většinou ksichty. Tyhle výrazy a tahle vtipnost, vyvolávající smích, se dají převzít přímo do běžných situací, které všichni chtějí zažít: holky chtějí být baveny a kluci v tom chtějí excelovat – rozesmát holku je jedním z největších kousků. Jako kdyby byla bezbranná, už-už souhlasila. (Jak známo, ženu je třeba vždy „ukecat“, a rozesmání je na této cestě úžasnou zkratkou). Naštěstí pro kluky v tomhle věku rozesmání ještě nehrozí tím, že by muselo dojít k „tam tomu“: smích dívky tak zůstává sublimovaným příslibem.*

Přenositelnost komikových nápadů ze scény do běžné komunikace ukazuje, proč komik žádnou postavu nehraje: ve skutečnosti přichází scénická komika z hraní, z komiky v běžném životě (kam se vrátí)“ (s. 362).

Důvody mých respondentů, uvedené pro volby komiků, Kučerova slova potvrzují. Chlapci ve 2. ročníku volili Petra Rychlého („*hezky hraje a je legrační*“), dívky Danielu Šinkorovou („*je moc srandovní*“), Jitku Molavcovou („*je s ní legrace*“ – a s kým je legrace, ten je fajn, je-li legrace s chlapcem, je chlapec fajn), z mužů 5x Michala Nesvadbu („*je vtipný, je legrační, má senza nápady, je hodný, hezký, maluje, hodně vtipný, nejlepší vynálezce na světě, je legrační, že má tolik nápadů, furt vymyslí nějaké vynálezy*“), Karla Čapka („*je legrační*“ – přepokládám, že ne Čapek,

ale asi jeho tvorba, třeba Dášenska) a Karla Gotta („někdy je legrační“). Ve 3. ročníku volili chlapci Buda Spencera a Terence Hilla („vždy udělají nějakou legraci“) a Václava Vydru („skvělý komediant, vždycky něco srandovního vymyslí“, pohotovost reakce, která by se hodila v reálném životě), dívky volili Anetu Langerovou („je zábavná“ – v překladu by mohlo znamenat nenudí nás) a Jiřinu Bohdalovou („umí si udělat srandu“). Ve 4. ročníku chlapci napsali Jana Krause („má výborné vtipy a vždycky mě rozesměje“), dívky Petra Rychlého („líbí se mi, protože je humorný“), Terryho Pratchetta („jeho fantasticko humorná díla mají veselý námět“) a Zdeňka Svěráka s Cimmrmanovským divadlem („jejich divadlo je veselé a pochopitelné“). V 5. ročníku chlapci uvedli Jiřího Mádlu („umí mě rozesmát“), Luis De Funese („dokáže rozesmát člověka, má hustý fórky“), Mr. Beana („je vtipný, umí dělat triky s obličejem“ – to by bylo něco, kdybych je uměl dělat taky) a idol z kategorie „fantazijní“ Simpsonovi („jsou hodně legrační“), dívky Yvettu Blanarovičovou („je s ní sranda“). Z mužů Luis De Funese („je legrační a zábavný“), dále pak Jiřího Mádlu, Leoše Mareše aj. Chlapci v 6. ročníku uvádějí Jiřího Krampola („má vtipné hlášky“), opět Jiřího Mádlu („má vtipné hlášky“), Orlando Bloomu („umí rozesmát“), Patrika Hezuckého („líbí se mi jeho vtipnost“) a Václava Vydru („je srandovní, vtipné hlášky“), dívky pak, Jiřího Langmaiera, Jiřího Mádlu, Johny Deppu, Orlando Bloomu a Petra Zvěřinu u kterých shodně uvádějí „je vtipný, má smysl pro humor atd.“ vždy spojeno s vyjádřením jeho přitažlivosti „je hezký, nejkrásnější na světě, vypadá hezky, je to krasavec“. U Jindry z Vyvolených, Mr. Beana, Woodyho Alana a Václava Vydry už vyzdvihují jen vtip, bez vzhledu. Chlapci v 7. ročníku volili Johnyho Deppu („je většinou legrační“) a Petra Čtvrtníčka („vtipnost“). Dívky volily fantazijní Toma a Jerryho („vtipné hlášky“), pak např. Jiřího Mádlu a Vojtu Kotka. V 8. ročníku chlapci uvedli Mentoma („osoba, která vystupuje v mnoha srandovních scénkách“) a Vlastu Buriana. Dívky vtip nevolily. V 9. ročníku chlapci uvedli Eddie Murphyho („dobřej komik“), dívky také dívky Eddie Murphyho („komický, zábavný, vtipný, dokáže všechny pobavit“), ženských idolů Halinu Pawlovskou („má dobrý humor, je vtipná a chytrá“), z mužských např. Václava Vydru („dělá srandovní obličej“), fantazijního Kačera Donalda („je srandovní, akční a zodpovědný“), dál pak krasavce Mareše, Mádlu aj.

Poměrně četný výskyt Václava Vydry, spíše divadelního, bulvárem ani médií nepříliš „propíraného“ herce, bych za normálních okolností mezi dětskými a

adolescenčními idoly nečekala. V době, kdy byl ale zadáván dotazník, probíhal v televizi další z typů reality show, tentokrát Star Dance na ČT1.

Zrádná, v kontextu humoru, jsou slova legrační a srandovní. Je otázkou ve kterých odůvodněních jsou myšlena jako vtipný, tudíž identifikačně chtěný a ve kterých jsou myšlena jako „pro zasmání, k smíchu“, tedy „trouba“ - v tomto případě předpokládám atribut pro chlapce identifikačně nechtěný.

Chlapecké idoly, u nichž byl uveden důvod 1c, jsme zde uvedla všechny. U dívek jsem uvedla plný výčet pouze ženských idolů, doplněný o mužské idoly, u nichž byl zdůrazňován pouze vtip (popř. vtip a výkon), ne ovšem vtip - krása - výkon dohromady. Kombinace těchto tří atribut je totiž tak oblíbená a výrazná, že u dívčích mužských idolů formuje specifickou skupinu vtipných, mladých krasavců jako jeden ze samostatných typů idolů. Podrobněji se jí budu věnovat v kapitole Dívky- mužské idoly.

10.4 Chlapci – ženské idoly

10.4.1 Pořadí důvodů pro volbu

V kategorizaci důvodů se na prvním místě nachází důvod 3a, za ním následuje 1a, ve volbách dalších důvodů už nejsou významné rozdíly. Chlapci tedy u ženských vzorů nejčastěji zdůrazňovaly umělecké, herecké a pěvecké, atributy, za nimi pak vnější rysy.

Kategorie 1a je u vztahu chlapců k ženským idolům určitě předvídatelná (nyní i výzkumem potvrzená jako významná) a má jasnou vypovídací hodnotu. Chlapce pohled na ženské tělo, bezpochyby vzrušuje, ba dokonce musí vzrušovat. Nemají obranu. Většina současných popových krás (a jejich manažerů) si je dobře vědoma síly přitažlivosti ženského¹⁸ tělesna a proto také na tento atribut a priori zaměřena. Je mnohem jednodušší získat mužské fanoušky jako průměrně zpívající (nebo hrající) prsatá, rafinovaně polooblečená lepá děvka, koketně pohupující boky při chůzi na jehlových podpatcích než jako sice dobrá, ne špatně vypadající, ale ženské rysy

¹⁸ ¹ zde ve významu slova ženskost, výrazné ženské tvary šikovně zdůrazněné, lehká ale ne přílišná vulgárnost, gesty, pohyby a erotickým spířitem doprovázené svádění, ale jen do té míry, aby to fanoušek (v tomto případě žák základní školy) unesl.

nezdůrazňující, zpěvačka (herečka).

Nejčastěji volená kategorie 3a není tak upřímně vypovídající jako 1a. Za důvody týkající se uměleckého výkonu se leckdy může skrývat podtext, který se vynoří až při pohledu na celá zdůvodnění výběrů, tak jak je chlapci popisovali v dotaznících. Na praktické příklady dojde v následujícím textu.

Tabulka 3

pořadí důvodů pro volbu ženských idolů - chlapci

		ročník							
		2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
typy důvodů	1a	2.-3.	1.-2.	1.-2.	/	2.	2.-3.	1.	2.-3.
	1b	2.-3.	/	/	/	3.	4.-7.	/	/
	1c	4.-5.	/	/	/	/	/	/	/
	2a	/	/	/	/	/	/	/	/
	2b	/	/	1.-2.	/	/	/	/	/
	2c	/	/	/	2.-4.	/	/	/	/
	2d	6.-7.	/	/	/	/	4.-7.	/	2.-3.
	3a	1.	1.-2.	/	1.	1.	1.	2.-4.	1.
	3b	6.-7.	/	/	2.-4.	/	4.-7.	2.-4.	/
	3c	4.-5.	/	/	2.-4.	/	4.-7.	2.-4.	/
	3d	/	/	/	/	/	/	/	/
	3e	/	/	/	/	/	2.-3.	/	/
	3f	/	/	/	/	/	/	/	/

/ důvod nebyl volen

Tabulka 4

kolik % ze všech chlapeckých voleb ženských idolů obdržely

	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
sportovkyně	0%	0%	100%	20%	0%	8%	30%	0%
herečky, moderátorky	70%	100	0%	80%	40%	33%	40%	0%
zpěvačky, ženské hudební skupiny	10%	0%	0%	0%	60%	58%	10%	100%

10.4.2 Kategorie ženských idolů

10.4.2.1 „Žena kamarádka“ – Aneta Langerová

Idolem na kterém se shodli chlapci z nejvíce ročníků byla Aneta Langerová. Chlapci ji volili ve 2. ročníku 4x („mám ji rád, nejlepší zpěvačka, protože

je mi sympatická, jak zpívá“), v 5., 6. a 8. jednou pro následné důvody *„líbí se mi jedna její píseň“*, *„upřímná, hezká, zpívá dobře“*. Výběr Langerové se mi nejprve zdál zvláštní. Co na ní je? Na první pohled neodpovídá prototypu ženskosti, vzhledově je spíš ještě dívkou. Potencionálních důvodů jsem pak našla ale několik.

Za prvé – právě její dívčí vzhled. Obecně platí, že kluci se chtějí kamarádit s „holkama“, holky s „klukama“. Na zdejší škole (té, kde jsem učila a realizovala výzkum) tomu nebylo jinak. Problém byl v tom, že kamarádství v rámci jedné třídy bylo až do šestého ročníku nepřípustné. Chlapci doopravdy až do 6. ročníku oslovovali dívky (spolužačky ze stejné třídy) příjmením a vyjadřovali se o nich ve smyslu „trapný“, „hnusný“, „blbý“, „uječený“, stejně tak i dívky o chlapcích (zlom od přelomu 6. a 7. třídy, viz kapitola Komici). Zde naplňuje svou první roli Langerová – vzhledově blízká, nepůsobí nijak rozjívěně, žena to je, ale bez rušivých, svádivých erotických atributů, takže může být „kámoškou“. „Kámoškou“ jen tak, jak by asi žáci řekli „na pohodu, na pokec“. Kategorii ženských idolů reprezentovanou Langerovou proto nazývám *„žena kamarádka“*.

Druhý z důvodů – vliv masmédií. V roce 2004 televize Nova poprvé uvedla v Čechách zcela nový typ pořadu – reality show „Česko hledá SuperStar“. Strhla lavinovou účast diváků na její tvorbě, prostřednictvím hlasování pro jednotlivé interprety – divák nabývá dojem, zde bych spíš řekla, že většina diváků byla přesvědčena o tom, že svým hlasem tvoří průběh soutěže. K pocitu účasti na soutěži se samozřejmě pojí silné emotivní prožívání průběhu soutěže, protože co se děje mému favoritovi, děje se mě. Langerová byla v roce 2004 zvolena 1. vítězkou uvedeného pořadu. Vzhledem k tomu, že se ještě ukázala jako hudebně schopná (její sláva nepadla s koncem pořadu) není divu, že se její volby projevíly ve výsledcích dotazníků. V roce 2005 a 2006 probíhala další dvě kola pořadu. I ta se do výsledků dotazníků promítla. Ne ovšem tak intenzivně jako u Langerové (ve 2. a 7. ročníku byla 1x volena Barbora Zemanová, v 6. ročníku 1x Leona Černá).

Jako třetí důvod se nabízí již popisované (u Gotta) sblížení prostřednictvím idolu. Vzhledem k tomu, že dívky Langerovou volí ve všech ročnících, je možné, že by mohla posloužit jako společný objekt zájmu facilitující sblížení chlapců a dívek tím, že poslouží jako záminka k hovoru nebo společným aktivitám. Sloužila by tedy jako „prostředník“ k umožnění navázání romantického attachmentu ke spolužačce či dívce z okolí.

10.4.2.2 „Žena kočka“ + „Žena partnerka“

Další z kategorií, která se v chlapeckých volbách profiluje je „žena – kočka“ – to je ona žena, která si svou popularitu získala nejpřirozenější zbraní – ženskostí. Zástupkyněmi této kategorie jsou Helena Vondráčková („*hezky zpívá a je hezká*“) Kateřina Miliónová („*modelky jsou krásný*“) ve 2. ročníku, latino-americká popová zpěvačka Shakira („*hezky zpívá a má hezký pohyby*“) ve 3. ročníku, Anastacia („*skvělé hity, dobrá muzika, velmi známá, dobře zpívá*“) a Helena Zet'ová („*je dobrá zpěvačka*“) v 5. ročníku a filmová postava Lary Croft (ztvárněná herečkou Angelinou Jolie) v 6. ročníku.

Zde se vyskytuje, již zmiňovaná, někdy „neupřímná“ vypovídání důvodu 3a. Do kategorie „žen – koček“ jsem si dovolila zařadit i některé zpěvačky, u nichž chlapci o kráse, či přitažlivosti nemluví. Píší většinou jen to, že hezky nebo dobře zpívají. Není ovšem pochvala zpěvu u zpěvaček obecný úzus? Není to jen zastírací neutrální klišé? Všichni vědí, že známé zpěvačky dobře zpívají, jinak by nebyly zpěvačky a nebyly by známé. Co tedy vedlo např. pátáka k tomu, aby si vybavil sexy blondýnu Helenu Zet'ovou? Skutečně jen to, že „dobře zpívá“?

V sedmém ročníku nastává zvrát. Chlapci na jedné straně jdou s uměleckými důvody pro volbu více do hloubky, na druhé straně se už nebojí otevřeně vyjádřit to, že se jim žena líbí. Zdůvodnění volby ženského idolu prostřednictvím vyzdvižení uměleckých kvalit je pak tedy uvěřitelné (i když samozřejmě přitažlivost krásné ženy svou roli sehrává vždy). Kdyby chtěl žák napsat, že se mu žena líbí, napsal by to.

Bez skrupulí popsali erotickou adoraci žáci v 7. ročníku k Pamele Anderson („*hezká, velký prsa*“), v 8. ročníku ke Carmen Electře („*je pěkná, má pěknou postavu*“), Pamele Anderson („*má pěknou postavu*“), v 9. ročníku k Angelině Jolie („*překrásná a výborná herečka*“) a Nicol Kidman („*energetická a zralá žena, sexuálně mě přitahuje, výborná herečka*“). Jediná žena, u které nebyla erotická adorace popsána otevřeně, v podtextu výpovědi ale lehce zaznívá, byla v 7. ročníku Tina Turner („*hrozně hezky zpívá, kvůli jejímu hlasu, stylu oblékání, jejímu tanci*“). V tanci je erotično. Určitá implicitní shovívavost a respekt k přílišné otevřenosti výpovědi je zde pochopitelný, vždyť Turner by mohla sedmákovi dělat babičku.

V 7. ročníku byla za odvalu při boji s rakovinou prsu zvolena Anastacia („*nestydí se za svoji jizvu, dobrý hlas, písničky*“), pro herecké výkony Milla Jovovich („*má nejlepší filmy*“), Uma Thurman („*výborná herečka*“) a za hudbu irská zpěvačka Enya („*její skladby*“).

Sexuálně vzrušující erotická adorace „*žen – koček*“ se v některých volbách a výpovědích starších žáků začíná transformovat do erotické adorace s podtextem skutečného vztahu. Ženské idoly se zde posouvají do další kategorie „*žena - partnerka*“. V osmé třídě byla 2x volena Sandra Bullock pro následující důvody: „*výborná herečka, hezká, umí dobře hrát, rád by sem jí viděl na vlastní oči, je upřímná*“.

10.4.2.3 „Žena hrdinka“ – Kateřina Neumannová

Posledním typem ženy, který se v chlapeckých volbách výrazně profiluje je „*žena – hrdinka*“. Tato žena je objektem obdivu ne proto jak vypadá, ale co dělá. I přesto, že chlapi obdivují výkon hereček, nemají touhu se s nimi identifikovat. Vidí je stále jako ženy a proto je spíš eroticky adorují nebo obdivují bez erotu ale i bez identifikace. Zatímco u této ženy by identifikace s jejími výkony mohla bez problémů nastat. Jedinou zástupkyní této kategorie je běžkařka Kateřina Neumannová. Chlapi u ní obdivují svůj oblíbený atribut fyzický výkon, který u ní převládá nad aspektem ženství. I když ani to není zcela opomenuto - jeden čtvrták píše „*její úsměv je nádherný*“. Zbylé důvody pak už hrají pro výkon „*její práce nohama je úžasná, měla nevýhodu, protože byla nemocná, ale přesto vyhrála, chtěl bych také umět to, co ona*“ ve 4. ročníku, kde byla volena jako jediný ženský idol a rovnou 2x, jednou byla volena v 5. („*je to skvělá běžkyně na lyžích, má na to, aby vyhrála světový pohár, vyhrála TýTý, vyhrála zlatou medaili na 30km*“), a 7. ročníku („*dokázala vydržet zlatou medaili na ZOH*“), třikrát v 8. ročníku („*umí běhat*“).

Navíc Neumannová, v době kdy byl dotazník vyplňován, byla skutečně aktuální národní hrdinkou. Zakončovala úspěšnou sportovní kariéru, vyhrávala nejlepší závody a v roce 2006 získala poslední chybějící triumf – zlatou medaili z Olympijských her. Notnou roli zde tedy sehrává davová národní pýcha a hrdost. Stejně tak jako u Mikšíčkových respondentů hokejisté.

10.4.2.3.1 Neumannová u dívek a jako společný idol

Neumannová se těší oblibě i u dívek. Dokonce vyšší než u chlapců. Vedle Gotta a Langerové tak představuje další, ze společných voleb. Sjednocujícím prvek voleb dívek a chlapců je v tomto případě jý popisovaná národní hrdost. Neumannová je hrdinka. Chlapci na ní nahlízejí především z pohledu výkony a dívky to vědí. Proto může být společným idolem. Nenavozuje žárlivost. Spíš sblížení.

Dívky volily Neumannovou 2x ve 2. ročníku (*„líbila se mi na Olympiádě, jak sportuje“*), 2x ve 4. ročníku (*„líbí se mi, protože vyhrála Olympiádu, dokázala toho strašně moc, kdybych mohla být jako ona, asi bych byla ten nejšťastnější člověk na světě, mám ji ráda, protože jezdíme na hory tam kam ona a jednou jsem ji tam i potkala, že je nejlepší“*), 2x v 5. ročníku (*„hodně slavná žena, která hodně dokázala, myslím si, že je slavná svými reprezentacemi a svými úžasnými výkony, je dobrá“*), 3x v 6. ročníku (*„je velmi dobrá lyžařka, má hodně medailí a je super“*), 3x v 7. ročníku (*„skvělá sportovkyně, strašně ji fandím, jsem na ní hrdá, co předvedla na poslední Olympiádě v Turíně je senzace, byla jsem hrdá, že jsem Češka“*) a 2x v 8. ročníku (*„dobrá běžkařka na lyžích, vyhrála zlatou medaili na OH“*). Ve 3. a 9. ročníku volena nebyla. Ve 3. ročníku se neobjevila žádná jiná sportovkyně, v 9. ročníku byla jednou zvolena tanečnice Kristýna Coufalová (s Romanem Vojtkem vyhrála 1.řadu reality show StarDance). Z dalších sportovkyň se v 2. ročníku, krom Neumannové, ještě jednou vyskytla cvičitelka aerobiku Olga Šípková, v 7. ročníku akrobatická lyžařka Nikola Sudová (*„ten sport se mi moc líbí, chtěla bych jezdit jako ona“*) a herečka, ovšem se sportovními důvody pro její volbu, Sarah Michelle Gellar (*„protože umí dobře hrát, je pěkná a umí bojové sporty a je sportovní typ“*).

10.4.2.4 Nezačleněné ženské idoly

Zbýlých voleb ženských idolů už je jen pár. Neprofilují se do žádné kategorie, jejich jména jsou uvedena většinou jen jednou v rámci všech ročníků, často postrádají i odůvodnění. Nepřikládám jim tedy výrazný význam. Mezi taková patří Božena Němcová, Lucie Bílá a Linda Rybová v 1.ročníku, Jiřina Bohdalová a Tereza Pergnerová (v době vyplňování dotazníků probíhala 1. řada Vyvolených) v 6. ročníku, a ještě jednou Bohdalová v 7. ročníku.

11 Dívčí idoly

11.1 Dívky – ženské idoly

O kategorii „žena hrdinka“ jsem již psala. Je společná chlapcům i dívkám a to nejen v hlavním zástupci kategorie, Kateřině Neumannové, ale i v postoji, který k ní chlapci a dívky zaujímají. Jsou na ni pyšní, je to národní hrdinka. Je na ní nahlíženo téměř výhradně z pohledu výkonu. Ten předčívá vzhled i charakter. Stejně tak je tomu i u zbylých dívkami vybraných sportovkyň. Nejsou to už sice hrdinky, jsou ale (sportovkyně) ušetřeny „přísného dívčího oka“.

Toho nejsou ušetřeny dívkami nejmarkantněji volené kategorie ženských idolů zpěvačky a herečky (do kategorie jsou zahrnuty i moderátorky).

11.1.1 Interpretace obecných dat

Dívkami nejčastěji volenou skupinou ženských idolů byly zpěvačky. Dívky je volily v 61%, 77%, 75%, 62%, 79%, 61%, 50% a 54%, poté následovaly herečky v 22%, 23%, 10%, 23%, 12%, 27%, 35%, 41% a sportovkyně v 17%, 0, 10%, 15%, 7%, 8%, 10% a 3% ze všech voleb ženských idolů, v pořadí od 2. do 9. ročníku.

Tabulka 5

kolik % ze všech dívčích voleb ženských idolů obdržely

	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
sportovkyně	17%	0%	10%	15%	7%	8%	10%	3%
herečky, moderátorky	22%	23	10%	23%	12%	27%	35%	41%
zpěvačky, ženské hudební skupiny	61%	77%	75%	62%	79%	61%	50%	54%

V tabulce uvedené, podle četnosti voleb do pořadí řazené jednotlivé důvody, vypovídají o tom, že dívkami nejčastěji udávaný důvod pro volbu ženského idolu je 3a a 1c. Tato interpretace je jasně daná, čísla podložená. Takové vyhodnocení by ale pro popis vztahů dívek ke svým idolům bylo příliš strohé a nevypovídající. V pozadí důvodů 3a a 1c se může skrývat zajímavá, překvapivá, někdy jasná, jindy spekulativní hra na podkladě interpretací dívčích výroků.

Tabulka 6

pořadí důvodů pro volbu ženských idolů - dívky

		ročník							
		2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
typy důvodů	1a	3.-5.	2.	2.-3.	3.	2.-3.	2.	3.-5.	2.
	1b	2.	4.-7.	4.-7.	2.	4.	4.-5.	3.-5.	3.
	1c	3.-5.	3.	/	4.-9.	/	8.	/	5.-8.
	2a	/	/	/	4.-9.	/	/	/	9.-10.
	2b	/	/	4.-7.	/	/	/	/	5.-8.
	2c	/	4.-7.	/	4.-9.	/	/	/	/
	2d	/	4.-7.	1.	4.-9.	5.-7.	3.	6.-7.	9.-10.
	3a	1.	1.	4.-7.	1.	1.	1.	1.	1.
	3b	3.-5.	/	/	4.-9.	2.-3.	6.-7.	3.-5.	/
	3c	6.	4.-7.	2.-3.	/	5.-7.	4.-5.	2.	5.-8.
	3d	/	/	/	4.-9.	5.-7.	/	/	5.-8.
	3e	/	/	4.-7.	/	/	6.-7.	6.-7.	4.
	3f	/	/	/	/	/	/	/	/

11.1.2 Ženské idoly dívek 2. a 3. ročník

Při výběru zpěvaček a hereček jsou dívky v soudech mnohem přísnější a kritičtější než chlapci. Přeci jen zde jde o „ženskost“ více než u sportovkyň, tudíž o vyšší míru ohrožení konkurencí. Aby byla zpěvačka nebo herečka dívkou skutečně přijata, ne jako rivalka, ale jako obdivuhodný idol, musí splňovat více kritérií než jen dobrý pěvecký nebo herecký výkon. Dívky se více než chlapci zaměřují na posuzování charakterových vlastností, míry sympatičnosti, jednotlivé komponenty vzhledu a způsob expresivity.

Tento trend se objevuje hned od 2. ročníku. V případě, že dívky nehledají negativa nebo nekritizují, kladou důraz na pozitivní sociální charakterové vlastnosti. U Jitky Molavcové vyzdvihují, že „*je hodná, hezká, je s ní legrace*“. Pro Molavcovou v tomto případě ještě významně hraje to, že je sní legrace. To je aspekt, který se důležitostí vyrovná i tomu, že je hodná. O Zuzaně Kánocz „*hraje v jednom z mých nejoblíbenějších filmů, je hodná a milá*“, o Libuši Šafránkové „*říká hezké pohádky*“. Ale o 4x volené Lucii Bílé „*umí hezky zpívat, je hezká, hezky zpívá, jak zpívá, je hezká, milá, hezky zpívá, hezky se oblíká, má občas hezký účesy, ráda se na ní koukám*“, o Daniele Šinkorové „*moc dobrá herečka, je moc srandovní, dělá ze sebe hloupou*“. Zde by se „srandovní“ mohlo dostávat do konfliktu s „*dělá ze sebe*

hloupou“. Všechny důvody uváděla jedna dívka. Otázkou je, co onou „*hloupou*“ měla na mysli? Nejčteněji, 5x (27,8% z voleb ženských idolů) zde byla volena Aneta Langerová. Dívky se o ní vyjadřují bez soudů „*protože hezky zpívá, líbí se mi na ní jak zpívá, ty její písničky jsou báječný, krásně zpívá, jak zpívá, jak zpívá, různé účesy*“.

Stejný trend pokračuje ve 3. ročníku. Nejčteněji, 4x (30,8% z voleb ženských idolů), byla opět volena Langerová. Tentokrát už se sociálním aspektem a plusem v podobě zábavnosti „*je hodná a hezká, jak zpívá, hezky vypadá, hezky zpívá, je hezky oblečená, je zábavná, je fakt dobrá, fandím jí*“. Za ní se usadila 2x volená Lucie Bílá „*je dobrá zpěvačka, je to hezká holka, hezky zpívá, ráda na ní koukám, líbí se mi, jak se oblíká, hezky zpívá, mám ji ráda i proto, že s ní moje maminka kamarádí a je slavná*“. Hezký příklad opatrnosti při chvále vzhledu je důvod pro volbu Adély Gondíkové „*hezky se směje*“ a Lucie Vondráčkové „*má hezké vlasy*“. To, že má Vondráčková hezké vlasy nemusí ještě notně znamenat, že má hezkou třeba i postavu.

Zvrat začíná ve 4. ročníku. Vedle kategorie „žena hrdinka“, která je daná již od druhého ročníku se zde začíná profilovat pět dalších kategorií.

11.1.3 Ženské idoly od 4. do 9. ročníku

11.1.3.1 „Blízká, lidská“

Charakteristické důvody pro volbu ženských idolů spadajících do této kategorie byly pozitivně ceněné vlastnosti týkající se „lidství“, obyčejnosti, blízkosti ke každodennímu „světu smrtelníků“. Těmto ženám nestoupla sláva do hlavy. Důležité je, že si podle dívek na nic nehrají, jsou své. I přesto ale drobné kritice, ze strany dívek, ušetřeny nebyly. Jsou fajn, ale ne bezvýhradně.

Tato kategorie byla ve 4. ročníku reprezentována Anetou Langerovou („*Protože krásně zpívá a má velkou odvahu. Protože zpívala Hříšná těla křídla motýlí, také Voda živa. Mě se na ní líbí, že hezky zpívá a má hezký účes, ale občas když zpívá, tak má hrozný boty, a myslím si, že je oblíbená kvůli tomu, že hezky zpívá. Líbí se mi, jak se oblíká, hrozně se mi líbilo, když vyhrála v Superstar. Líbí se mi na ní, že krásně zpívá, není nic, co by se mi na ní nelíbilo, myslím si, že je tak*

oblíbená, protože byla v Česko hledá Superstar a zvítězila. Je to můj idol, protože skvěle zpívá, je **skromná** a vždy když má nějaký koncert, tak jí na tom velice záleží a je **nervózní**, ale nelíbí se mi na ní, že si neumí prosadit svou, myslím si, že je tak oblíbená, protože skvěle zpívá, jak zpívá, umí dobře zpívat, má pěkný hlas, nezpívá falešně“). Ta zde byla i nejčtetněji voleným ženským idolem, celkem 9x, tj. 45% ze všech voleb ženských idolů.

V 5. ročníku divoká rocková rebelka Avril Lavigne („líbí se mi jak zpívá, je taková **pohodová a svá**“) a Holly Marie Combs („je úplně normální, i když je celkem dost bohatá“). V 6. ročníku opět dominuje Langerová („je **hodná, není namyšlená a stejná jako já, má hezký písničky, úžasné zpívá, přijde mi prostě super, jak zpívá, její hlas a má moc hezký písničky, je tak hodná, pěkně zpívá, jak zpívá, hezky zpívá**“). Usazuje se opět na 1. místě s 11 volbami, tj. 26,2% hlasů z voleb ženských idolů. V 6. ročníku s k Langerové přidává ještě americká zpěvačka Pink („Mám jí ráda, protože se **chová tak, jaká je. Nepřetvaruje se. Mám strašně ráda její hlas. Když si jí poslechnu, vždycky je mi dobře. Dělá to, co chce ona a nekouká na názory jiných**“). V 7. ročníku mezi opět vyhrála Langerová se 7 hlasy, tj. 13,7% ze všech dívčích voleb ženských idolů. Důvody pro její volbu byly následující „**hezky zpívá, zpívá hezky, je přirozená, nedělá ze sebe to co není. Především vyhrála super Star a to znamená, že je opravdu dobrá a krásně zpívá, má krásný hlas. Je to fajn holka, hezky zpívá, je rozumná, hezká, sympatická, příjemná, spravedlivá a hodná, je to pohodová holka, nejvíc se mi na ní líbí, že i když vyhrála Super Star tak ze sebe nedělá nějakou tu fíflenu chová se stejně jako když to byla obyčejná holka. Hezky zpívá, má hezké písničky a je hrozně přirozená, pěkně zpívá, je skromná a umí hezky zpívat, výborná zpěvačka**“. K ní se zde přidává ještě herečka Julia Roberts („je **přirozená, férová, vypadá hezky, připadá mi, že role, který dostává jí nejvíc sedí, má dobrý filmy a je hezká**“). V 8. ročníku se žena v této kategorii nevyskytuje, v 9. ročníku sem spadají opět Langerová („líbí se mi, že si stojí za svým názorem a hezky zpívá“), která ale byla volena jen 1x a 3x volená Julia Roberts, pro jejíž oblíbenost zde hraje to, že je „**sympatická, dostává role ve filmech, komediích, umí to zahrát, myslím si, že nikdo jiný to tak neumí jako ona, líbí se mi jak vypadá, jak hrála v Pretty Woman**“.

11.1.3.2 „Neohrožující“

Ženy v této kategorii jsou charakterizovány tím, že jsou krásné, úspěšné, ale už staré, tudíž nejsou konkurencí, neohrožují. Dívky je a jejich výkony mohou bez rizika, upřímně uznávat. Dívky tento důvod explicitně nikde nevyjadřují, ale je až vtipné, jak často se shodují ve frázi „na svůj věk..“

Ve 4. ročníku byla v této kategorii volena Lucie Bílá („*Mám na ní ráda její zpěv a chtěla bych zpívat jako ona. Myslim, že jí mají lidé rádi kvůli jejímu zpěvu. Líbí se mi na ní, že krásně zpívá, oblíbená je tím, že jezdí po různých koncertech a vystupuje na něm. Je skvělá zpěvačka a na svůj věk skvěle vypadá, určitě je to zkušená zpěvačka, chtěla bych taky tak zpívat, hezky zpívá*“). Celkem byla volena 5x a v četnosti voleb se umístila hned za Langerovou. V 5. ročníku byla 1x volena Madonna („*hezky zpívá, není nafoukaná, není jako některé slavné hvězdy, nenesí nos nahoru, líbí se mi, že stojí na svém, když něco chce*“). Důvody pro volbu by spadaly spíš do předchozí kategorie žen, věkem a typem spíš do této. Nechme jí tedy v 5. ročníku na pomezí. V 6. a 8. ročníku byla Madonna volena opět. V 6. ročníku 5x, čímž se s 11,9% z voleb ženských idolů, umístila na 2. místě hned za Langerovou. V 8. ročníku byla volena 2x. Důvody byly následující „*líbí se mi její hlas a písničky, hezky zpívá, skvěle, bombasticky zpívá, na to kolik jí je tak je dost dobrá, vždycky má originální nápad*“ a „*na svá léta dobře zpívá, hezky zpívá*“. Ze 6. ročníku sem ještě spadá volba modelky Terezy Maxové („*velice krásná, vypadá mladě i na svůj věk, je oblíbená svými úspěchy, krásou, výsledky*“).

11.1.3.3 „Silná“

V 5., 7. a 8. ročníku se vynořuje, v 9. pak graduje typ „silné ženy“. Je to žena silná vnitřně. Osobnost zocelená nástrahami osudu a životními krizemi, které překonala. Tyto nástrahy ji opět (jako u „lidské, blízké“) přibližují „našemu“ světu. Je skoro jako my, týkají se jí světské problémy. Navíc se zde objevují prvky charity. Znamá osobnost ví o světových problémech snaží se pomoci.

Vývoj k typu „silná žena“ bychom mohly pokládat za paralelu k trendu intelektualizace ve výběru mužských idolů u chlapců. Dívky tyto ženy neobdivují z pozice jejich profese (herečka, moderátorka, zpěvačka), ale z pozice člověka, jeho

postoje k životu a jeho činů. O životě těchto žen pravděpodobně hlouběji přemýšlí, možná abstraktně spoluprožívají jejich životní osudy.

V 5. ročníku byla 2x volena Anastacia („*líbí se mi na ní, že je silná a překonala rakovinu prsu a taky pomohla i jiným, taky moc pěkně zpívá, hezky zpívá*“). V 7. ročníku byla 2x volena znovuobjevená moderátorka Tereza Pergnerová („*jak umí dobře moderovat, že dokázala přestat brát drogy, moderuje můj nejoblíbenější pořad Vyvolení, moderuje dobře Vyvolené*“). Otázkou by zde mohlo být, zda přednější důvod pro volbu nebylo moderování právě probíhající reality show Vyvolení, tedy důvod 2b, „oblíbenost skrze“. V 8. ročníku byla opět volena Anastacia („*nádherná barevný hlas dosahující velkých výšek, překonala rakovinu, přesto zpívá dál, velmi hezká, dost ztřeštěná, jako i někdy já, obdivuji její optimismus*“). V 9. ročníku reprezentantek této kategorie voleno celkem šest – 2x Anastacia („*působí na mě silně, jak se dokázala poprat s rakovinou a má krásné, dlouhé vlasy, je správně prdlá, má písně, které si může poslechnout každý, přežila rakovinu, pořad má elán do života, má charisma*“), 3x Angelina Jolie („*jak umí hrát, je krásná, pomáhá lidem v Africe, dobrá herečka, divoká, pěkný rty, sexy postava, dobrá herečka*“), 2x Halina Pawlovská („*umí nosit svoje kila a nestydí se za to, má dobrý humor, má dobré zážitky a rady do života, vtipná, chytrá*“), 1x Eva Holubová („*dostala se z alkoholismu, svoje děti vychovává dost tvrdě proti alkoholu, dobře hraje a je správně praštěná*“), 1x Tereza Pergnerová („*je mi sympatická, hodná, hezká, mám ji ráda, hezky uvádí různé pořady, dostala se z drogové éry, z které se dostala díky svému synovi*“) a 1x Vilma Cibulková („*dostala se z alkoholismu, je dobře prdlá*“).

Vzhledem k tomu, že ženské idoly uvedené v předchozích čtyřech (včetně „*ženy hrdinky*“) kategoriích nejsou v podstatě vnímány jako konkurenty a dívky s nimi doopravdy sdílí sympatie, poskytují nejlepší prostor pro identifikaci. Touha po identifikaci, „být jako ony“, je v těchto případech věrohodná. Stejně tak, jako ocenění pěveckých, hereckých nebo moderátorských schopností a výkonů, vyzdvižená krása, charakterové vlastnosti nebo projevený obdiv.

Zbýlé ženské idoly uváděné dívkami se dělí do následujících dvou kategorií.

11.1.3.4 Oceňovaný výkon – uvěřitelně

Idoly, u nichž dívky posuzují pouze výkon, ale tak výmluvně, že je uvěřitelné, že o něj skutečně jde. Do této kategorie se řadí Dana Morávková („*moje oblíbená herečka, líbí se mi jako Dora v Z pekla štěstí a v současné době jako Andrea v Rodinných poutech, je tak oblíbená, protože měla spoustu rolí*“) ve 4. ročníku, Yveta Blanarovičová („*když hraje v jakém pořadu, tak je s ní sranda a také hezky zpívá, umí také dobře vydávat různé zvuky, je oblíbená, protože je s ní sranda*“) v 5. ročníku, Anastacia („*její úžasnej a hlubokém hlas*“) v 6., Anastacia („*má cool písničky, poslouchám ráda její písně, pěkný písničky*“), Joy Adamsonová („*milovala a pomáhala zvířatům*“) a Pink („*skvělá zpěvačka s bombastickým hlasem, je drsná*“) v 7., Libuše Šafránková („*umí dobře ztvárnit svoje postavy*“), Lucie Vondráčková („*líbí se mi její poslední písnička Vitr*“) v 8. a Peha („*zpívá romantickou hudbu, pěkné písničky*“), Sandra Bullock („*hraje ve filmu, který se mi moc líbí, její obsazení ve filmech, dobrá herečka*“) a Whitney Houston („*má nádherný hlas*“) v 9. ročníku.

11.1.3.5 Oceňovaný výkon – těžko říci, zda uvěřitelně

Do poslední kategorie jsem zařadila ty ženské idoly, jež byly charakterizovány monotónní volbou výkonů, které k jejich profesi automaticky náleží (viz otázka úzu v kapitole „*žena – kočka*“) – výborně zpívá, skvěle zpívá, má super písničky, dobrá herečka, dobře hraje. K těmto důvodům se občas přidružovalo obecné hodnocení vzhledu – dobře se oblíká, je hezká, líbí se mi její postava.

V případě těchto důvodů je těžké soudit, zda doopravdy jde o výkony, zda o pozitivní hodnocení vzhledu, nebo jde-li o zástupné neutrální důvody pro to, co dívky nechtějí, nebo se bojí vyjádřit. Nebo šlo jen o to „něco do toho dotazníku napsat“? V této kategorii bych se dostávala na příliš tenkou hranici se spekulací a misinterpretací, proto uvádím jen výčet udávaných idolů.

Spadají se především zpěvačky z reality show SuperStar - Vaňková, Zemanová, Balogová, v 5. a 8. třídě i Langerová. Dále dívčí kapely Vanilla Ninja, Pussy Cat Dolls, americké popové zpěvačky Britney Spears a Jennifer Lopez, rocková Afrik Lavigne, zpěvačky R'n B Rihanna a Beyonce, herečky Lucy Liu a v 8. ročníku Angelina Jolie, z českých zpěvaček ještě Lucie Vondráčková v 6. a 9. ročníku, Lucie Bílá v 7. ročníku a herečka Daniela Šinkorová.

Všechny ženské idoly zařazené do této skupiny nebyly v příslušných ročnících voleny významně, většinou 1x, výjimečně 2x. Jejich neinterpretování by tedy nemělo ohrozit stabilitu předchozích stanovených kategorií nebo závěry výzkumu.

11.2 Dívky – mužské idoly

11.2.1 Interpretace obecných dat

Ze všech voleb mužských idolů volily dívky, v 2., 3., 4., 6. a 9. ročníku, nejčastěji hudební umělce - zpěváky a mužské hudební kapely. V 2. a 3. ročníku se za zpěváky umístili sportovci, za nimi pak herci. Ve 4. a 7. ročníku sesadili herci sportovce a místa si vyměnili. V 6. a 9. ročníku se herci opět dostávají na 2. místo, sportovci sestupují na třetí příčku.

V 5. a 8. ročníku byla nejčastěji volena skupina herců, moderátorů a komiků. V 5. ročníku se za nimi umístili zpěváci a pak teprve sportovci. V 8. ročníku tomu bylo naopak, v pořadí sportovci na 2. místě, zpěváci na třetím.

Ve volbách mužských idolů, seskupených do základních kategorií dle „oboru“, nelze vysledovat žádnou vývojovou linii tak, jako tomu bylo např. u chlapeckých mužských idolů, kde s růstem věku klesá počet voleb sportovců a roste četnost voleb zpěváků.

Tabulka 7

kolik % ze všech dívčích voleb mužských idolů obdrželi

	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
sportovci	17%	20%	6%	16%	6%	21%	34%	14%
herci, moderátoři, komici	7%	0	25%	37%	32%	19%	40%	32%
zpěváci, mužské hudební kapely	39%	80%	62%	25%	44%	58%	23%	52%

Pořadí důvodů pro volbu idolů je tentokrát výmluvné. Ve většině ročníků se na 1. místě usazuje důvod 3a – umělecký výkon herců a zpěváků. Vzhledem k tomu, že součet voleb skupiny hudebních umělců a herců je vždy vyšší, než procento volených sportovců, je výsledek opodstatněný. Na 2. příčce se nejčastěji umísťuje důvod 1a. Pouze ve 2. ročníku ho předčil a ve třetím vyrovnal důvod 3c. Na 3. příčce

se pak nejčastěji umisťují důvody 1c a 3b.

Tabulka 8

pořadí důvodů pro volbu mužských idolů - dívky

		ročník							
		2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
typy důvodů	1a	/	2.-3.	3.-5.	1.-2.	2.	2.	1.	2.
	1b	/	/	3.-5.	/	6.	5.	/	9.
	1c	3.-4.	/	2.	3.	3.-4.	6.-8.	/	5.
	2a	/	/	/	7.-8.	/	/	/	/
	2b	/	/	/	/	5.	6.-8.	4.-5.	10.
	2c	/	/	6.-7.	7.-8.	9.-10.	9.-10.	/	/
	2d	5.-6.	/	/	5.-6.	7.-8.	6.-8.	6.-8.	6.
	3a	1.	1.	1.	1.-2.	1.	1.	2.	1.
	3b	3.-4.	/	3.-5.	/	3.-4.	3.	6.-8.	3.
	3c	2.	2.-3.	6.-7.	4.	7.-8.	4.	3.	4.
	3d	/	/	/	/	9.-10.	9.-10.	4.-5.	7.-8.
	3e	5.-6.	/	/	5.-6.	/	/	/	7.-8.
3f	/	/	/	/	/	/	6.-8.	/	

/ důvod nebyl volen

Jednoduchá a obecná interpretace tabulky procentuálního zastoupení jednotlivých kategorií mužských idolů v dívčích volbách a tabulky pořadí udávaných důvodů by byla následující. Dívky u herců a zpěváků zdůrazňují nejvíce vnější rysy (1a), dále pak intelektové výkony (3b) a vtipnost (1c). Důvod 3c (sportovní výkon), je významně volen jen ve 2. a 3. ročníku. To souhlasí s tím, že sportovci byly ve 2. a 3. ročníku voleni četněji než herci a znamená, že dívky ve 2. ročníku posuzují spíše sportovní výkony sportovce, než jiné atributy. Dívky ve 3. ročníku už pak posuzují vnější rysy i výkony. Od 3. ročníku se důvod 3c propadá, i přesto, že sportovci se v 7. ročníku dostávají před herce a v 8. je dotahují. Z toho vyplývá, že volí-li dívky (od 4. do 9. ročníku) sportovce, tak ne, primárně, pro jeho sportovní výkony, ale pro důvod, který se v těchto ročnících usazuje na 2. místě (v 5. ročníku dokonce na 1.-2. a v 8. ročníku na 1. místě) – 1a (vnější rysy).

11.2.2 Základem je romantický attachment

Základním a nejvýznamnějším atributem v dívčích volbách mužských idolů je vzhled (tělo, vlasy, oblečení, ..). Oč složitěji interpretovatelný je vztah dívek

k ženským idolům, o to jednodušeji je interpretovatelný k mužským. Dívky své idoly především romanticky adorují. Základní forma romantického attachmentu je u všech dívek stejná – je to eroticky přitažlivý muž. Odchyly nastávají podle toho, k jakému typu muže (idolu) tento erotický attachment dívka chová. Od toho se odvíjí, co vše si k němu a s ním může v myšlenkách představovat a prožívat.

Dívčí mužské idoly nebudu tedy kategorizovat podle toho, co dělají (jsou-li herci, zpěváky nebo sportovci, jak tomu bylo u chlapců), ale podle toho jakou podobu mužství v něm dívky spatřují.

Kučera (2008), interpretuje data z Mikšíčkově diplomové práce (1993) a dívkami volené mužské idoly, které v Mikšíčkově textu zaznívají, dělí do 4 základních kategorií podle, jak říká, „*ideálního (?) genetického pořadí*“ (s. 362). V podstatě podle toho, do jaké role si dívka idol postuluje a co si ve vztahu k němu dovoluje. Nechala jsem se Kučerovými kategoriemi inspirovat.

11.2.2.1 „Svalovci“

Kategorie svalovců je kategorií opravdových, urostlých, „dobře stavěných“ mužů. Reprezentantem se v mém výzkumu stal Roman Šebrle.

Kučera o svalovcích píše: „*Tento typ opravdu připomíná renesanční podoby antických bohů a polobohů (např. Hérakla). Přístup ke svalovci je zde velmi smyslný, ale zůstává pohledem, je oddálený a regulovaný. Sexuální touha je pak příběhem převedena do snové podoby záchrany dívky před úplně jiným nebezpečím, z jiné strany, od jiných tvorů*“ (Kučera 2008, s. 363).

Šebrle splňuje všechny podmínky vzhledu, navíc je ještě všestranně schopný (dělá přeci desetiboj), což je další paralela s požadavkem na antického boha. Další z Šebrleho „navíc“ je to, že je úspěšný sportovec Čech. K zbožňování jeho těla se tedy přidává národní hrdost a ta má sílu, jak bylo možno vidět u Kateřiny Neumannové.

Všechny tyto atributy ho postulují do role Boha víc, než kohokoli jiného. Dívky ve svých výrocích potvrzují Kučerova slova o regulovanosti vztahu k takového idolu tvořené z respektu k jeho dokonalosti. Šebrle není jen zbožňován, je zbožšťován.

Volen byl 1x ve 3. ročníku („výborný sportovec v desetiboji“), 1x v 5. ročníku („je svalnatý a krásný“), 4x v 6. ročníku („je sportovec a machr, krásný

chlap, vyhrál hodně medailí, umí skákat přes tyč a vždycky je první nebo druhý“), 2x v 7. ročníku („geniální chlap, svaly úplně in, má pěkný tělo“), 2x v 8. ročníku („líbí se mi jak vypadá, nejen v obličeji, dobrý sportovec, je skvělejší a skoro vždycky přiveze medaili z Olympijských her“) a 4x v 9. ročníku („má krásnou, svalnatou postavu, obdivuju ho, protože dělá hodně sportů, líbí se mi jako chlap, obdivuju jeho výdrž při sportech, dokáže reprezentovat naši republiku“).

Další z reprezentant skupiny svalovců je Martin Maxa. Oproti Šebrlemu je v této kategorii ale „břídil“. Bohu odpovídá tělem a hrou na kytaru (2x volen v 5. ročníku - „*má hezký svaly a hraje na kytaru, krásný*“), jenže božský není bezvýhradně („*líbí se mi na něm vše, ale jeho písňe se mi nelíbí*“ – důvod pro volbu v 6.ročníku).

Na pomezí mezi svalovci a ideálními partnery (kategorie jejíž popis následuje) se nachází drsníci Arnold Schwarzeneger a Bruce Willis. Na svalovce jsou moc hříšní, nečistí (ve filmech většinou bojují, Willis občas hraje padouchy, má strniště, jeho tělo není hladké). Jako ideální partneři by dívku dokázali zabezpečit, jsou ale staří. Něco přitažlivého na nich ale je, že by zkušenost? Schwarzeneger a Willis byli v Mikšíčkově výzkumu, uskutečněného před 10ti lety voleni dívkami poměrně často. U mě byli voleni jen v 7. ročníku, každý po jedné volbě. 6ádný jiný hrdina, typově je alternující se v mém výzkumu nevyskytuje. Drsníci momentálně nejsou v kurzu.

11.2.2.2 „Milenec vrstevník“

Milenec vrstevník je v Kučerově kategorizaci charakterizován jako „*jemný, něžný milenec, vrstevník dívky, roztomilý DiCaprio. Zde už jde o lásku, o milostný román, možná raději nešťastný a nevyžadující defloraci, nebo nanejvýš šetrnou*“ (s. 361). Jeho jediným reprezentantem je Leonardo DiCaprio.

Ve volbách mých respondentů se DiCaprio objevil pouze jednou – 1 dívka v 9. ročníku („*umí hrát*“).

Kategorie „milence vrstevníka“ zůstává zachována i ve vyhodnocení mých dotazníků, obsahově se trochu posouvá. U dívek se vyprofilovaly 3 základní kategorie:

11.2.2.2.1 „Vtipný krasavec“

Tento typ je jádrem DiCapriovi asi nejpodobnější. Milenec tohoto typu už není tolik reprezentován romantikou, jeho šarm a přitažlivost spočívají především ve vtipu, kráse a výkonu.

Zde se dokončuje kapitola „Komici“, na jejímž konci se odkazují na pozdější rozbor specifické skupiny mužských idolů volených pro kombinaci vtip – krása.

Nejadekvátnějšími nástupci DiCapria by byly Orlando Bloom a Johnny Depp. Ne takovým šlágreem jako Titanic, ale novým a oblíbeným filmem v době vyplňování dotazníků byl film Piráti z Karibiku, kde Bloom s Deppem hráli hlavní role. Z pozice svých filmových rolí tedy splňují požadavek romantična, zároveň i vtipu, který u nich dívky vyzdvihují. Ostatní zástupci už jsou pak „jen“ vtipní, romantiku si s nimi dívky musí vytvořit samy.

První zástupce této kategorie se objevuje ve 4. ročníku, je jím Orlando Bloom („*vždycky svou roli hraje výborně, skoro pořád se o něm píše*“). V 5. ročníku je 1x volen Johnny Depp („*má smysl pro humor, hraje ve filmech, které se mi líbí*“). Z českých herců se zde poprvé objevují a pak už permanentně opakují současné hvězdy teenagerovských komedií Jíří Mádl („*jak hraje ve filmech, je s ním sranda a má smysl pro humor*“) a Vojta Kotek („*hezkej herec, dobrej herec, mladý, bydlí v Karlštejně*“ – dostupnost idolu nejen věkově!). V 6. ročníku je volen 4x Bloom („*je to krasavec, hraje v mých oblíbených filmech, je zábavný, je sním sranda*“), 4x Depp („*hrozně se mi líbí, je nejkrásnější na světě, je úžasnej a hraje v supr filmech, je vtipný*“), 3x Mádl („*má srandovní vtipy, hraje v pěkných filmech, takový srandovní kluk*“), 2x Leoš Mareš („*je hezký, hezky zpívá a moderuje, líbí se mi on a jeho písničky*“) a 1x Jíří Langmaier („*vtipnost a je hezký*“ - věkově už sice není nejbližší, vzhledově ale ještě pořád ano). V 7. ročníku byl volen 3x Depp („*dobrý herec, nejlepší herec na světě, umí dobře hrát*“), 3x Mádl („*má krásný vzhled, je to pěkněj, mladej kluk, zábavný, je super, krásnej, vtipněm, moc se mi líbil ve filmu Snowboardáci*“) a 2x Kotek („*má krásný vzhled, hezký, zábavný, dobře hraje s Jirkou Mádlem*“ – osobní pojmenování Mádla). V 8. ročníku byl volen 2x Mareš („*jak vypadá a jak moderuje Eso*“ – v Eso se Mareš snaží „sekat“ jeden humor za druhým) a 1x Mádl („*strašně hezkej a dobrej herec*“). V 9. ročníku byl volen 3x Depp („*výborném herec, je moc krásný, hezkej, výborném herec, podle mě se hodí všude*“), 2x Mareš („*vtipně moderuje SuperStar, nejlepší moderátor*“), 1x Mádl

(„bavič, pěknej kluk“), Kotek („fakt dobrej a roztomilej herec“) a Matěj Rupert („má skvělejš hlas, je strašně příjemněm a sympatickej, má smysl pro humor“).

11.2.2.2 „Milenec ze SuperStar“

Na vtipného krasavce velmi úzce navazuje kategorie SuperStar. Obě kategorie se shodují v tom, že jsou jejich reprezentanti dívkami vnímány jako vrstevníci, tedy „možní“, blízcí. Idoly ze skupiny SuperStar jsou dívkám dokonce ještě bližší. Jsou to zpěváci, kteří vzešli z našeho světa a prostřednictvím mas mediální show se z nich stali hvězdy. Tedy z některých. S jinými se fanynky musely v průběhu soutěže rozloučit, protože neobstáli. Show byla tolik zaměřena na vtažení diváků do děje, že docházelo k okamžité tvorbě fanklubů nových idolů, získávání informací, hysterickému fandění, posílání SMS hlasů atd. To vše se, v tak silné míře, týkalo především dívek. A hlavně se to vše rodilo a padalo s aktuální účastí v soutěži. Např. druhanda o Filipu Jankovičovi „nádherně zpívá, byla jsem jeho velká fanynka, byl to můj velký idol“. Málokdo, se na nebi populárních hvězd udržel – s odvoláním na výsledky mého výzkumu tvrdím, že jedinou významnou, tvořící stálicí z repertoáru SuperStar je Aneta Langerová.

Proto, že se hvězdy SuperStar se formovali rychle jen dočasně, nejsou důvody pro jejich volby nijak zajímavé. Tam, kde důvody pro volbu neuvádím se monotónně opakovalo „dobrý zpěvák, hezky zpívá“ a občas „je hezkej“.

Milenci vrstevníci byli voleni až od 4. ročníku. SuperStar jsou zastoupeni hned od druhého, již zmiňovaným Jankovičem, dále 1x voleným Romanem Lasotou a Vlastimilem Horváthem. Ve 3. ročníku byl volen 1x Ali Amiri a Tomáš Savka. Ve 4. ročníku David Spilka, Petr Bende („mám ho ráda, protože má krásný hlas a myslím si, že ho mají lidi rádi, i když nevyhrál SuperStar“), a Horváth („líbí se i mému bratrovi, krásně zpívá, také vyhrál v Super Star, je hezká a milá, prostě hodný kluk“). V 5. ročníku byl 1x volen pouze vítěz 3. ročníku soutěže Horváth. V 6. ročníku Spilka, Michael Foret („má hezký hlas a trochu vypadá jako můj strejda“), 3x vítěz 2. ročníku Sámer Issa a 2x Horváth. V 7. ročníku idoly SuperStar graduji – 4x volen Zbyněk Drda, 2x Spilka, 1x Savka, Kopečný a Bende. V 8. ročníku se SuperStar neobjevuje ani jednou, v 9. je 4x volen Drda („krásně zpívá, má krásný oči, pěknej kluk, pěknej blodáček“), 1x Aleš Burket („má rád stejnou muziku jako já“) a Spilka („je prostě hustej“).

11.2.2.3 „Tokio Hotel“

Tato rocková teenagerovská kapela z Německa uzavírá trojúhelník milenců vrstevníků. Představuje opak k uhlazeným představitelům SuperStar, kteří se snaží vyjít s každým v dobrém, působit jako sympatáči za každou cenu, vždyť potřebují hlasy do soutěže a k vtipným krasavcům – vtip se ve světě rocku nenosí, ve světě rocku jsou drsníci.

Byli voleni 1x ve 4. ročníku, 2x v 6. ročníku, 5x v 7. ročníku (*„líbí se mi na nich jejich tvrdý a tajemný vzhled, mají super písničky, hustý, hezky zpívají, dobrá skupina, hezcí kluci“*) a 2x v 8. ročníku (*„jsou moc hezký, sluší jim piercingy, hezky zpívají, hrajou na kytaru“*). V 7. ročníku byl ještě 2x volen Bill (*„je krásný, strašně pěkná image, je prostě cool, má hezkou image“*), hlavní protagonista skupiny.

11.2.2.3 Dospělý milenec

„...mají nějak navrch (věkově, citově, často i vzhledově), ale mohli by při vhodné domestikaci přejít buď do atraktivního ochránce nebo i manžela a otce dětí“ (Kučera, 2008, s. 363).

Dívky pro volbu takových idolů nevolí žádné extrémně silné, afektivně zabarvené argumenty. Ty by přeci taky pro potencionální partnerský vztah nebyly dobré, byly by rušivé. Silný cit, v podobě zamilovanosti, sice na začátku bývá, časem ale slábne. Ve vztahu jde především o ukotvení, jistotu a harmonii.

Nejtypičtějším, podle dívkami udávaných důvodů, a nejčastěji voleným reprezentantem byl Brad Pitt. V 5. ročníku byl volen 1x (*„je hezký, má hezké oči, rád bojuje s bojovníkama, ve filmech má romantiku“*), v 6. ročníku 3x (*„je hezký, má hezké filmy, jeho obličej a jak hraje ve filmech, je pohledný“*), v 7. ročníku 2x (*„je dobrý herec“*) a v 8. ročníku 3x (*„výborný herec, jak se stará o svoji rodinu, krásný, oblíbený, má charisma“*).

Pitt v této kategorii není sám. Typově sem spadá ještě Drew Fuller volený v 5., 6. a 8., ročníku a Ben Affleck volený v 6. a 8. ročníku, v 9. ročníku ho alternuje volba Toma Cruiseho.

11.2.2.4 „Idol na pomezí - Milan Baroš“

Do kategorie svalovců by skoro spadal tělem - pěkné, vypracované, sice ne obrovské jako u Šebrleho a Maxy, ale nevadí. Problém je vtom, že po něm dívky touží sexuálně – to si po svalovcích nedovolují. Touto „dotekovou“ sexuální přitažlivostí by se řadil do kategorie dospělých milenců. Svým chováním nevyzrálým chováním, milenkami a večírkovými excesy ale neodpovídá chování dospělého milence. Takové chování si může dovolit ještě nevyzrálý milenec vrstevník, od nějž dívky žádné velké životní jistoty neočekávají. Tímto by se mohl řadit do milenců vrstevníků, ale nastává opět v případě sexu. Dívky od vrstevníků sex nechtějí. A když, tak skrytě, ne v tak explicitně vyjadřované formě jako u Baroše. Tímto začarovaným kruhem důvodů se Baroš dostává na pomezí všech třech kategorií.

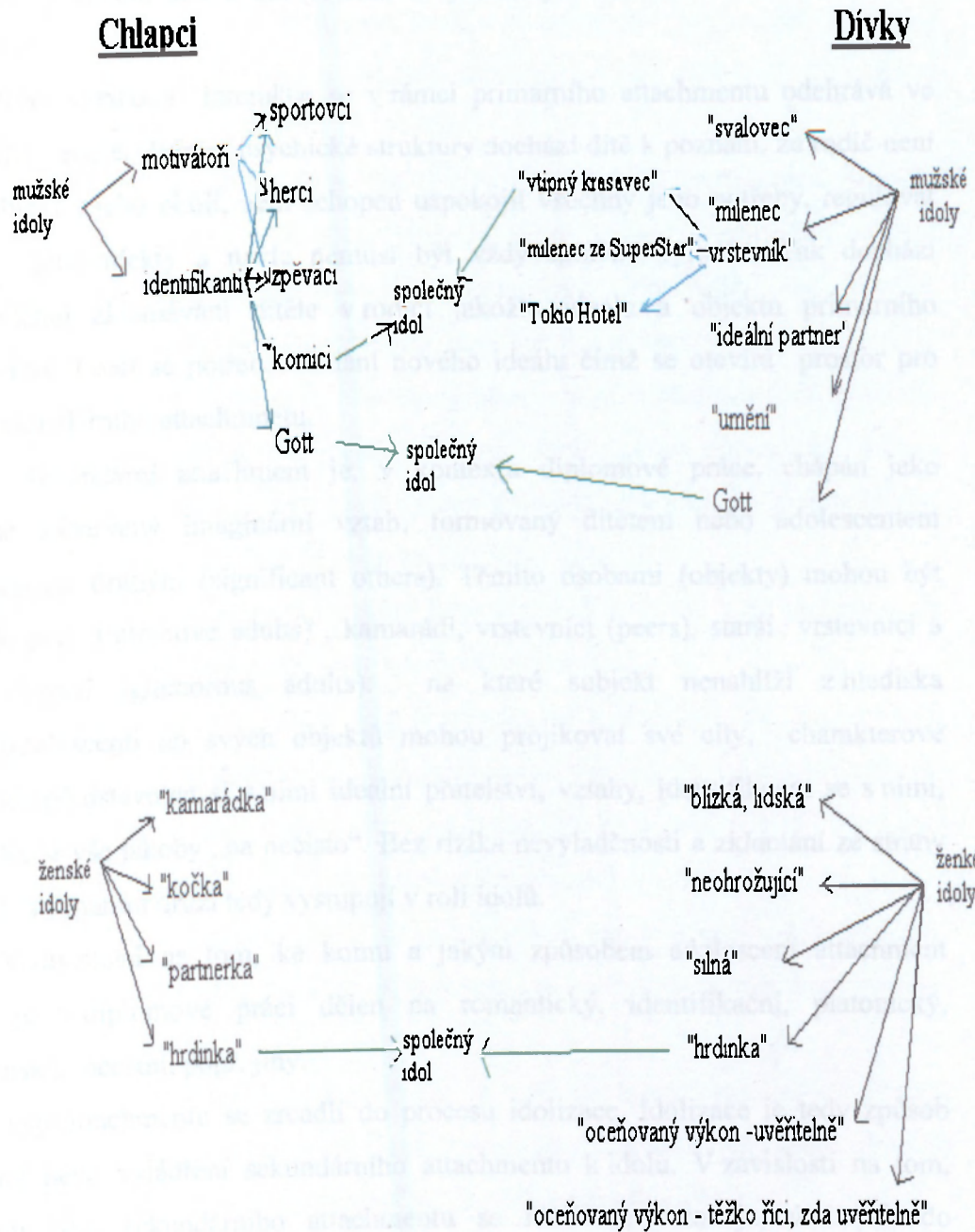
V 7. ročníku byl volen 6x (*„pěknej a šikovnej fotbalista, hezkej a dobře hraje, nejlepší, můj oblíbený fotbalista, nejvíc dává góly, pěknej a šikovnej“* – šikovný na co?). V 8. ročníku 2x (*„můj nejoblíbenější fotbalista, výborný fotbalista“*), v 9. ročníku 5x (*„pěknej chlapec, hraje dobře fotbal, hezkej, skvělý tělo, celej krásnej, má sexy tělo, milý úsměv, je to sportovec a to maj ženy rády“*)

11.2.2.5 „Umění“

Poslední Kučerova kategorie je charakterizována jistým posunem k intelektualizaci voleb. Tento trend je u voleb dívek mého výzkumu pozorovatelný, ne však v rámci herectví, jako u Kučery, ale v kontextu hudby. Dívky silně vyznávají hip hopové kapely a jako hlavní důvod pro jejich volbu udávají kvalitu a obsah textů písní.

V 7. ročníku dívky volily jen černošského rappera 50 cent (*„má krásný vzhled a nádherný hlas“*), 8. ročníku už to byl 50 cent (*„skvělá hip-hopová muzika“*) a Ježíš (*„správněj hip-hoper“*), 9. ročník volba hip hopu graduje. Voleni byli 3x Indy a Witch, 2x Eminema, Kontrafakt a Orion. 1x Chrise Browna, Divokej Západ, Gipsy a Chaozz. U všech interpretů byly shodně vyzdvihovány *„dobrý texty, skvělý texty“*, *„výborná hip-hopová kapela“*, pouze u Browna se přidružil ještě tanec *„umí tancovat hip-hop“*.

12 Schématické znázornění typů idolů



13 Diskuze

Záměrem teoretické části diplomové práce je terminologické ukotvení problematiky vztahů dětí a adolescentů k významným osobám v období dětství a adolescence.

První vztahová interakce se v rámci primárního attachmentu odehrává ve vztahu dítě - rodič. Zráním psychické struktury dochází dítě k poznání, že rodič není jediný objekt v jeho okolí, není schopen uspokojit všechny jeho potřeby, regulovat všechny jeho afekty a navíc nemusí být vždy správně vyladěn. Tak dochází k postupnému zklamávání dítěte v rodiči jakožto ideálu a objektu primárního attachmentu. Tvoří se potřeba hledání nového ideálu čímž se otevírá prostor pro tvorbu sekundárního attachmentu.

. Sekundární attachment je, v kontextu diplomové práce, chápán jako emotivně zabarvený imaginární vztah, formovaný dítětem nebo adolescentem k významným druhým (significant others). Těmito osobami (objekty) mohou být blízcí dospělí (attractive adults), kamarádi, vrstevníci (peers), starší vrstevníci a slavní dospělí (glamorous adults). Na které subjekt nenahlíží z hlediska

Adolescenti do svých objektů mohou projikovat své city, charakterové vlastnosti, představovat si s nimi ideální přátelství, vztahy, identifikovat se s nimi, vyzkoušet si vše jakoby „na nečisto“. Bez rizika nevytlačení a zklamání ze strany druhého. Významní druzí tedy vystupují v roli idolů.

V závislosti na tom, ke komu a jakým způsobem adolescent attachment chová, je v diplomové práci dělen na romantický, identifikační, platonický, příbuzenský, incestní, popř. jiný.

Typ attachmentu se zrcadlí do procesu idolizace. Idolizace je tedy způsob prožívání nebo vyjádření sekundárního attachmentu k idolu. V závislosti na tom, k jakému typu sekundárního attachmentu se idolizace vztahuje, ústí pak do identifikace, erotické adorace, crushu, popř. tvorby skupin na základě zbožňování stejného idolu.

Teoretická část práce slouží především jako teoretický a terminologický podklad pro zpracování části empirické.

Empirická část vychází z opakovaně zadaného dotazníku žákům ZŠ Loděnice, ve 2. až 9. třídě v letech 2006 a 2007. Dotazníková otázka zněla: „*Které máš nejoblíbenější známé osobnosti? (herci, zpěváci, sportovci ...). Zkus napsat, co se Ti na nich líbí, případně proč si myslíš, že jsou tak oblíbení.*“ Byla shodná s otázkou zadávanou Mikšíčkem v roce 1997, který se ve své diplomové práci na problematiku idolizace zaměřil. Jeho výzkumný vzorek ale tvořili pouze žáci 6.-9. třídy jedné pražské základní školy.

Při porovnání výsledků dotazníků z roku 2006 a 2007 jsem nezaznamenala signifikantně progresivní rozdíl, proto jsem výsledky dotazníků sloučila a v celé zbylé diplomové práci s nimi pracuji jako s celkem. Dotazníky jsem spojila. V případě školních stupňů, z tohoto důvodu, nehovořím o třídách, ale o ročnících.

Empirická část je zaměřena na kategorizaci idolů z různých úhlů pohledů. Základní dělení idolů připadá na mužské a ženské. Idoly, které v dotaznících zbývají reprezentují skupinu fantazijních idolů (nereálných, často komikové postavičky) a smíšených skupin (hudební kapely zastoupené muži i ženami).

Podle profese 3 kategorie – sport, herectví, hudba. Idolů, kteří by sem nešli zařadit je minimum a jejich volby jsou interpretovány zvlášť.

Podle toho, jak se dívky a chlapci k ženským a mužským idolům vztahují, vznikají pod - kategorie mužských a ženských idolů, v závislosti na vztahu pohlaví idolu – pohlaví respondenta. Jiné podkategorie tvoří dívky u ženských idolů, chlapci u ženských idolů, chlapci u mužských a dívky u mužských idolů.

Předchozí dvě kategorizace vznikají na základě mnou provedené interpretace výsledků sebraných dotazníků. Připouštím, že taková interpretace může být ohrožena jistou mírou subjektivity.

Objektivní analýza dat je tvořena na základě interpretace pořadí důvodů udávaných pro volbu idolů (stanovila jsem pevně dané schéma kategorizace důvodů) a interpretace procentuálního zastoupení profesních kategorií idolů.

Chlapci a jejich mužské idoly. V kapitole 9. třída sportovci dělím sportovce na motivátory a identifikanty. Při zpětném pohledu na chlapecké volby mužských idolů docházím k závěru, že tyto dvě skupiny mají, v chlapeckých volbách, mnohem větší význam a širší záběr, než pouze jako kategorizace sportovců. Hlavní hnací silou, ve volbě konkrétního mužského idolu, je pro chlapce výkon (to jak je idol

v něčem dobrý). Chlapci chtějí být dobří jako oni. Na základě „chtění“ je pak možné idoly dělit podle toho, k čemu chlapcům v procesu dosahování jejich vlastních výkonnostních úspěchů slouží.

V případě idolu **motivátora** nejde v podstatě o idol jakožto celek, ale o část jeho osobnosti. A to o tu, která mu pomohla dosáhnout takových úspěchů. Taková motivace se často odehrává „mezioborově“. Chlapec je hnaný obdivem k tomu, co idol, např. díky své pílì, vytrvalosti, odhodlání, vtíravosti atd., dokázal. Touží dokázat to samé, ale ve své oblasti zájmů. Nechce být jako idol, chce mít jen tolik vůli jako on (selektivní identifikace). Zde ze strany žáka dochází ke vztahu **„já dopředu hnaný tebou“**. Takové motivy se často vyskytují až v důvodech starších chlapců (6. třída a později). Souvislost by mohla být s kognitivním zráním, posunem k intelektualizaci a větší selektivitě ve výběru obdivovaných vlastností. Možná, v mysli chlapců, dochází k větší kritičnosti vůči idolu, proto se s ním chlapci neidentifikují jako s celkem. To ale z výpovědí není jasné. Chlapci své izosexuální idoly v dotaznících nesoudí. Dívky ano!

Druhou skupinou mužských idolů jsou **identifikanti**. V tomto případě chce chlapec být jako idol, identifikovat se s ním – neselektivně, jako s celek. Taková touha nabývá dvou podob. První je **„já jako ty a na tvém místě“**. Tato forma identifikačního attachmentu je vůči idolu trošičku zákeřná. Projevuje se touhou být jako idol se vším všudy, tedy i mít to co idol. V případě, že chlapec dosáhne idolových kvalit, chce mít i jeho slávu. Ovšem na „trůnu“ pro dva místo není. Začne tedy usilovat o idolovo sesazení a absolutní nahrazení jeho místa sebou samým.

Druhá forma je charakterizována touhou **„já jako ty a vedle tebe“**. Chlapec chce dosáhnout idolových kvalit, nechce ho ovšem nahradit. Na to má k idolu přílišný respekt. Takové touhy se objevují především u skupin a jejich vůdců. V mém výzkumu se dají pozorovat u chlapců v 8. ročníku, kde často hovoří o obdivu k rebelujícím hip hopovým zpěvákům, protestujícím proti společnosti. Zpěváky obdivují, ale na jejich místo by nechtěli, na to nemají tu potřebnou odvahu (kterou idol má). Idolova záštita je též ochranná (viz kapitola ... - chlapci, alkohol a alibizmus v podobě idolizace).

Tyto tři podoby vztahů se promítají ke všem kategoriím chlapeckých mužských idolů – sportovcům, hercům, zpěvákům i komikům.

Zajímavým postřehem, při porovnání výsledků Mikšíčkova (1993) a mého výzkumu (bez statistické kontroly), je viditelný rozdíl v typech chlapeckých, nejčteněji volených, mužských idolů. Pozor – pořadí sestavené podle četnosti voleb idolů, v jednotlivých ročnících, nemusí odpovídat pořadí nejčteněji volených kategorií idolů a naopak (př. Baroš volen 5x, je ale jediný volený sportovec ve třídě. Deset různých zpěváků je každý volen 1x. Baroš vyhrává v četnosti voleb idolů, zpěváci v četnosti voleb kategorie).

Na předních příčkách v četnosti voleb se v Mikšíčkově výzkumu, od 6. do 8. třídy, umístili především akční herci, svalovci (Schwarzenegger, Stallone, Willis, Banderas), poté hokejisté (Hašek, Jágr). Devátá třída byl krom hokejisty Haška a desetibojaře Dvořáka na předních pozicích orientována především intelektuálně politicky. V výsledcích mého výzkumu se na předních příčkách v četnosti voleb, od 2. až do 9. ročníku, jednoznačně umístili fotbalisté. Především Baroš, Čech, Rosický, Nedvěd, Ronaldinho a Beckham. Významně se mezi nimi na prvních příčkách v každé třídě objevoval jen hokejista Jágr.

Jágr tedy zůstává hokejovou stálicí, zatímco velké svalovce, s odstupem deseti let na předních příčkách nahradili, šlachovití, „vyšvihání“ fotbalisté – co se somatotypu týče. Posun je ale i v celkovém povaze idolu. Fotbalisté v dnešní době už zdaleka nejsou jen fotbalisté. Jsou to značkově oblečení, načesané, opálené módní ikony. Fotbal zasahuje do více oblastí, než zasahovali svalovci (ti jen hráli). Fotbal a jeho kultura jsou v současné době životním stylem.

Nové trendy posouvají hranice toho, co je mužské a žádají si nové pojmy. Důkazem je např. metrosexuál. Trend poctivé péče o tělo a vzhled, původně typický ženské chování, je krom fotbalistů, evidentní i u všech typů milenců a ideálního partnera. Dnes je tento trend i mužský, nevnímaný nijak anormálně, ženami, jak vidno, vyžadovaný. Muž už asi nemusí být tolik ochránce, jako voňavý hezoun. Do vtipné absurdity je takový rys doveden hlavním protagonistou kapely Tokio Hotel, Billem, který se stylizuje do role rockera, dívky ho pro jeho piercingy a rockerství zbožňují, zatímco nevidí, že Bill je vzhledem a chováním žena víc, než jakýkoli romantický milenec.

Skupina svalovců a akčních herců mezi „mými“ chlapci a jejich volbami mužských idolů nemizí, jen je volena podstatně méně čteněji než u Mikšíčka. Do skupiny volené pro „hlubší“, intelektuální důvody u Mikšíčka spadají především

politici a herci typu De Niro, Hoffman, Nicholson. Skupina intelektuálních voleb se výrazně rýsuje i v mém výzkumu, je ale zastoupena hudebními interprety undergroundu a hip hopu. Zpěváci se ve volbách Mikšíčkových chlapců téměř vůbec nevyskytují.

Dívky a jejich mužské idoly. Vztah dívek k mužským idolům se odehrává především v podobě romantického attachmentu. Ke kategorizaci volených idolů jsem použila Kučerovu interpretaci Mikšíčkových dat. Kučera stanovuje čtyři základní kategorie mužských idolů vyskytujících se v dívčích volbách. A to „*svalovec*“, „*milenec vrstevník*“, „*dospělý milenec*“ a „*herecké umění*“.

Tyto základní kategorie typologicky souhlasí s typy idolů volenými dnes. Mění se jen jména jejich zástupců a četnost jejich zastoupení.

Na největší síle a rozmachu v současnosti nabývá „*milenec vrstevník*“. U Mikšíčka byl bezkonkurenčně jediným reprezentantem Leonardo DiCaprio (tuto kategorii Mikšíček stanovil jen kvůli němu a pro něj).

DiCaprio vyhrál, v 6. -9. ročníku, na plné čáře s četnostmi 34%, 33%, 28% a 44% ze všech dívčích voleb mužských idolů. V mém, 6. – 9. ročníku se u dívek na prvním místě vytvořila zajímavá směsice. V 6. ročníku byl nejčtetněji volen Karel Gott (7,9%), v 7. ročníku Milan Baroš (7,1%), v 8. ročníku Brad Pitt (8,6%), v 9. ročníku se na 1. a 2. místě shodně umístili Milan Baroš a Vin Diesel (každý 5,9%). Jak je vidět, nabídka masmediálního trhu v současnosti vlivnou celebritu, která by byla uniformě a většinově dívkami, z 2. stupně ZŠ, zbožňována. U mladších dívek, mého výzkumu, je situace odlišná. Zde se většinový idol nachází. Ve 2. ročníku je to Michal Nesvadba (21,7%), následovaný Karlem Gottem (13%), ve 3. a 4. ročníku je vítězem v četnosti voleb Karel Gott (40% a 31,2%), ve 4. ročníku se na 1. místě usazuje 5 idolů (8,3% voleb každý).

„Rozdrobenost“ dívčích voleb si vyžádala jemnější členění kategorie „*milenec vrstevník*“. Děním ji na „*Vtipné krasavce*“ (mladící s humorem a občas romantikou), „*SuperStar*“ (silně volená skupina účastníků reality show SuperStar) a „*Tokio Hotel*“ (zástupci teenagerovských rockových kapel).

Stálíci v reprezentaci kategorie „*ideální partner*“ je Brad Pitt. U mě i Mikšíčka se nacházel v horní polovině četnosti voleb. Odpadlého Mikšíčkova Toma Cruiseho u mě nahrazují Drew Fuller a Ben Affleck.

Stejně jako u chlapců, se i zde projevuje propad akčních hrdinů. Zatímco zástupci „*svalovců*“ u Mikšíčka byli právě oni, v mém výzkumu tuto kategorii reprezentuje sportovec Roman Šebrle.

Do skupiny „*herecké umění*“ dle Kučery spadají volby herců typu de Niro. Při pohledu do Mikšíčkova rozepsaného vyhodnocení dotazníků jsem zjistila, že idolů, kteří by se do tohoto „uměleckého“ proudu řadilo je zde oborově víc – zpěvák Kurt Cobain a Jim Morrison, spisovatel Ernst Hemingway aj.

V mém výzkumu se tato kategorie profiluje opět ve stylu hip hopu a vyznávání kvality textů jejich revoltujících písní (nejsilnější vyznavačství hip hopu, spolu s undergroundem je u chlapců v 8. ročníku. V 9. ročníku hip hop u chlapců téměř úplně mizí, ale dosahuje vrcholu vyznávání u děvčat). Z důvodu velké variability možných zástupců a možných vyzdvihovaných intelektuálních výtvorů (kniha Hemingwaye proti textu písně hopera Gipsyho), nazývám tuto kategorii jen „*umění*“.

Dívky na mužské idoly nenahlízejí stejně jako chlapci. Zatímco chlapci své idoly volí především na základě výkonů a vztahují se k nim ze strany motivace nebo identifikace a následné substituce či ko-existence (ve smyslu žít vedle sebe), dívky se ke svým mužským idolům vztahují ze strany ideálnosti a přitažlivosti jako partnera, zůstaneme-li při popisném vystižení obsahu vztahu, v rovině „*já s tebou, my dva spolu*“.

Z předešlého vyplývá **obtížnost stanovení ekvivalentní kategorizace** pro vyhodnocení typů mužských idolů chlapců a mužských idolů dívek. Stejně tak pro ženské idoly chlapců a ženské idoly dívek, jejichž diskuze následuje. Nebo dokonce pro všechny čtyři kategorie najednou.

Obtížná stanovitelnost společné kategorizaci mužských idolů dívek a chlapců, ovšem neznamená, že jejich volby stojí separovaně vedle sebe. Preferenční volby mužských idolů chlapců a dívek spolu souvisí a interagují. Dívky mají rády Baroše, chlapci by velmi často chtěli být jako Baroš. Otázkou je, zda chlapci reagují na dívčí touhy, nebo dívky na chlapeckou identifikaci? Nebo zda dívky i chlapci jen společně reagují na aktuální nabídku typů popularizovaných celebrit.

Společnou volbu dívek a chlapců představovali Karel Gott, Aneta Langerová, komici (herci, herečky, zpěváci, zpěvačky, moderátoři – všechny typy idolů, bez ohledu na profesi, u nichž je pro volbu zmiňován vtip) a Kateřina Neumannová.

Karel Gott byl intenzivně volen především nižších ročníků a hlavně dívkami i chlapci shodně udávanými důvody. Gottova volba může představovat imitaci rodičovské volby, způsob pro zprostředkování identifikace s rodičem (dítě se identifikuje s volbou rodičovského oblíbence) a nebo jako prostředník a facilitátor ve vztahu dívek a chlapců (dívký volí Gotta, chlapci proto také, aby měli něco společného). Tuto poslední roli, jako jednu ze svých funkcí, naplňuje též Aneta Langerová. Volba Langerové byla navíc umocněna aktuální popularitou soutěžní televizní reality show SuperStar, jejíž vítězkou se stala.

Komici a Kateřina Neumannová jsou chlapci i dívkami voleni intenzivně v průběhu celého věkového spektra 2. až 9. ročníku. Chlapci z důvodu vtipnosti volí téměř výhradně mužské idoly. Dívky vtipnost, jako důvod pro volbu, uvádějí u mužských i ženských idolů. Četněji u mužských idolů, přesto ale ne více než chlapci.

Vtip ve vztazích dívek a chlapců hraje důležitou roli. Usnadňuje komunikaci, zlehčuje tíhu situace (při oťukávání chlapců a dívek většinou nervózní a žinantní), umožňuje sblížení prostřednictvím toho, že chlapec dívku rozesměje. Rozesmátá, pobavená dívka je jakoby odzbrojená. Dává chlapci najevo souhlas (hlavně k přiblížení), ale bez rizika tam toho (vztahu nebo sexu). Ve vtipu jde o přiblížení ne o sblížení. Dívky chtějí být baveny a chlapci v tom chtějí být dobří.

Kateřina Neumannová nebyla volena ani tak jako žena, ale jako „*hrdinka*“. V době vyplňování dotazníků vyhrála zlatou medaili na OH, čímž zakončovala svou úspěšnou kariéru běžkařky. Světově reprezentovala český národ úspěšnými výkony, které *skutečně* vydřela silnou vůlí a pílí (herci mohou siláky hrát jen jako, sportovci ne). Volby stmeluje národní hrdost (shodný jev se potvrzuje i v Mikšíčkově výzkumu – společnou volbu dívek a chlapců tehdy reprezentovali čeští hokejisté, aktuální vítězové OH v Naganu).

Proto byly chlapecké i dívčí důvody pro její volbu shodné. Neumannová nebyla chlapci hodnocena z pozice vzhledu, jak tomu u chlapeckých voleb ženských idolů bývá, dívky ji ušetřily kritice, kterou zbylým ženským idolům neodpouštějí.

Dívky a jejich ženské idoly. Volba ženských idolů dívkami je v rámci celého spektra vztahů asi nejproblematičtější interpretovatelná. Kromě Kateřiny Neumannové dívky sportovkyně téměř nevolily. Nejčteněji zastoupenými profesními kategoriemi byly zpěvačky a herečky. Při výběru zpěvaček a hereček jsou dívky v soudech mnohem kritičtější, než při výběru sportovkyň. Dívky tyto krásné ženy vnímají jako potencionální ohrožení své vlastní ženskosti. Kategorizace dívčích ženských idolů není stanovena na základě profese, kterou idol vykonává, ale na základě toho, jak dívky daný typ idolu přijímají.

Vedle již popsané „ženy hrdinky“ se v dívčích volbách vyprofilovaly následující kategorie: „*blízká a lidská*“. Dívky na těchto ženách pozitivně cení vlastnosti týkající se lidství a obyčejnosti. Repräsentantkou je Aneta Langerová. Další kategorie nese název „*neohrožující*“. Taková žena idol je krásná, úspěšná, ale už stará, tedy dívku neohrožující. Hlavními repräsentantkami jsou Lucie Bílá a Madonna. Další z kategorií je „*silná*“. Tato žena silná vnitřně. Je zocelená ranami a nástrahami osudu, kterým úspěšně čelí, nebo je překonala. K takovému idolu dívky přestávají být kritické, ve výpovědích s ním nebojují, naopak empaticky spoluprožívají jejich osudy. Mezi silné ženy se pro překonání problémů s alkoholem řadí Eva Holubová a Vilma Cibulková, pro překonání drogové závislosti Tereza Pergnerová, pro otevřený boj s rakovinou zpěvačka Anastacia aj.

Zbýlými dvěma kategoriemi jsou „*oceňovaný výkon – uvěřitelně*“ a „*oceňovaný výkon – těžko říci, zda uvěřitelně*“. Sem spadají ženy, u nichž dívky hodnotily především herecký nebo pěvecký výkon. U některých byl výkon hodnocen tak silně a přesvědčivě, že si dovolím tvrdit, že je to doopravdový, „*uvěřitelný*“ důvod pro volbu. Ve zbylých případech byly ženy voleny monotónním opakováním kvality jejich hereckého, nebo pěveckého výkonu. V těchto případech je těžké soudit, zda jde doopravdy o výkony, zda jde o úzus (u zpěvačky chválím zpěv, u herečky hraní), nebo o to, že se mi vybavila, protože mi „leží v žaludku“- je to rivalka. Z toho důvodu kategorie „*oceňovaný výkon – těžko říci, zda uvěřitelně*“.

V případě dívčích voleb ženských idolů je těžké říci zda s odstupem času mezi Mikšíčkovým a mým výzkumem došlo k výrazným posunům, či změně typů volených žen. Mikšíček se interpretaci dívčích výpovědí i ženských idolech příliš nezabýval. Porovnatelná je alespoň četnost voleb konkrétních idolů v jednotlivých ročnících. Vítězkou dívčích idolů v 6., 7. a 8. třídě Mikšíčkova výzkumu stala Lucie

Bílá s 22%, 40% a 17% voleb. Zde se vynořuje velmi zajímavý posun. Lucie Bílá se velmi významně objevuje ve volbách respondentek mého výzkumu, a to v 2., 3., a 4. ročníku s 22%, 15% a 25% ze všech voleb. Ve vyšších ročnících se už nevyskytuje vůbec nebo se propadá na konec četnosti voleb. Není náhodou možné, že Lucie Bílá byla před deseti lety volena jako skutečný idol, zatímco nyní je volena jako imitace voleb rodičů (proto obliba posunuta do nižších ročníků)? Taková imitace malým dívkám vydrží jen do doby, než začnou profilovat své vlastní volby (v mém výzkumu období od 4. - 5. ročníku). Pak Bílou opustí (budou-li jejich děti imitovat volbu idolu své matky, pak to nebude volba Bílé). Pozice Bílé na hvězdném nebi, je zatím sice skrytě, ale ohrožena. Vzhledem k tomu, že pro současné dívky již pravděpodobně není pravým idolem, mohl by rozvoj její popularity padnout s vyčerpáním (stárnutím) dívek, pro něž skutečným idolem ještě byla a jejichž volby, jako volby matek nebo starších kamarádek, současné dívky imitují.

Další z voleb Mikšíčkových dívek už nejsou nijak významné. Ve četnosti voleb dívek v mého výzkumu, vyhrává v pěti z osmi tříd Aneta Langerová.

Chlapci a jejich ženské idoly. Chlapci se k ženským idolům vztahují jednodušeji než dívky. Ne ale tak jednoznačně jako dívky k mužským idolům. Neplatí tedy paralela, že dívky a chlapci se k idolům opačného pohlaví vztahují stejně. Ve vztahu dívek k mužským idolům jde především o romantický attachmnet. Samozřejmě vidí muže jako sexuální objekt, ale hlavně jako typ potencionálního partnera. Tam, kde jde u chlapců o romantický attachmnet, jde především o erotický náboj. Chlapci jsou přitahováni prsy.

V případě ve vztahu k ženě bez erotického náboje, a priori (úplně bez něj to ve vztahu muže a ženy snad nikdy být nemůže), se u chlapců jedná o platonický attachmnet v podobě crushu.

Takový vztah charakterizuje hned první volenou kategorii ženy, kterou je „žena kamarádka“. Jedinou zástupkyní této kategorie je Aneta Langerová, idol na kterém se shodli chlapci z nejvíce ročníků – čtyř z osmi. Langerová je věkově blízká, vzhledově nevyzývavá (bez rušivých erotických atributů), nepůsobí rozjívěně, jako uječené holky ve třídě, mohla by tedy být „ideální kámoškou“. Alespoň do té doby, než se dívky v chlapcově okolí zklidní, nebo než si k nim chlapec najde cestu. Na

Na čemž už vlastně volbou Langerové pracuje (viz Langerová jako společná volba dívek a chlapců, idol jako facilitátor navazování vztahů).

Další z kategorií chlapeckých voleb je „*žena kočka*“. To je ona skutečná žena. Chlapci od 2. do 6. ročníku popisují důvody pro volby této kategorie skrytě ve slovech o krásném pohybu a skvělém zpěvu (což je např. u druhákovy volby sexy zpěvačky Shakiry těžko uvěřitelné jako relevantní důvod). Od 7. ročníku nastupuje otevřenost. Chlapci volí Pamela Anderson, Carmen Electru, Angelinu Jolie aj., pro jejich prsa, postavu a sexuální přitažlivost.

Sexuálně vzrušující erotická adorace „*koček*“ se v některých volbách starších žáků začíná transformovat do erotické adorace s podtextem skutečného vztahu. Vzniká kategorie „*žena partnerka*“, jejíž zástupkyní je např. Sandra Bullock. Poslední, ale rozhodně ne nedůležitou, kategorií, která se v chlapeckých volbách formuje je již popsaná, společná „*žena hrdinka*“.

Mikšíčkovým chlapcům, v 6., 7. i 8. třídě jednoznačně, v četnosti voleb, vládne Pamela Anderson. V 9. třídě se umísťuje na 1.-3. místě spolu s herečkami Janžurovou a Bohdalovou. Pro svá prsa byla volena i přes intelektualizaci zbylých dvou voleb – to sílu její pozice ještě umocňuje.

V mém výzkumu se „*kočky*“, v četnosti voleb, umístily na 1. místě v 2., 4. a 9. ročníku. V 7. ročníku byla nejčteněji volena „*partnerka*“ Sandra Bullock, následovaná „*kočkou*“ Anastaciou. Ve 4. a 8. ročníku vyhrála „*hrdinka*“ Neumannová. V osmém ale okamžitě, těsně následovaná jejím opakem Pamelou Anderson. Ve 2. a 5. ročníku byla nejčteněji volena „*kamarádka*“ Langerová.

I přesto, že v mém výzkumu není „*kočka*“ jednoznačnou vítězkou ve všech třídách, její zastoupení je silné. Tato kategorie byla, je a přepokládám, že i bude.

Novým typem ve volbách chlapeckých ženských idolů, oproti Mikšíčkovi, je v mém výzkumu, „*žena kamarádka*“ a „*hrdinka*“. Četnost jejich voleb byla natolik silná, že si stanovení samostatných kategorií vyžádala. Mohly bychom spekulovat o tom, do jaké míry byly volby chlapců ovlivněny aktuálním vítězstvím Langerové v SuperStar a Neumannové na OH. Myslím, že v případě Neumannové hrála její aktuální sláva velkou roli. Tím pádem kategorie „*hrdinka*“ ztrácí na reliabilitě. Jinak je na tom „*kamarádka*“. Vzhledem k četnosti jejich voleb a věrohodnosti argumentů

pro volbu si myslím, že chlapci typ takové ženy potřebují a že do budoucna kategorie zůstane zachována.

Dívky na ženské idoly nenahlízejí stejně jako chlapci. Chlapci posuzují ženu jako celek, a to shodně od 2. až do 9. ročníku. Z hlediska tělesna (krásná postava, je krásná, výborná postava, pouze u Pamelý Anderson celek předčila prsa) i z hlediska výkonů (výborná, skvělá herečka, zpěvačka, sportovkyně). Vzhledem ke klesající oblíbě svalovců (zde by hodnotily svaly), chlapci zevnějšek u mužů nijak významně neposuzují. Hodnotí především výkony. V mladším věku jako celek, později selektivně. Vyzdvihují, v čem je doopravdy dobrý, ale ani v jednom případě, chlapci své idoly nekritizují.

Zatímco dívky mají k pohledu na ženy kritický přístup a priori. V případě, že chtějí chválit, jsou opatrné a vybírají, co přesně chválit. Dívky tělo (i duši) ženy strukturují, posuzují části (to, že Vondráčkové chválím vlasy neznamena, že má i hezkou postavu).

Z výpovědí dívek je evidentní, že nemají rády aroganci a suverénnost celebrit (žen). Proč? Chlapci takové vlastnosti vůbec neřeší. Pro dívky tedy musí nabývat nějaký specifický obsah. Mohou snad všechno? Mohou mi přebrat mého miláčka herce na kterého si myslím? Ano, mohou. Pohybují se v jeho světě. Světě známých osobností, jsou mu blíže a navíc jsou tak suverénní, že jim je to všechno jedno. Neberou ohledy na to, že on má mnoho jiných fanynek, na to, že on ji určitě ani nechtěl. Vždyť ona je tak nemožná, že on „můj milovaný“ by s takovou nikdy nebyl. Je to chudák, je obět', neměl na výběr.

Zde je vidět do jakých rozdílných forem idolizace může ústit romantický attachment. Obecně se projevuje erotickou adorací. Tak je tomu i zde, ovšem u každé skupiny respondentů s jiným podtextem. Dívky své mužské idoly samozřejmě vidí jako sexuální objekty, víc je ale vidí jako své přitele, partnery, chtěly by se s nimi vodit za ruku (dívka z 6. třídy o Drew Fullerovi „*líbí se mi jak hraje, bohužel je o dost starší než já a má přítelkyni*“), slavné ženy jsou pro ně tedy konkurence. Chlapci na ženy nahlízejí ve smyslu pěkná, ale nic víc. Ženy celebrity jsou na dívání, ne na vztah. Jsou starší a vztah s nimi by hrozil chtěním „něčeho víc“. V takovém případě přichází strach – neobstál bych, selhal bych (dívky nemají penis, strach z blízkosti a selhání neřeší). Má-li tedy idolizovaná žena partnera, tím lépe - dívat se na ní mohu i tak a hlavně „nic víc“ nehrozí.

Na základě interpretace dat z Mikšíčkovi diplomové práce Kučera píše „... *současně ale vidíme (bez statistické kontroly), že dívky, i když jsou pod kulturní dominancí mužských bohů, volí božstvo intenzivněji, než chlapci, rády víc zbožňují, než chlapci.*“ (s. 361). Kučera měl pravdu vzhledem k omezenosti vzorku na 6. až 9. třídu. Širší věkový rozsah respondentů mého výzkumu jeho tvrzení vyvrací.

Ve vyhodnocení průměrného počtu voleb chlapeckých idolů (mužských i ženských) na 1 chlapce a počtu ženských idolů (mužských i ženských) na 1 dívku v rámci jednoho ročníku se ukazuje, že průměrný počet idolů na jednu dívku, je ve 2. a 3. ročníku nižší, než na 1 chlapce. Dívky tedy ve 2. a 3. ročníku zbožňují méně, než chlapci. K překřížení četnosti voleb dochází těsně před 4. ročníkem. Od 4. ročníku dívky zbožňují víc než chlapci. Výše průměrného počtu idolů na jednoho respondenta graduje shodně u chlapců i u dívek v 7. ročníku. Zatímco u chlapců pak počet voleb na 1 respondenta pozvolna klesá, u dívek nenabývá jednotného směru.

Nemohu tedy jednoznačně tvrdit, že dívky zbožňují víc než chlapci.

14 Závěr

Diplomová práce mapuje oblast voleb idolů u dětí školního věku.

Teoretická část přinesla přehled některých empirických studií, v české literatuře dosud nepublikovaných. Na základě jejich rozboru jsem se nejprve snažila o sjednocení terminologie v nich používané. Autoři často vyjadřovali stejnou myšlenku pod jiným názvem. Po úspěšném utřídění myšlenek byly stanoveny základní pojmy oblasti dané problematiky používané. Jejich výklad a vztahovost byly popsány jak slovně, tak znázorněny graficky. Teoretická část ústí do přehledového schématu pojmů a jejich vztahů, který sloužil základní myšlenkový a terminologický podklad pro rozbor dat v empirické části práce..

Empirická část práce byla zaměřena na interpretaci odpovědí z žákovských dotazníků, týkajících se populárních idolů z oblasti masmediálního světa. Krom specifických zjištění, popisovaných v průběhu textu, přinesla i několik obecně shrnutelných zjištění.

Dívky na ženské idoly nenahlízejí stejně jako chlapci, dívky na mužské idoly nenahlízejí stejně jako chlapci, volby některých idolů jsou dívkám a chlapcům společné, není možné jednoznačně tvrdit, že dívky si volí více idolů než chlapci.

Z hlediska porovnání výsledků výzkumů, realizovaných stejným způsobem, prostřednictvím zadání stejné výzkumné otázky, v časovém odstupu 10ti let (Kravcová 2007 vs. Mikšíček 1997), se ukazuje že typologie idolizovaných osobností zůstává, ve svém niterném jádru, v podstatě stejná. Stálé kategorie jednotlivých typů idolů se stávají klasickými. Aktuálním trendům podléhají, ve změnách jmen reprezentantů jednotlivých klasických kategorií. Dále pak ve změnách preferencí jednotlivých kategorií (na základě voleb chlapci a dívkami), jako reakcí na dobovou nabídku masmediální produkce. Poslední z vlivů aktuálních trendů hraje svou roli v tvorbě dočasných, módě odpovídajících, typových kategorií idolů (např. „hrdinka“ Neumannová, milenec ze SuperStar). Takové kategorie ale klasické neruší jen je dočasně oslabují.

Některé výsledky vyhodnocení mého výzkumu se s Mikšíčkovými shodovaly. Některé závěry se ale neshodovaly, nebo nepotvrzovaly Mikšíčkovi domněnky. Jeden z hlavních důvodů, proč tomu tak bylo, je širší věkový vzorek respondentů v mém

výzkumu. Proto by bylo zajímavé, uskutečnit další výzkum, na stejně věkově obsáhlém vzorku respondentů, a tím mé závěry prověřit.

15 Resumé

This paper attempts to illuminate the phenomenon of idolization, which is above all characteristic of the period of childhood and adolescence.

Adolescence is a time that has been described as a period of stress and strain, rebellion, and identity crisis {Erikson, 1956}. It is a period, when young people are searching for an identity that they can call their own. Adolescence is also a time when there is an accelerating attachment to one's peers, combined with the declining influence of one's family. Besides peers and family, public figures become important sources of identity for adolescents living in today's mass society.

Given the importance of adolescence as a time of searching for an identity, coupled with the diversity of possible identity figures in our society, I would have expected more attention paying to the topic, especially in empirically founded research.

This is the reason why theoretical part of dissertation describes, confronts and recaps the most recent empirically founded and in articles summarized researches. Next, is concerned with defining the topic according to psychologists, paying special attention to classical psychology theories (e.g. Erikson, Freud, Blos).

Theoretical part sets and defines basic terminology of this sphere, in the terms of secondary attachments and their types (romantic, identificatory, platonic, relational) different types idolization (identification, sexual attraction, crushes). This leads to graphically made causal scheme.

Empirical part of the paper is focused on research that examined girl's and boy's (age 8 -16) idols and reasons for their choices. Research was realised on elementary school in Loděnice. Children were given the question "*Who is your favourite celebrity? Why do you think he or she is so famous?*". They replied on the blank sheet of paper.

By summing up the results of research, I can generally stress that girls perceived male idols in the different way than boys does, girls perceived female idols in different way then boys do, some of boy's and girl's idols are in common. We can summarize, that boys unambiguously choose same-sex idols, whereas girls choose same-sex idol in early adolescence and change their preference with age to the preference of male idols

In comparison to the same based study realised 10 years ago, by Miksicek (1999), I can stress, that there are constant idols types that appears in both studies. They vary only in the names of representatives and in the measure of prevalence, which are influenced by contemporary trends.

POUŽITÁ LITERATURA

- ADAMS-PRICE, C., GREENE, A.L. (1990a). Secondary Attachments and Adolescent Self Concept. *Sex Roles*, Vol. 22, No. 3/4, s. 187-198. ISSN 1573-2762.
- ADAMS-PRICE, C., GREENE, A.L. (1990b). Adolescents' Secondary Attachments to Celebrity Figures. *Sex Roles*, Vol. 23, No. 7/8, s. 335-347. ISSN 1573-2762.
- BALSWICK, J., INGOLDSBY, B. (1982). Heroes and Heroines Among American Adolescents. *Sex Roles*, Vol. 8, No. 3, s. 243-249. ISSN 1573-2762. ISSN 1573-2762.
- BLOS, P. (1967). The second individuation process of adolescence. *Psychoanalytic Study of the Child*, Vol. 22, s. 162-186.
- DUCK, J.M. (1990). Children's Ideals : The Role of real-Life Versus Media Figures. *Australian Journal of Psychology*, Vol. 42, No. 1, pp. 19-29. ISSN 0004-9530.
- ENGLE, Y., KASSER, T. (2003). Why do Adolescent Girls Idolize Male Celebrities?. *Journal of Adolescent Research*, Vol. 20, No. 3, s. 263-283. ISSN 1552-6895.
- ERIKSON, E.H. (1956). The problem of Ego identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, No. 4, s. 56-121.
- ERIKSON, E.H. (1968). *Identity : Youth and crisis*. New York : Norton. ISBN 0571097154.
- ERIKSON, E.H. (1999). *Životní cyklus rozšířený a dokončený : Doplněné vydání o devátém stupni vývoje od Joan M. Eriksonové* . Praha : NLN. 127 s. ISBN 80-7106-291-X.
- FROMM, E. (1967). *Člověk a psychoanalýza*. Praha : Svoboda. 212 s.
- CHENG-SHEUNGG-TAK (1997). Psychological Determinants of Idolatry in Adolescence. *Adolescence*, Vol. 32, No. 127, s. 687-692. ISSN 0001-8449.
- KAST, V. (2004). *Otcové-dcery, Matky-synové : Práce s rodičovskými komplexy jako cesta k vlastní identitě*. Praha : Portál. 168 s. ISBN 80-7178-838-4.
- KROGER, J. (2004). *Identity in Adolescence : The Balance between Self and Other*. Routledge : Psychology Press. ISBN 0203346866.
- KUČERA, M. (2008) *Formy citů : Lacanovská teorie*. Praha : Karolinum. 449 s. ISBN 978-80-246-1432-8.
- LARSON, L. (1995). Secrets in the bedroom: Adolescents' Private Use of Media. *Journal of Youth and Adolescence*. Vol. 24, No.5, s. 535-550. ISSN 0047-2891.

MACEK, P., LACINOVÁ, L. (2006) *Vztahy v dospívání*. Brno : Barrister&Principal. 196 s. ISBN 80-7364-034-1.

MIKŠÍČEK, Ondřej. *Identifikace a imitace u současných školáků : Pop Pantheon*. [s.l.], 1999. 119 s. Diplomová práce

MURNER, S.K. (2003). Thin, Sexy Women and Strong, Muscular Men: Grade-School Children's Responses to Objectified Images of Women and Men. *Sex Roles*, Vol. 49, No. 9/10, s. 427-437. ISSN 1573-2762.

RAVIV, A., et al. (1996). Adolescent Idolization of Pop Singers : Causes, Expressions, and Reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 25, No. 5, s. 631-650. ISSN 0047-2891

SMITH, S.M. (1999). Are the Beautiful Good in Hollywood? An Investigation of the Beauty-and-Goodness Stereotype on Film. *Basic and Applied Social Psychology*, Vol. 21, No. 1, s. 69-80.

STEELE, J.R., BROWN, J.D., (1995). Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life. *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 24, No. 5, s. 551- 576. ISSN 0047-2891.

Zdroje na internetu, aktuální ke dni 15.4.2008:

http://is.muni.cz/elportal/estud/fss/js06/psy108/Vybrane_pojmy_ze_socialni_psychologie.pdf

<http://64.233.183.104/search?q=cache:iZUa8JNYuSwJ:www.adiktologie.cz/download/1212/Adiktologie-Vyvojove-aspekty-Attachm>

<http://encyklopedie.seznam.cz/heslo/89781-romantismus>

<http://www.britannica.com/thesaurus?book=Thesaurus&va=infatuation>

http://www.massgeneral.org/children/adolescenthealth/articles/aa_crushes.aspx

1. Introduction
2. Experimental
3. Results and Discussion
4. Conclusions
5. References
6. Acknowledgments
7. Summary
8. Appendix
9. Tables
10. Figures
11. Glossary
12. Nomenclature
13. Symbols
14. Units
15. Abbreviations
16. Acronyms
17. Footnotes
18. Bibliography
19. Index
20. Author's Address
21. Correspondence
22. Received
23. Accepted
24. Published
25. Copyright
26. Reprints
27. Permissions
28. Subscription
29. Advertising
30. Back Issues
31. Microfilm
32. microfiche
33. Photocopying
34. Electronic
35. Online
36. Database
37. Search
38. Retrieval
39. Delivery
40. Shipping
41. Postage
42. Insurance
43. Handling
44. Packaging
45. Labeling
46. Marking
47. Identification
48. Classification
49. Indexing
50. Abstracting
51. Citation
52. Reference
53. Bibliography
54. Literature
55. Survey
56. Review
57. Commentary
58. Editorial
59. Note
60. Letter
61. Reply
62. Erratum
63. Correction
64. Addendum
65. Supplement
66. Appendix
67. Table
68. Figure
69. Diagram
70. Scheme
71. Model
72. Simulation
73. Experiment
74. Observation
75. Measurement
76. Calculation
77. Prediction
78. Estimation
79. Determination
80. Identification
81. Characterization
82. Analysis
83. Synthesis
84. Preparation
85. Fabrication
86. Processing
87. Manufacturing
88. Production
89. Development
90. Innovation
91. Research
92. Investigation
93. Study
94. Examination
95. Inspection
96. Audit
97. Evaluation
98. Assessment
99. Review
100. Report
101. Paper
102. Article
103. Book
104. Monograph
105. Thesis
106. Dissertation
107. Patent
108. Trademark
109. Copyright
110. License
111. Agreement
112. Contract
113. Deal
114. Transaction
115. Exchange
116. Trade
117. Commerce
118. Industry
119. Business
120. Enterprise
121. Organization
122. Institution
123. Agency
124. Authority
125. Office
126. Department
127. Division
128. Section
129. Unit
130. Team
131. Group
132. Staff
133. Personnel
134. Workforce
135. Employees
136. Members
137. Associates
138. Partners
139. Stakeholders
140. Interests
141. Concerns
142. Issues
143. Topics
144. Subjects
145. Fields
146. Areas
147. Domains
148. Sectors
149. Industries
150. Markets
151. Sectors
152. Markets
153. Sectors
154. Markets
155. Sectors
156. Markets
157. Sectors
158. Markets
159. Sectors
160. Markets
161. Sectors
162. Markets
163. Sectors
164. Markets
165. Sectors
166. Markets
167. Sectors
168. Markets
169. Sectors
170. Markets
171. Sectors
172. Markets
173. Sectors
174. Markets
175. Sectors
176. Markets
177. Sectors
178. Markets
179. Sectors
180. Markets
181. Sectors
182. Markets
183. Sectors
184. Markets
185. Sectors
186. Markets
187. Sectors
188. Markets
189. Sectors
190. Markets
191. Sectors
192. Markets
193. Sectors
194. Markets
195. Sectors
196. Markets
197. Sectors
198. Markets
199. Sectors
200. Markets

PŘÍLOHY

Příloha I. Přehled témat dotazníku Raviv et al. (1996)

Idolization of Pop Singers

Table L Items of Expression of Idolization, Causes for Idolization, and Reliance on Idols, Arranged by the Factors Obtained for Each Part

Expression of idolization

I. Singer's Imitation

- (3) Adoption of singer's style of dressing
- (4) Adoption of singer's hair style
- (5) Adoption of singer's opinions
- (6) Adoption of singer's mode of speech
- (7) Adoption of singer's behavior
- (19) Attempts to resemble the singer

II. Worship

- (1) Hanging singer's posters
- (11) Buying souvenirs related to the singer
- (12) Buying printed material related to the singer
- (13) Searching for information about the singer in magazines and newspapers
- (14) Getting in touch with other fans of the singer
- (15) Collecting personal details about the singer

III. Knowledge and Consumerism

- (2) A number of singer's records and cassettes purchased
- (8) Listening to singer's music
- (9) Attending singer's performances
- (10) Watching the singer on TV or VCR
- (16) Getting to know the melodies of the singer's songs
- (17) Getting to know the lyrics of the singer's songs

Causes for idolization

I. Singer's Features

- (4) Singer's voice
- (5) Singer's stage presentation
- (6) Singer's overall appearance
- (7) Singer's mode of dressing

II. Singer's Evaluation

- (9) Subject's knowledge of the singer's biography
- (10) Friends' influence
- (12) Singer's personality
- (13) Singer's reputation among youth
- (14) Singer's uniqueness compared to other singers
- (15) Singer's uniqueness compared to other people

III. Singer's Ways of Expression

- (1) Singer's lyrics
- (2) Singer's melodies
- (3) Singer's opinions
- (8) Singer's resemblance to the respondent

Reliance on singer

I. Personal Matters

- (3) Pastime
- (4) Future planning
- (5) Physical appearance
- (6) Social relations
- (8) Personal feelings
- (10) General reliance

II. Overall Knowledge and Values

- (1) School studies
- (2) Politics
- (7) Values
- (9) Science

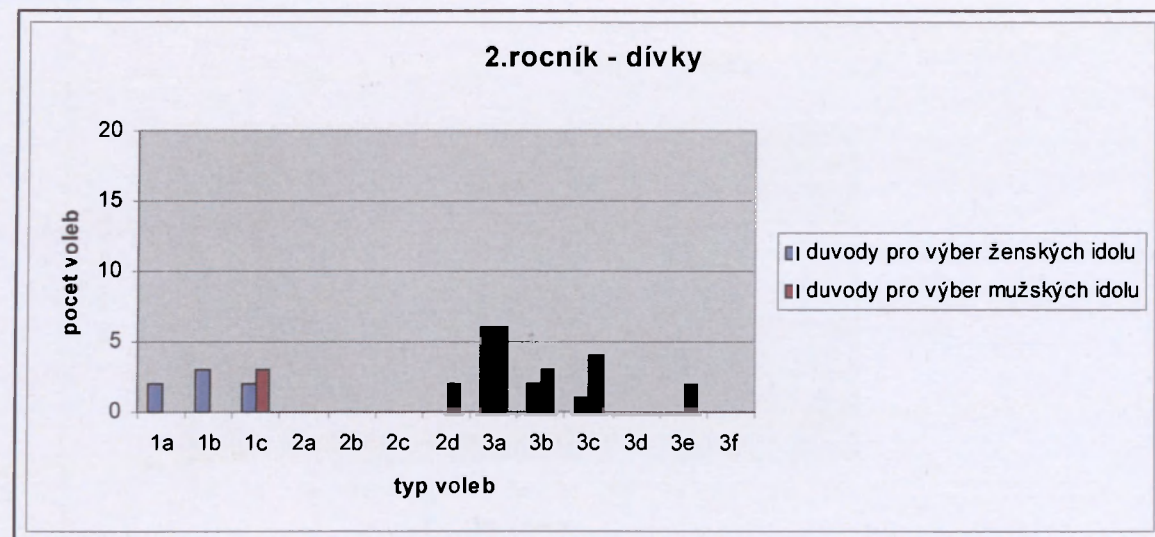
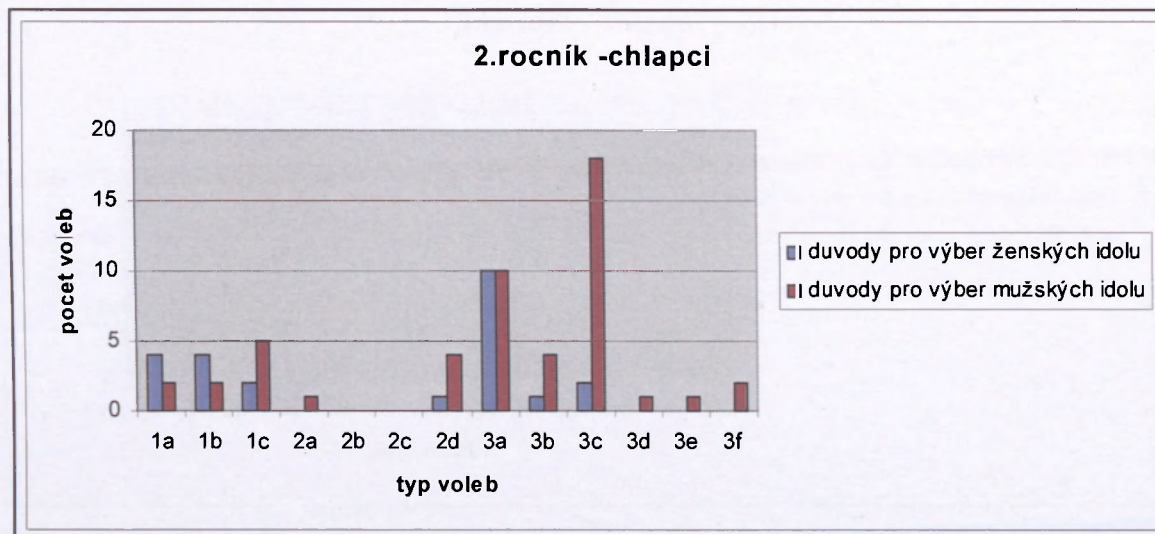
Table III. Rank Ordering in Percentages of the Most Commonly Chosen Types of Heroes and Heroines by Sex and Race of the Respondent

Black females		Black males		White females		White males	
Type	%	Type	%	Type	%	Type	%
Sports heroes	16	Sports heroes	17	Actor heroes	16	Sports heroes	17
Family heroines	14	Actor heroes	13	Family heroes	12	Actor heroes	15
Gov't. heroes	14	Music heroes	12	Sports heroes	11	Family heroes	11
Family heroes	10	Family heroines	12	Music heroes	11	Music heroes	10
Actor heroes	9	Family heroes	10	Family heroines	10	Family heroines	8
Music heroes	9	Friend heroes	7	Friend heroes	8	Friend heroes	8
Friend heroes	7	Comic heroes	6.5	Gov't. heroes	8	Gov't. heroes	8
Friend heroines	6	Relig. heroes	5	Comic heroes	5	Comic heroes	6
Comic heroes	5	Gov't. heroes	5	Friend heroines	5	Friend heroines	4
Relig. heroes	4	Friend heroines	3.5	Relig. heroes	4	Actress heroines	3.5
Scholar heroes	1	Scholar heroes	3	Music heroines	3	Relig. heroes	3
Actress heroines	1	Music heroines	2	Actress heroines	2	Scholar heroes	2
Sports heroines	1	Actress heroines	1.5	Scholar heroes	2	Sports heroines	1.5
Comic heroines	1	Sports heroines	1	Gov't. heroines	1	Music heroines	1
Gov't. heroines	1	Scholar heroines	.5	Sports heroines	1	Gov't. heroines	1
Music heroines	.5	Comic heroines	.5	Scholar heroines	.5	Scholar heroines	.5
Scholar heroines	0	Gov't. heroines	0	Comic heroines	.5	Comic heroines	.5
Relig. heroines	0	Relig. heroines	0	Relig. heroines	0	Relig. heroines	0

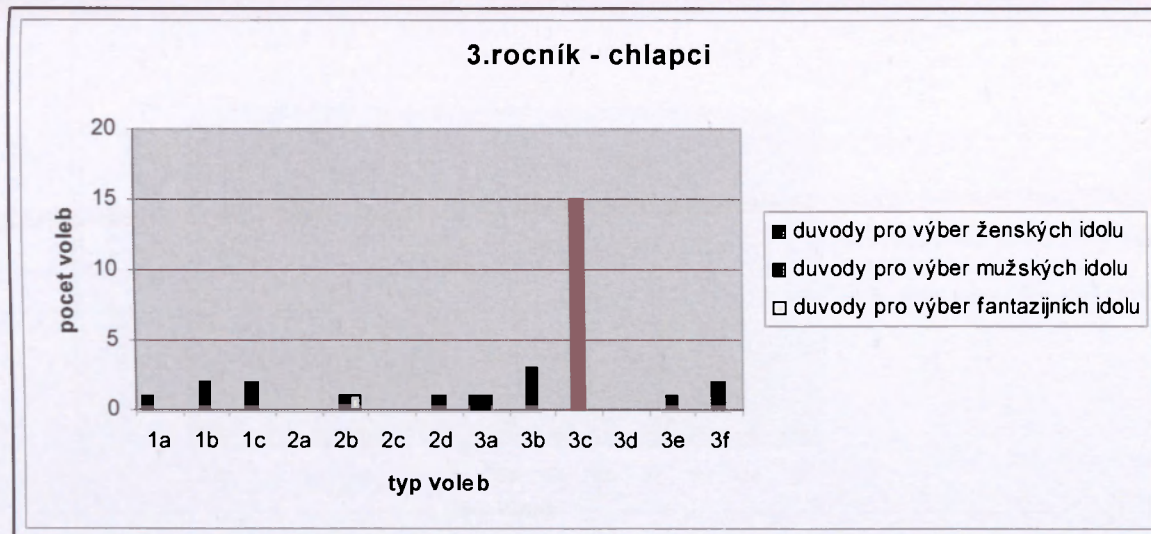
Příloha III. – Pořadí důvodů pro volbu idolů v jednotlivých třídách MI-mužský idol, ŽI-ženský idol, FI-fantazijní idol, SK-smíšená kapela

2.ročník chlapci	ŽI	MI
1a	4	2
1b	4	2
1c	2	5
2a	0	1
2b	0	0
2c	0	0
2d	1	4
3a	10	10
3b	1	4
3c	2	18
3d	0	1
3e	0	1
3f	0	2

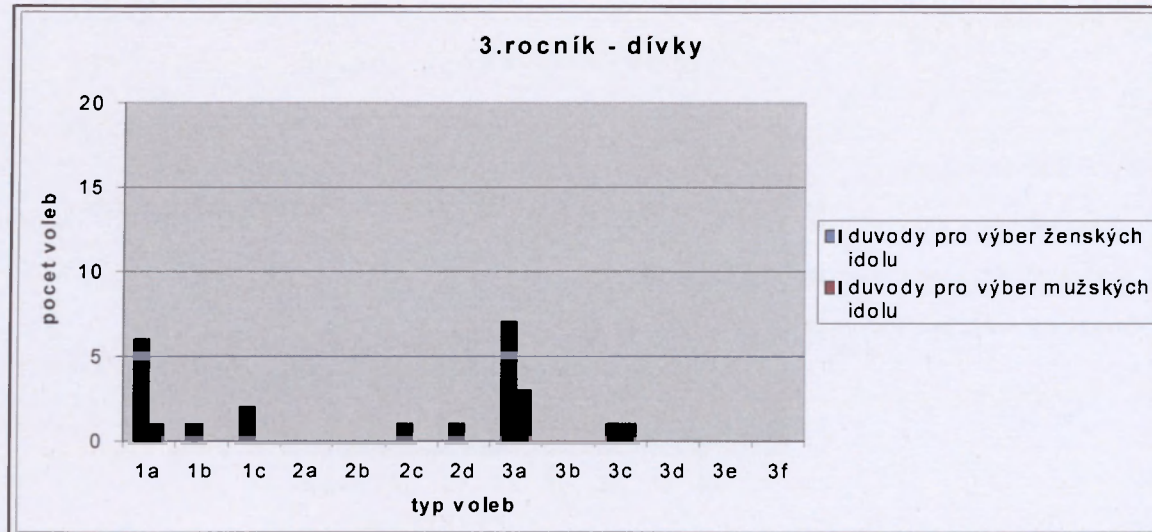
2.ročník dívky	ŽI	MI
1a	2	0
1b	3	0
1c	2	3
2a	0	0
2b	0	0
2c	0	0
2d	0	2
3a	6	6
3b	2	3
3c	1	4
3d	0	0
3e	0	2
3f	0	0



3.ročník chlapci	ŽI	MI	FI
1a	1	0	0
1b	0	2	0
1c	0	2	0
2a	0	0	0
2b	0	1	1
2c	0	0	0
2d	0	1	0
3a	1	1	0
3b	0	3	0
3c	0	15	0
3d	0	0	0
3e	0	1	0
3f	0	2	0



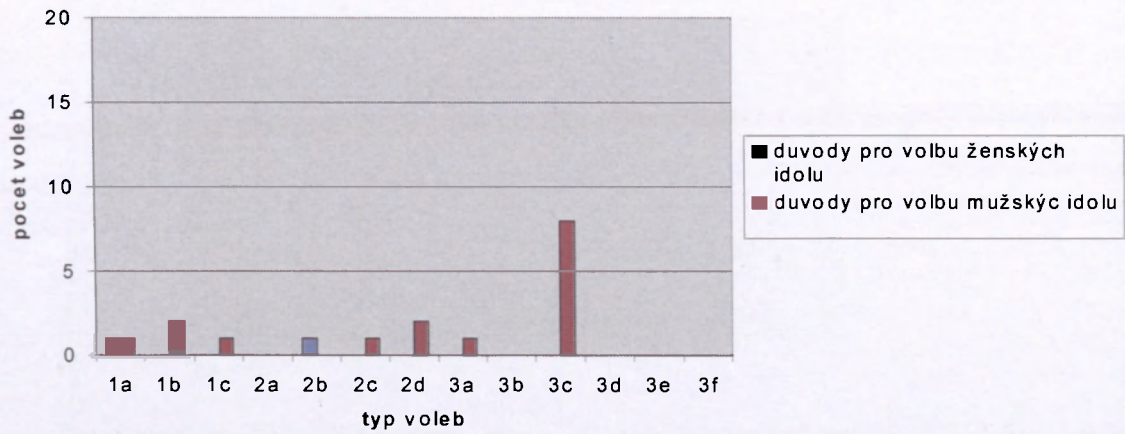
3.ročník dívky	ŽI	MI
1a	6	1
1b	1	0
1c	2	0
2a	0	0
2b	0	0
2c	1	0
2d	1	0
3a	7	3
3b	0	0
3c	1	1
3d	0	0
3e	0	0
3f	0	0



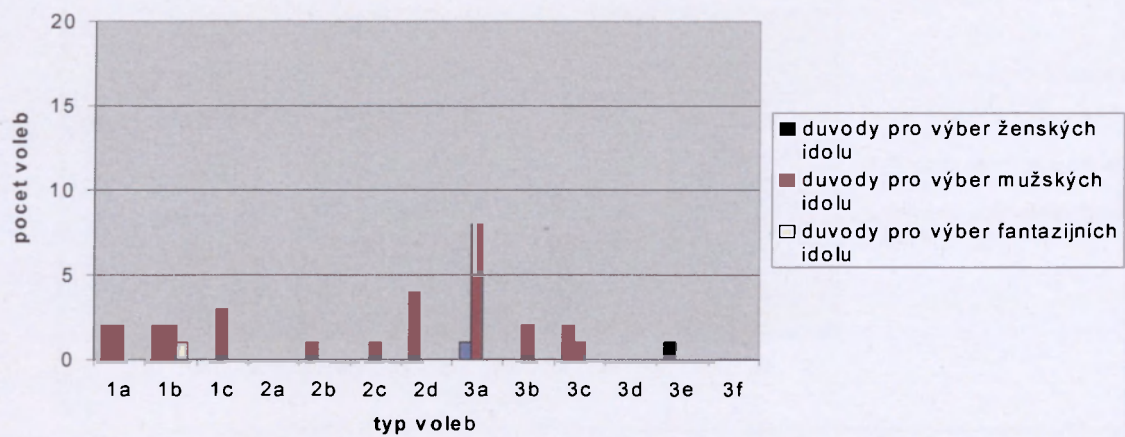
4.ročník chlapci	ŽI	MI
1a	1	1
1b	0	2
1c	0	1
2a	0	0
2b	1	0
2c	0	1
2d	0	2
3a	0	1
3b	0	0
3c	0	8
3d	0	0
3e	0	0
3f	0	0

4.ročník dívky	ŽI	MI	FI
1a	2	2	0
1b	2	2	1
1c	0	3	0
2a	0	0	0
2b	1	0	0
2c	0	1	0
2d	4	0	0
3a	1	8	0
3b	0	2	0
3c	2	1	0
3d	0	0	0
3e	1	0	0
3f	0	0	0

4. ročník - chlapci



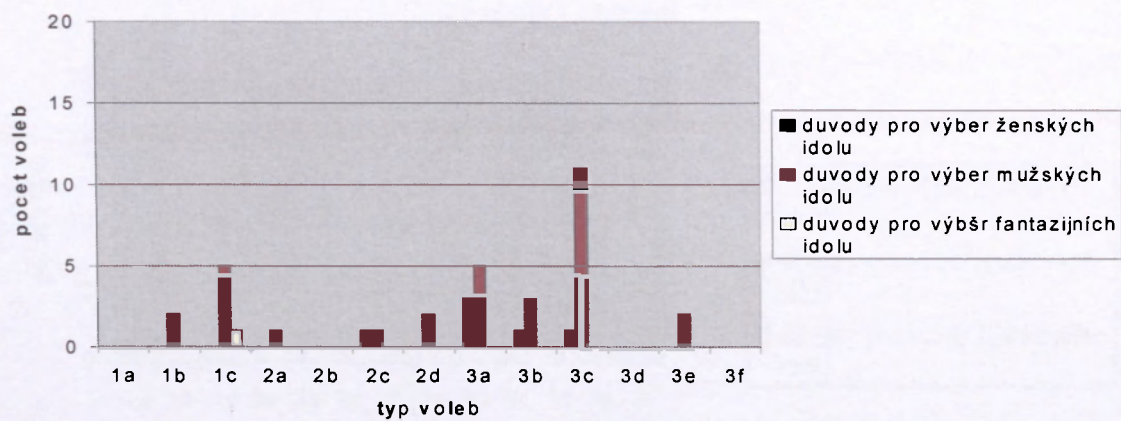
4. ročník - dívky



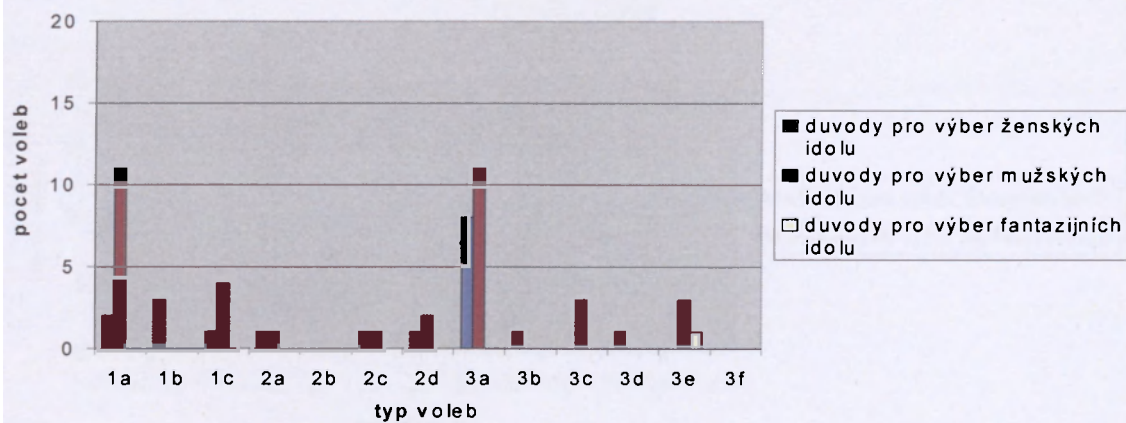
5.ročník chlapci	ŽI	MI	FI
1a	0	0	0
1b	0	2	0
1c	0	4	1
2a	0	1	0
2b	0	0	0
2c	1	1	0
2d	0	2	0
3a	3	5	0
3b	1	3	0
3c	1	11	0
3d	0	0	0
3e	0	2	0
3f	0	0	0

5.ročník dívky	ŽI	MI	FI
1a	2	11	0
1b	3	0	0
1c	1	4	0
2a	1	1	0
2b	0	0	0
2c	1	1	0
2d	1	2	0
3a	8	11	0
3b	1	0	0
3c	0	3	0
3d	1	0	0
3e	0	3	1
3f	0	0	0

5. ročník - chlapci



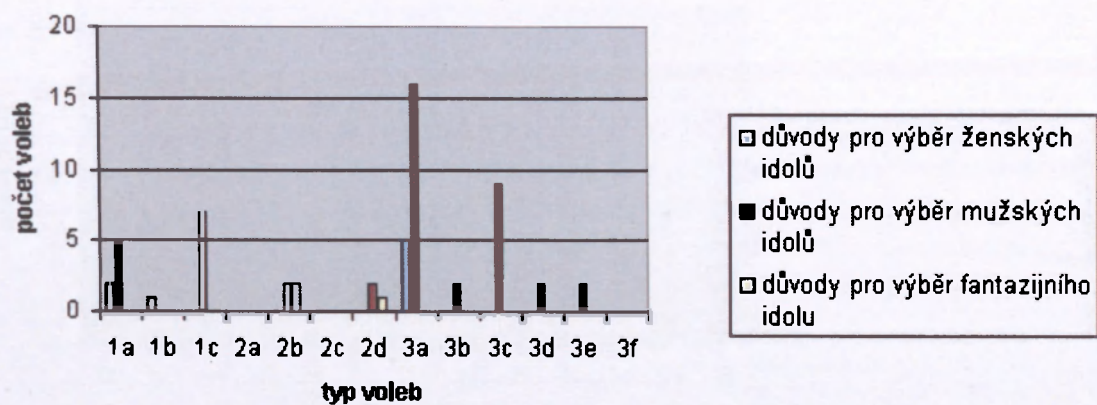
5. ročník - dívky



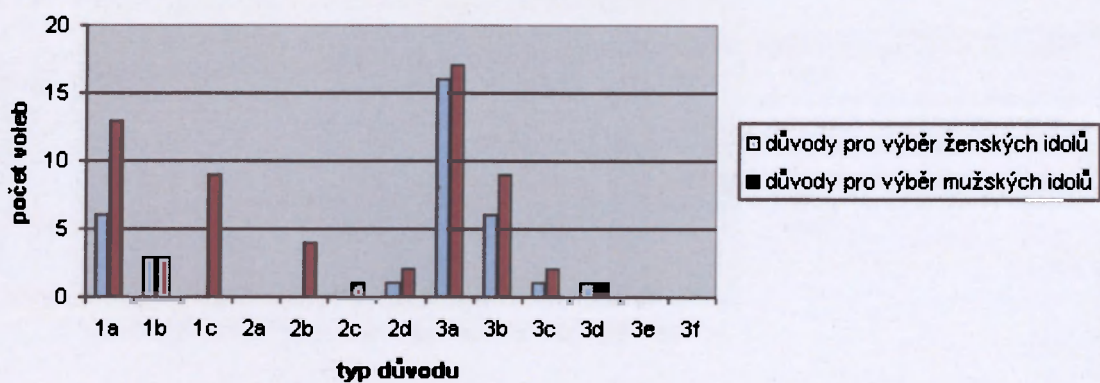
6.ročník chlapci	ŽI	MI	FI
1a	2	5	0
1b	1	0	0
1c	0	7	0
2a	0	0	0
2b	0	2	2
2c	0	0	0
2d	0	2	1
3a	5	16	0
3b	0	2	0
3c	0	9	0
3d	0	2	0
3e	0	2	0
3f	0	0	0

6.ročník dívky	ŽI	MI
1a	6	13
1b	3	3
1c	0	9
2a	0	0
2b	0	4
2c	0	1
2d	1	2
3a	16	17
3b	6	9
3c	1	2
3d	1	1
3e	0	0
3f	0	0

6.ročník - chlapci



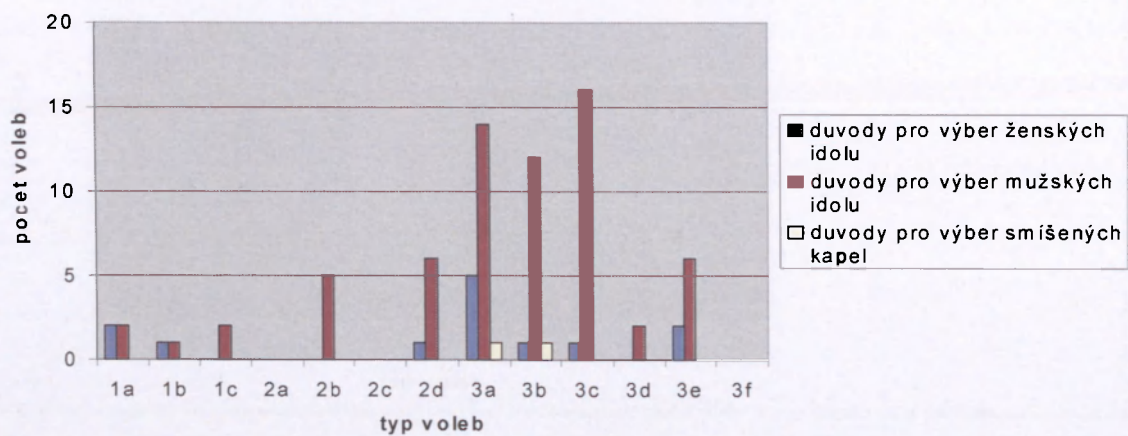
6.ročník - dívky



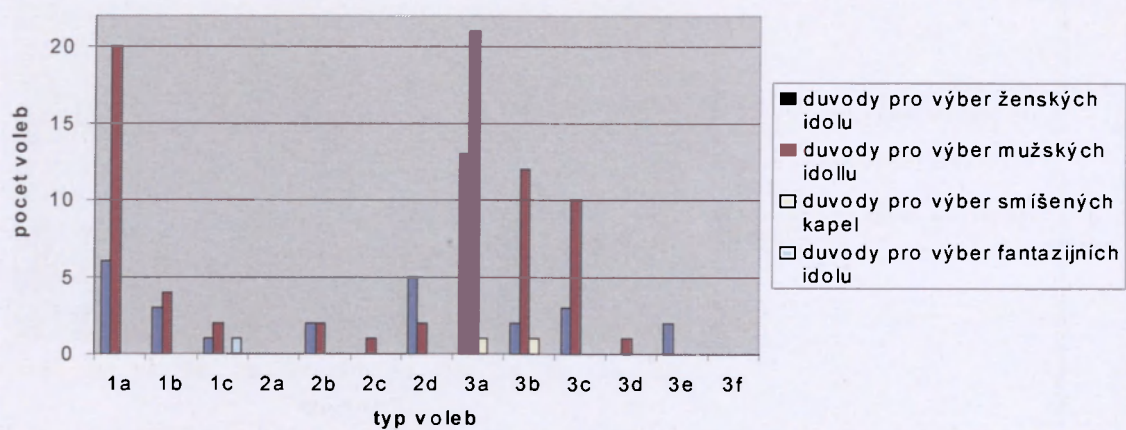
7.ročník chlapci	ŽI	MI	SK
1a	2	2	0
1b	1	1	0
1c	0	2	0
2a	0	0	0
2b	0	5	0
2c	0	0	0
2d	1	6	0
3a	5	14	1
3b	1	12	1
3c	1	16	0
3d	0	2	0
3e	2	6	0
3f	0	0	0

7.ročník dívky	ŽI	MI	SK	FI
1a	6	20	0	0
1b	3	4	0	0
1c	1	2	0	1
2a	0	0	0	0
2b	2	2	0	0
2c	0	1	0	0
2d	5	2	0	0
3a	13	21	1	0
3b	2	12	1	0
3c	3	10	0	0
3d	0	1	0	0
3e	2	0	0	0
3f	0	0	0	0

7.ročník-chlapci



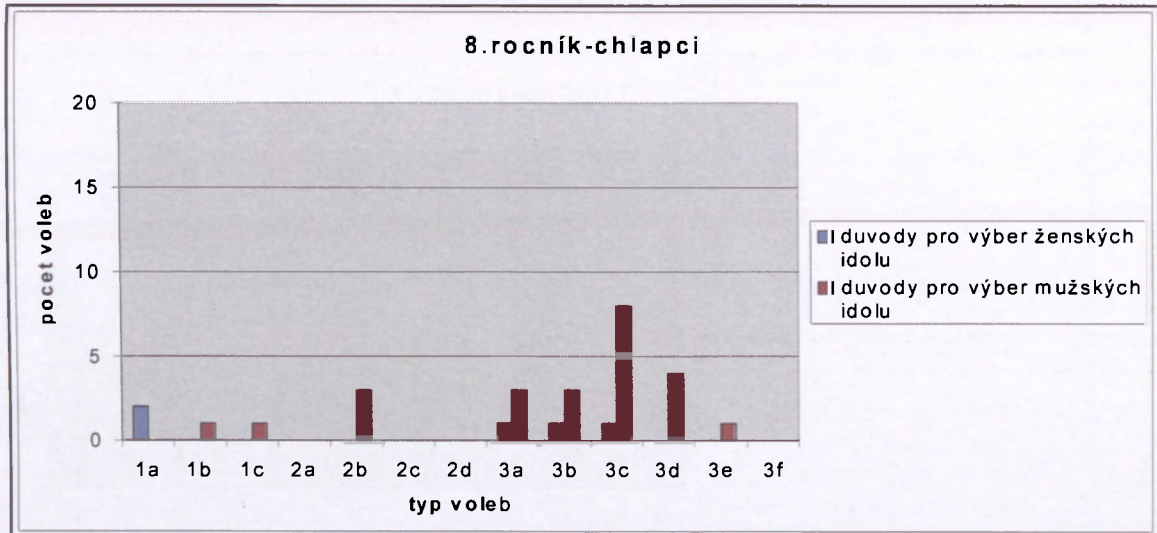
7.ročník - dívky



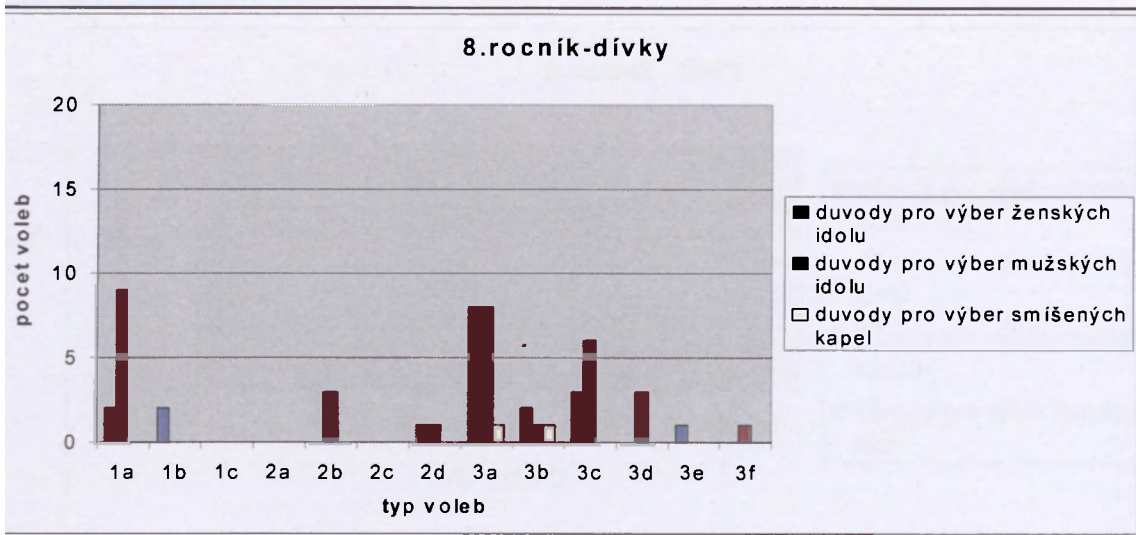
8.ročník chlapci	ŽI	MI
1a	2	0
1b	0	1
1c	0	1
2a	0	0
2b	0	3
2c	0	0
2d	0	0
3a	1	3
3b	1	3
3c	1	8
3d	0	4
3e	0	1
3f	0	0

8.roční dívký	ŽI	MI	SK
1a	2	9	0
1b	2	0	0
1c	0	0	0
2a	0	0	0
2b	0	3	0
2c	0	0	0
2d	1	1	0
3a	8	8	1
3b	2	1	1
3c	3	6	0
3d	0	3	0
3e	1	0	0
3f	0	1	0

8.ročník-chlapci



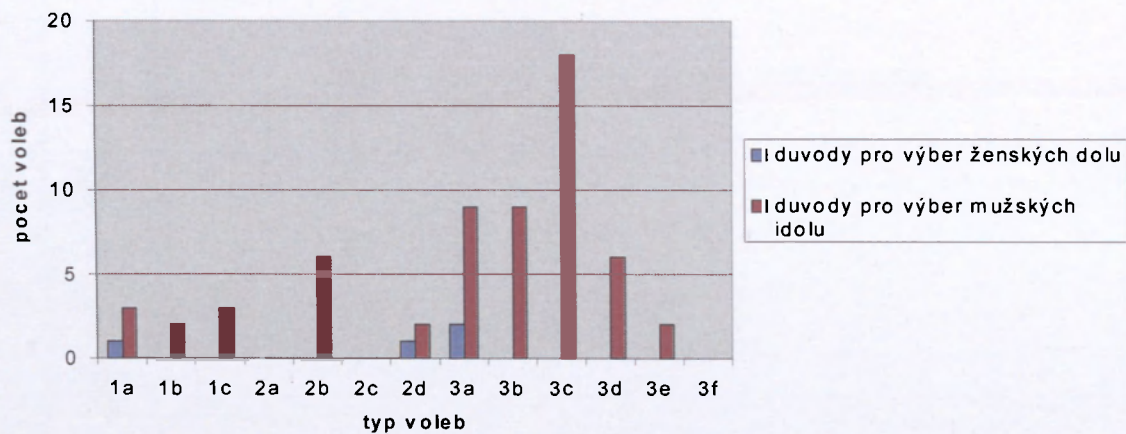
8.ročník-dívky



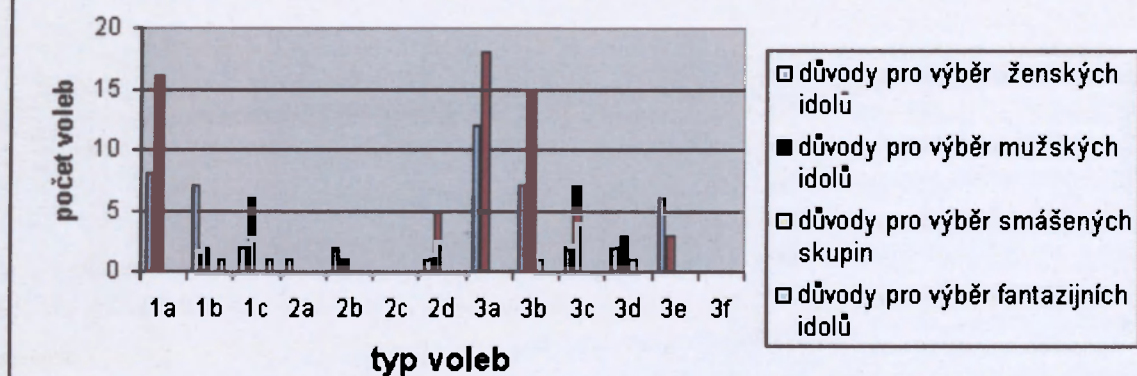
9.ročník chlapci	ŽI	MI
1a	1	3
1b	0	2
1c	0	3
2a	0	0
2b	0	6
2c	0	0
2d	1	2
3a	2	9
3b	0	9
3c	0	18
3d	0	6
3e	0	2
3f	0	0

9.ročník dívky	ŽI	MI	SK	FI
1a	8	16	0	0
1b	7	2	0	1
1c	2	6	0	1
2a	1	0	0	0
2b	2	1	0	0
2c	0	0	0	0
2d	1	5	0	0
3a	12	18	0	0
3b	7	15	1	0
3c	2	7	0	0
3d	2	3	1	0
3e	6	3	0	0
3f	0	0	0	0

9.ročník-chlapci



9. ročník - dívky

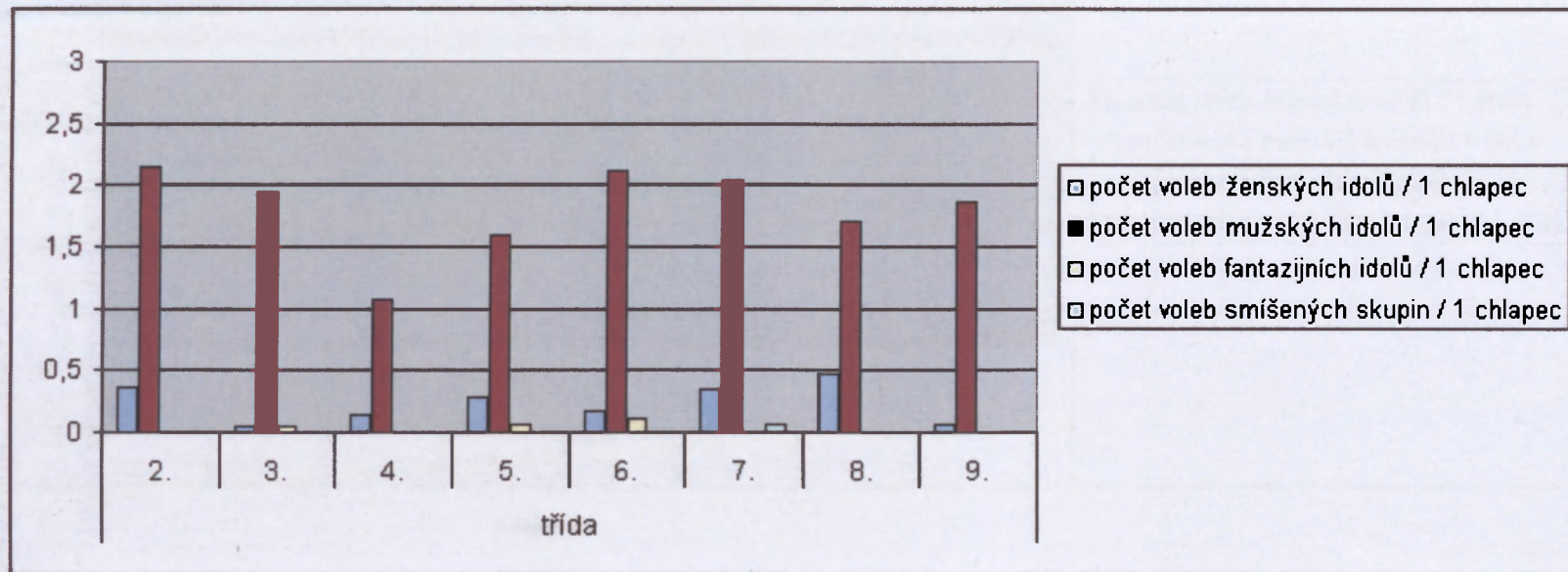


Příloha IV. Počet voleb základních kategorií idolů podle pohlaví respondentů a ročníků

Počet voleb kategorií idolů / 1 chlapec

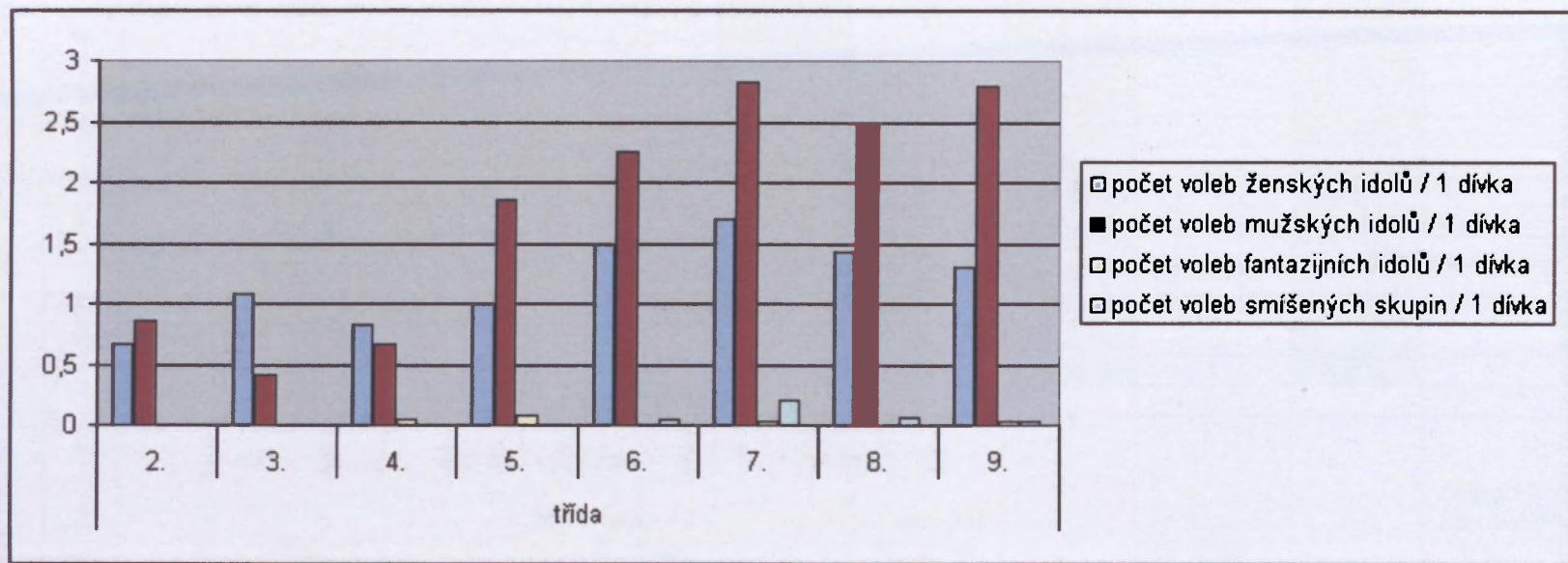
	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
počet voleb ženských idolů / 1 chlapec	0,36	0,05	0,15	0,29	0,18	0,34	0,48	0,07
počet voleb mužských idolů / 1 chlapec	2,14	1,95	1,08	1,59	2,11	2,03	1,71	1,86
počet voleb fantazijních idolů / 1 chlapec	0	0,05	0	0,06	0,11	0	0	0
počet voleb smíšených skupin / 1 chlapec	0	0	0	0	0	0,06	0	0

výpočty jsou zaokrouhleny na dvě desetinná místa



Počet voleb kategorií idolů / 1 dívka

	ročník							
	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
počet voleb ženských idolů / 1 dívka	0,67	1,08	0,83	1	1,5	1,7	1,43	1,3
počet voleb mužských idolů / 1 dívka	0,85	0,42	0,67	1,85	2,25	2,83	2,5	2,8
počet voleb fantazijních idolů / 1 dívka	0	0	0,04	0,08	0	0,03	0	0,03
počet voleb smíšených skupin / 1 dívka	0	0	0	0	0,04	0,2	0,07	0,03



třída		počet respondentů	respondentů celkem	kolikrát volen ženský idol (včetně opakovaných uvedení)	kolik % z celkového počtu voleb - ženský idol	kolikrát volen mužský idol (včetně opakovaných uvedení)	kolik % z celkového počtu voleb - mužský idol	kolikrát volen fantazijní idol (včetně opakovaných uvedení)	kolik % z celkového počtu voleb - fantazijní idol	kolikrát volena smíšená skupina (včetně opakovaných uvedení)	kolik % z celkového počtu voleb - smíšená skupina	celkem voleno idolů (včetně opakovaných uvedení)	počet idolů/ 1 chlapec	počet idolů/ 1 dívka
2.														
	chlapci	28	55	10	14,30%	60	85,70%					70	2,5	
	dívky	27		18	43,90%	23	56,10%					41		1,5
3.														
	chlapci	20	32	1	2,40%	39	95,20%	1	2,40%			41	2	
	dívky	12		13	72,20%	5	27,80%					18		1,5
4.														
	chlapci	13	37	2	12,50%	14	87,50%					16	1,2	
	dívky	24		20	54,00%	16	43,25%	1	2,75%			37		1,5
5.														
	chlapci	17	30	5	15,20%	27	81,80%	1	3,00%			33	1,9	
	dívky	13		13	34,20%	24	63,20%	1	2,60%			38		2,9
6.														
	chlapci	28	56	5	7,50%	59	88,10%	3	4,40%			67	2,4	
	dívky	28		42	39,60%	63	59,50%			1	0,90%	106		3,8
7.														
	chlapci	35	65	12	14,10%	71	83,50%			2	2,40%	85	2,4	
	dívky	30		51	35,70%	85	59,40%	1	0,70%	6	4,20%	143		4,8
8.														
	chlapci	21	35	10	21,70%	36	78,30%					46	2,2	
	dívky	14		20	35,70%	35	62,50%			1	1,80%	56		4
9.														
	chlapci	28	58	2	3,70%	52	96,30%					54	1,9	
	dívky	30		39	31,20%	84	67,20%	1	0,80%	1	0,80%	125		4,2
		368 (190 chlapců + 178 dívek)	368	chlapci 47 ŽI, dívky 216 ŽI, celkem 263		chlapci 358 MI, dívky 335 MI, celkem 693		chlapci 5 FI, dívky 4 FI, celkem 9 FI		chlapci 2 SK, dívky 9 SK, celkem 11 SK		Div. 564 vzorů, chl. 412 vzorů, celkem 976 vzorů		