

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Lucie Kolátorová

**Tah dámou: genderové stereotypy a
heterostereotypy a jejich medializace**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Lucie Kolátorová**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, CSc.**

Rok obhajoby: 2012

Bibliografický záznam

KOLÁTOROVÁ, Lucie. *Tah dámou: genderové stereotypy a heterostereotypy a jejich medializace*. Praha, 2012. 35 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Abstrakt

V práci je analyzována genderová problematika v pořadu *Tah dámou*. V teoretické části jsou nastíněny základní pojmy týkající se genderu, genderové stereotypizace, medializace a koncept sociální konstrukce reality, které slouží jako opěrné body pro tuto práci. Dále je pořad *Tah dámou* charakterizován z hlediska důvodu jeho vzniku, žánrového zařazení, programového zařazení a sledovanosti. Metodologická část se věnuje formulaci výzkumných otázek, sběru dat a volbě metod analýzy. Tyto metody jsou v metodologickém oddíle blíže popsány. Jedná se konkrétně o sémiotickou a diskurzivní analýzu. V analytické části je za pomoci uvedených metod pořad *Tah dámou* podroben analýze, jsou popisovány jak dominantní mimojazykové znaky objevující v pořadu, tak diskurzy vážící se k problematice genderu, které se objevují v diskuzích pořadu. Práce zjišťuje, jak pořad konstruuje muže a ženy a rozdíly mezi nimi. Dále je cílem práce zjistit, jaké genderové stereotypy a heterostereotypy se v pořadu objevují.

V závěrečné části jsou shrnuty poznatky analytické části.

Abstract

The thesis analyzes gender in the TV program *Queen (Tah Dámou)*. In theoretical part of the thesis, basic concepts related to gender, gender stereotypization, medialization and social construction of reality are defined. The TV program is characterized through the reasons of its origin, genre, program orientation and viewership. The metodological part formulates research questions, methods of data collection and analytical methods.

The methods chosen are semiotic and discourse analysis. In analytical part, the methods are applied. Discourses and non-language signs appearing in Queen move are described. The thesis shows, how the program constructs males and females and their differences. Other goal of the thesis is to find which gender stereotypes and heterostereotypes are found in Queen move. The last part summarizes the findings from analytical part.

Klíčová slova

Tah dámou, gender, genderová stereotypizace, medializace, sémiotická analýza, diskurzivní analýza, sociální konstrukce reality

Keywords

Queen move, gender, gender stereotyping, media coverage, semiotic analysis, discourse analysis, social construction of reality

Rozsah práce: 60 751 znaků

Prohlášení

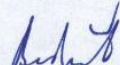
1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 18. 5. 2012

Lucie Kolátorová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu bakalářské práce PhDr. Otakaru Šoltysovi, CSc. za odborné vedení mé práce a rady, které mi během jejího psaní poskytl.

SCHVÁLENO 

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Kolátorová Lucie

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2009

E-mail diplomantky/diplomanta:

meriell@centrum.cz

Studijní obor/typ studia:

Mediální studia, kombinované bakalářské studium

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	10 -06- 2011 -1-
Číslo:	A1043
Přílohy:	1
Skartováno heslo:	
Přiděleno:	

Předpokládaný název práce v češtině:

Tah dámou: generové stereotypy a heterostereotypy a jejich medializace

Předpokládaný název práce v angličtině: Queen move: gender stereotypes and heterostereotypes and their medialization

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)
LS 2012

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Tah dámou je novým pořadem pravidelně vysílaným na ČT24. Vznikl jako reakce na situaci, kdy podle mínění jeho autorů je na české veřejné scéně vidět málo žen. Pořad tedy chce dát ženám prostor pro vyjádření se k aktuálním tématům a případné diskuzi nad nimi. V pořadu se střídají tři stálé trojice moderátorek a spolukomentátorek, které si vždy k sobě pozvou jednoho hosta. Společně pak diskutují na vybrané aktuální téma. Pořad by tak měl přinášet „nový úhel pohledu“ na veřejné dění a překlenovat tak stereotypní náhledy a názory. Práce by se měla zaměřit na to, jakým způsobem moderátorky, spolukomentátorky a hosté konstruují mužskou a ženskou identitu, gender (jaké vlastnosti a role jim přisuzují, jaká slova spojují s jednotlivými gendery). Dále by měla zjistit, jak tento pořad konstruuje „úspěšnou ženu“ (jak je tato úspěšnost v diskuzích pořadu definována, kdo jsou ženy, které jsou za úspěšné považovány), úspěšného muže a jejich opaky v podobě stereotypů a heterostereotypů.

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

- 1.0 Úvod
 - 1.1. generové role a jejich konstrukce
 - 1.2. generové stereotypy a heterostereotypy a jejich medializace
 - 1.3. způsoby a prostředky vyjadřování těchto rolí
- 2.0. Charakteristika pořadu
 - 2.1. stopáž
 - 2.2. konstrukce mediálního prostoru
 - 2.3. obsazení rolí ve struktuře komunikační události
 - 2.4. sdělované obsahy
 - 2.5. reprezentace stereotypů a heterostereotypů
- 3.0. Závěry
 - 3.1. frekvence témat
 - 3.2. četnost stereotypů a jejich opaků
 - 3.3. paradigmatické postavení v pořadech ČT

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Diskursivní a sémiotická analýza doplněná frekvenční sondou provedenou metodou obsahové analýzy.

Předběžně počítám s tím, že přepisy tří dílů pořadu a jejich analýza zajistí dostatek dat a poznatků k tomu, aby bylo možné formulovat doložitelné a hajitelné závěry.

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

HENDL, J. : *Kvalitativní výzkum*. Praha : Portál, 2008

Kniha popisuje jednotlivé strategie kvalitativního výzkumu, metody sběru dat a jejich analýz

DENZIN, N. K. : *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks : Sage Publications, c2000

Kniha je příručkou pro aplikovaný kvalitativní výzkum

MCLUHAN, M.: *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno : Jota, 2000

Výbor z díla významného kanadského sociologa se zaměřuje na analýzu masové elektronické kultury a komunikačních médií.

OAKLEY, A. : *Pohlaví, gender a společnost*. Praha : Portál, 2000

Kniha je klasický text z oboru gender studies. Autorka se snaží vyvrátit některé časté stereotypy a mýty, které jsou v lidech zažitě a které spojují s biologickou determinací

BOURDIEU, P. : *Nadvláda mužů*. Praha : Karolinum, 2000

Sociologická studie zabývající se vztahy mezi pohlavími. Srovnává principy chování mužů a žen.

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

Klára Follová : Genderová stereotypizace v sitcomu Comeback, UK, 2011

Datum / Podpis studenta/ky

10.6.2011 Kolářová

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

9/6 2011 J.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

ÚVOD	2
1. SOCIÁLNÍ KONSTRUKCE REALITY	2
2. GENDER, GENDEROVÉ ROLE A JEJICH KONSTRUKCE	3
2.1. GENDER VERSUS POHLAVÍ.....	3
2.2. GENDEROVÉ ROLE.....	5
2.3. KONSTRUKCE GENDEROVÝCH ROLÍ.....	6
2.3.1. <i>Psychologické teorie vzniku genderové identity</i>	6
2.3.2. <i>Manipulace dětí do pohlavních rolí</i>	7
3. GENDEROVÉ STEREOTYPY A JEJICH MEDIALIZACE	9
3.1. GENDEROVÉ STEREOTYPY	9
3.2. MEDIALIZACE GENDEROVÝCH STEREOTYPŮ	11
4. CHARAKTERISTIKA POŘADU	13
4.1. ZAŘAZENÍ DO PROGRAMOVÉHO SCHÉMATU	13
4.2. ŽÁNROVÉ ZAŘAZENÍ	13
4.3. PREZENTACE POŘADU	14
4.4. CÍLOVÁ SKUPINA A SLEDOVANOST	14
5. METODOLOGIE	15
5.1. SÉMIOTIKA	15
5.1.1. <i>Znak</i>	15
5.1.2. <i>Kódování, dekódování</i>	16
5.1.3. <i>Označování</i>	16
5.2. SÉMIOTIKÁ ANALÝZA.....	17
5.2. DISKURZIVNÍ ANALÝZA.....	17
5.3. VÝZKUMNÝ PROBLÉM	18
5.4. METODA VÝZKUMU A ZDROJ DAT	19
6. ANALÝZA POŘADU	19
6.1. STRUKTURA POŘADU	19
6.2. MIMOJAZYKOVÉ ZNAKY	21
6.3. DISKURZY OBJEVUJÍCÍ SE V POŘADU	22
7. ZÁVĚRY	29
SUMMARY	31
POUŽITÁ LITERATURA	32
INTERNETOVÉ ZDROJE	34

Úvod

Pořad *Tah dámou* začal být vysílán na počátku roku 2011 na zpravodajském kanále ČT 24. Jedná se o pořad, který dává prostor ženám pro vyjádření se k aktuálním tématům. Podle slov jeho autorky vznikl jako reakce na nedostatek žen ve veřejném prostoru. Zároveň je jeho záměrem prezentovat ženy, které vyvracejí zažitě stereotypy. Jedná se o pořad v televizní produkci ojedinělý, je příkladem uchopení genderové problematiky v moderní společnosti, a proto se mu bude práce blíže věnovat. Cílem této práce je analyzovat pořad *Tah dámou* z genderové perspektivy, zjistit, jakým způsobem je v něm konstruována mužská a ženská identita. To nám pomůže zjistit, nakolik tento pořad vyvrací zažitě stereotypy a nakolik je naopak potvrzuje.

Analýze budou podrobeny selektivně vybrané díly pořadu, které jsou dostupné v internetovém archivu České televize. Práci tvoří tři hlavní části, teoretická, metodologická a analytická. V teoretické části jsou nastíněny základní pojmy týkající se genderu, genderových stereotypů a jejich medializace a koncept sociální konstrukce reality. Současně je zde pořad charakterizován z hlediska žánrového zařazení, programového zařazení a sledovanosti. V metodologické části jsou přiblíženy metody využitě k analýze, tedy sémiotická a diskurzivní analýza. Odpovědi na výzkumné otázky budou uvedeny ve třetí části, která se již věnuje samotné analýze pořadu.

1. Sociální konstrukce reality

Nejvýznamnějšími představiteli této teorie jsou Peter L. Berger a Thomas Luckmann, kteří se věnují v díle *Sociální konstrukce reality* (1999) stejnojmennému konceptu. Vycházejí z přesvědčení, že realita není jen jakási objektivní danost, ale že je vytvářena v rámci určitého sociálního řádu, působením různých společenských mechanismů. Z možných realit pak ke zkoumání vybírají realitu každodennosti, která je pro ně příkladem reality par excellence a „její výsadní postavení ji opravňuje k určování nadřazené reality“. (Berger, Luckmann 1999: 27)

Společnost pojímají jako zároveň objektivní i subjektivní realitu. Objektivní se stává na základě subjektivních procesů definování a konceptualizování. Svět se tak jeví objektivně daným a samozřejmým, je sdílený s ostatními (intersubjektivní). Realita je

vytvářena pomocí vědění a zároveň vědomí členů společnosti je sociálně konstruované. „*Člověk a jeho sociální svět vstupují do vzájemné interakce. Výtvar zpětně ovlivňuje svého tvůrce.*“ (Berger, Luckmann 1999: 64)

K tomu, aby se realita jevila objektivní, vede několik procesů. Proces habitualizace je ustálením často opakovaných činností ve vzorec, který pak může být snadno napodobován. „*Habitualizace s sebou nese důležitou psychologickou výhodu, totiž zúžení možností volby.*“ (Berger, Luckmann 1999: 57) Na základě typizace habitualizovaných činností dochází k institucionalizaci. „*Typizace habitualizovaných činností, které jsou základem institucí, jsou vždy typizace sdílené. Jsou dostupné všem členům dané společenské skupiny a instituce samotná typizuje jednotlivé vykonavatele činností a rovněž i jednotlivé činnosti.*“ Instituce řídí lidské chování a zdají se být dané a nezměnitelné, a to na základě jejich historické povahy (předcházejí existenci jedince). To, že jedinec není u vytváření institucí, ale přichází na svět později, je řešeno pomocí legitimizace institucionálního řádu. Legitimizace je způsob vysvětlování a ospravedlňování světa institucí. „*Instituce mají sklon k trvání do té doby, než se stanou problematickými. Zastřešující legitimizace tuto tendenci přirozeně posilují.*“ (Berger, Luckmann 1999: 117)

2. Gender, genderové role a jejich konstrukce

2.1. Gender versus pohlaví

Tím nejjednodušším způsobem, jakým můžeme dělit lidi na celém světě, je jejich rozlišování na základě pohlaví. Tedy na muže a ženy. U většiny lidí můžeme jejich pohlaví identifikovat na první pohled, anatomicky se odlišují. Jedná se o biologickou danost, která je v různých dobách a společenstvích neměnná. Pohlaví člověka je určováno fyziologickými podmínkami, jako jsou chromozomy, vnější genitálie, vnitřní genitálie, gonády, hormonální stav a také druhotné pohlavní znaky. (Stoller in Oakley 2000: 122) Na těchto biologických základech je utvářena pomocí učení a výchovy individuální a sociální identita jedince. (Karsten 2006: 25)

Gender není biologickým termínem, jedná se o sociální konstrukt, společenskou kategorii, kterou lze ve vztahu k pohlaví vyjádřit jako maskulinitu a feminitu. Gender se často překládá do češtiny jako rod. *„Existence dvou rodů je pouze vztahová, je to plod diakritické, zároveň teoretické a praktické práce, v jejímž důsledku teprve vzniká sociálně diferencované tělo opačného rodu (opačného po všech kulturně relevantních stránkách, totiž jako habitus mužský, a ne ženský, nebo ženský, a ne mužský).“* (Bourdieu 2000: 25) Každý gender je spojován s určitými společensky přijímanými charakteristikami, atributy, nabývajícími často opoziční povahy.

Obraz muže a ženy coby zcela rozdílných entit, platonovsky nahlížených polovin jedné koule, jež se liší svými vlastnostmi a chováním, vyjádřitelnými jako dva póly na jednodimenzionální úsečce, začíná být podle Karstena zpochybňován. (Karsten 2006: 25) Je nahrazován dvojrozměrným modelem, podle kterého jsou u mnoha lidí přítomny obě tyto kvality (maskulinita a feminita), gender je pak jejich podílem u dané osoby. U normálního muže převažuje maskulinita, u normální ženy je převažující naopak feminita. (Oakley 2000: 122) Neplatí tedy rovnítka žena = ženský gender (feminita) a muž = mužský gender (maskulinita). Dokladem toho jsou intersexuálové, kteří nejsou biologicky ani jedním pohlavím, ale mohou mít plnohodnotně kterýkoliv z genderů, buď feminní nebo maskulinní, jako normální žena či muž. (Oakley 2000: 121)

Karsten uvádí předpokládanou souvislost mezi pohlavními chromozomy a pohlavně specifickým chováním, u které však zdůrazňuje, že je pouze předpokládaná a nebyla zcela prokázána. *„Jisté je, že pohlavní chromozomy jsou odpovědné za produkci pohlavních hormonů. Působení pohlavních hormonů (androgenů a estrogenů) na chování mužů a žen skrze psychiku není ovšem biologicky prokázáno. Na jejich pravděpodobnost však poukazují především biopsychologové a antropologové, kteří ji dokládají bohatým materiálem.“* (Karsten 2006: 28) Tato souvislost předpokládá u žen „sociální afinitu“, tedy zálibu v mezilidských stycích, orientaci na osoby, sklon k setrvačnosti, usedlosti a přehlednosti vztahů (např. rodinných) a „expresivní chování“. Naopak u mužů patří k očekávanému pohlavně specifickému chování „agrese“, tedy zacházení s okolními objekty, jejich zkoumání a vyrovnávání se s nimi, orientace na věc a cíl, iniciativnost, nikoliv však nutně agresivita a „instrumentální jednání“.

2.2. Genderové role

Každý člověk žijící ve společenství lidí přijímá a hraje během svého života různé sociální role. Sociální roli lze vyjádřit jako soubor očekávaného chování od jedince v určité sociální pozici (jeho postavení v sociální struktuře). Člověk je často nositelem několika takovýchto rolí zároveň (např. role otce a manžela v rodině). S některými se identifikuje více, s jinými méně, může také dojít k odmítnutí role nebo konfliktu rolí, kdy jsou očekávání spojená s jednou sociální rolí v rozporu s nároky na jinou.

Genderové role jsou pak určitá pravidla pro chování příslušející mužům nebo ženám. Tato očekávání jsou v některých situacích rozdílná.

Očekávané způsoby chování, nároky na sociální role včetně těch genderových, se jedinec učí od svého narození v průběhu celoživotní socializace. *„Socializace je proces, jehož prostřednictvím si lidé předávají a vstřebávají společenské hodnoty a normy, včetně těch, které se týkají genderu... genderová socializace má někdy podobu vědomého úsilí, které posiluje genderová očekávání explicitními odměnami či tresty... genderová socializace však může probíhat i prostřednictvím jemnějších signálů, skrytě přenášenými způsoby, jimiž dospělí jednají spolu navzájem i s dětmi, dětským oblečením nebo třeba dětskými knížkami a hračkami. Také děti se vzájemně socializují, a to jak explicitní, tak i implicitní formou – vzájemnou interakcí v dětských kolektivech.“* (Ranzetti, Curran 2003: 93)

Všechny sociální role, včetně těch genderových, jsou sociálními konstrukty, jsou vytvořené lidmi a podle Ann Oakley se jejich podoba tedy může měnit. *„Na rozdíl od pohlaví, které je univerzální kategorií a nemění se podle času či místa, působení gender ukazuje, že určení rolí, chování a norem vztahujících se k ženám a mužům je v různých společnostech, v různých obdobích či různých sociálních skupinách rozdílné. Jejich závaznost či determinace není tedy přirozeným, neměnným stavem, ale dočasným stupněm vývoje sociálních vztahů mezi muži a ženami.“* (Oakley 2000: 11)

Meyrowitz napadá teorii, že odstraňování společenských rozdílů mezi muži a ženami, které se podle výzkumů jeví převážně jako uměle vytvořené a bez základů ve fyziologických odlišnostech, je pouhým směřováním k „přirozenosti“. Podle něj je

revoluce ve vztazích mezi muži a ženami bojem o společenské role. (Meyrowitz 2006: 156)

2.3. Konstrukce genderových rolí

2.3.1. Psychologické teorie vzniku genderové identity

Pohlavní identitě jedinců, jejímu vzniku, rozdílům v chování a preferencích mezi chlapci a děvčaty a způsobu jejich výchovy se věnovala řada psychologů. Podle Karstena jsou jednotlivé psychologické teorie, zabývající se diferenciací a upevňováním pohlavně specifického chování omezené tím, že se věnují pouze raným vývojovým fázím člověka a výrazně zanedbávají sociologické a biologické faktory, přestože mají na pohlavní diferenciaci nepopiratelný vliv. (Karsten 2000: 31)

Teorie identifikace

Jednou z takovýchto teorií je teorie identifikace. Ta považuje za ústřední v ustanovování pohlavně specifických způsobů chování vztahy mezi dítětem a pro něj nejdůležitějšími blízkými osobami. Na základě těchto emocionálních vazeb se dítě s nejbližšími identifikuje. „*Vnitřní ztotožnění s jinou osobou, prožívání sebe sama jako totožného s ní (jak bychom mohli popsat pojem „identifikace“), u dětí nastává v první řadě vzhledem k lidem, které mají ve svém srdci, s nimiž se cítí niterně spojeny - bývají to rodiče, sourozenci a další rodinní příslušníci i blízcí nebo vzdálení přátelé. Domníváme se, že identifikacemi nezískává dítě... jen jednotlivé způsoby chování typické pro jedno či druhé pohlaví... ale hlavně vzorce chování, vnitřní postoje a hodnotovou orientaci.*“ (Karsten 2000: 40)

Kognitivní teorie

Kognitivní teorii vývoje pohlavních rolí formuloval L. Kohlberg na základě všeobecné teorie kognitivního vývoje J. Piageta. Podle kognitivní teorie se dítě během svého vývoje aktivně vypořádává se svým fyzikálním a sociálním okolím, a to tím způsobem, že si kolem sebe všímá určitých kategorií a pravidelností. Pohlaví je pak jednou ze zásadních kategorií. Dítě nejprve postupně získává schopnosti rozlišovat jednotlivá pohlaví a chápat, ke kterému z nich patří. Podle Kohlenberga si děti vyvážejí situace a zkušenosti potvrzující jejich pohlavní příslušnost. Jedním z možných způsobů

jak toho dosáhnout, je podle něj přejímání vzorců chování od jedinců stejného pohlaví v okolí dítěte (rodiče, kamarádi). (Karsten 2000: 41) Kritika kognitivní teorie spočívá v tom, že ačkoliv se děti aktivně podílejí na vyvážení svého výkladu okolního světa, je tento výklad odrazem sociálního okolí dítěte, jeho výchovy, vzorců chování nejbližších osob, vlivu sdělovacích prostředků, atp. (Karsten 2000: 44)

Teorie sociálního učení

Teorií sociálního učení existuje několik a jsou vystavěny na společných základních principech čerpajících z behaviorismu. Předpokládají, že děti získávají svou genderovou identitu tím, že jsou v nich určité způsoby chování posilovány, ať už pochvalou, nebo naopak sankcí při chování nesprávném. Tímto způsobem jsou učeny ke genderově odpovídajícímu chování. Druhým principem těchto teorií, spočívajícím v pozorování chování druhých, je nápodoba či modelování lidí z okolí dítěte. Proces posilování i proces modelování působí také současně. Děti nejčastěji napodobují právě ty osoby ze svého okolí, které posilují jejich chování odměnami. Nejčastějšími vzory pro nápodobu bývají pro děti dospělé osoby, které jsou podle nich vlídné, přátelské a zároveň mocné. Zároveň ty, které jsou jim nejvíce podobné, tedy rodiče, sourozence, spolužáky, učitele, mediální osobnosti. Mezi potíže teorií sociálního učení patří zejména to, že výzkumy nepotvrzují, že by děti napodobovaly více vzory stejného pohlaví. Dívky mají více tendenci napodobovat chování mužů, než chlapci ženské vzory. To může souviset s tím, že muži bývají považováni za mocnější nežli ženy. Navíc jsou dětmi napodobovány ty vzory, které se drží modelů chování pro daný gender. To implikuje, že děti mají povědomí o attributech spojených s jednotlivými gendery nezávisle na procesu modelování. Dále podle kritiky těchto teorií bývají děti stavěny do rolí pasivních příjemců socializačních signálů. (Ranzetti, Curran 2003: 100)

2.3.2. Manipulace dětí do pohlavních rolí

Jak uvádějí Ranzetti a Curran, bylo na základě výzkumů prokázáno, že se chování u malých dětí obou pohlaví nijak výrazně nemění. Přesto podle jiných výzkumů (např. Liz Connors) se k nim lidé, včetně rodičů, chovají rozdílným způsobem. Výrazným projevem této rozdílnosti je například oblečení. To je prostředkem, jak vyjádřit příslušnost dítěte k jednomu z pohlaví. To pak ovlivňuje chování druhých osob k němu. *„Je známo, že pokud se někdo při interakci s dítětem může opřít o pohlavní*

zařazení dítěte, pak toto zařazení usměrňuje jeho chování v intencích tradičních (genderových) rolí.“ (Shakin et. al. in Ranzetti, Curran 2003: 110) Chlapečci bývají oblékáni spíše do oblečků tmavých a základních barev s motivy dopravních prostředků či akčních hrdinů, pro dívky rodiče naopak preferují pastelové barvy a obrázky květin a srdíček, navíc jejich oděv bývá nezdědka doplňován volánky, krajkami či mašlemi. Způsob odění podle Ranzetti a Currana může ovlivnit fyzickou aktivitu dítěte (např. dívky s volánovými šaty jsou omezené v pohybu).

Rodiče (ale také další lidé) jednají s dětmi rozdílně podle pohlaví, ačkoliv se tak často děje nezáměrně. Od chlapců je očekáváno více fyzické aktivity, agresivita, průbojnost, větší hlasitost, od dívek jemnost, citlivost, klid a komunikativnost. Jednotlivá očekávání se pak projevují v interakci a jsou na děti přenášena, například podněcováním určitých aktivit, nebo naopak jejich sankcionováním. U chlapců je tak od jejich útlého dětství pěstováno spíše asertivní a průbojné chování, kdežto u dívek tělesná blízkost a komunikativnost. (Ranzetti, Curran 2003: 111) *„Nelze zkrátka vyloučit, že přinejmenším jedním z kořenů pozdějších projevů pohlavně typického chování u dívek a chlapců je rozdílné chování rodičů vůči dětem v prvním roce jejich života. Děvčata dostávají více hlasových a jazykových podnětů a také se v této oblasti rychleji vyvíjejí – a to i z hlediska fyziologie mozku! Chlapci jsou zase silněji stimulováni tělesně a motoricky a mají dříve vyvinuty kompetence co do motorické pohyblivosti, smyslu pro rovnováhu a prostorové orientace.*“ (Karsten 2000: 51). Na utváření genderové identity dětí a jejich pohlavně specifického chování se podílejí nejen rodiče, ale také sociální okolí dítěte, jako jsou sourozenci, vrstevníci a v neposlední řadě také média.

Ačkoliv se zde zmíněné teorie týkají genderové socializace dětí, a člověk je socializován v průběhu celého svého života, jak uvádí Karsten *„cíle sledované v rámci výchovy dítěte mají podstatný význam pro pozdější život dospělé ženy a dospělého muže“.* (Karsten 2000: 80)

3. Genderové stereotypy a jejich medializace

3.1. Genderové stereotypy

Stereotyp je podle Velkého sociologického slovníku „*velmi stabilní prvek ve vědomí, resp. psychický a přeneseně soc. mechanismus, regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje i chování. Pojem zavedl americký novinář W. Lippman v roce 1922, když upozornil na existenci určitých ustrnulých představ ve vědomí lidí, obvykle, i když ne výhradně, přejímaných z jiných zdrojů, než je vlastní sociální zkušenost. Tyto představy hrají významnou úlohu jako předem daná schémata vnímání, uvažování a hodnocení nových jevů. Stereotypy jsou utvářeny především rodinnou výchovou, vzorem rodičů, jsou přejímány od nejbližšího sociálního okolí, od uznávaných autorit. Na jejich působení se dále podílí přenos skupinových norem a poznatků*“. (Velký sociologický slovník 1996: 1230)

Stereotypy se dělí na autostereotypy a heterostereotypy. „*Jsou to specifické formy stereotypů, tedy fixovaných postojů, které si vytvářejí členové skupin k sobě samým (autostereotyp) a k jiným sociálním skupinám (heterostereotyp). V autostereotypech se vyjadřuje vědomí skupinové příslušnosti, v heterostereotypech vědomí odlišnosti od jiných skupin.*“ (Velký sociologický slovník 1996: 118) Jak uvádí Giddens, mohou se stereotypy pojít také s předsudky, které vycházejí ze špatných nebo neúplných informací a mívají negativní povahu a vyvolávají nepřátelský postoj vůči skupinám, kterých se předsudky týkají. (Giddens 2005: 232)

Zjednodušené, stereotypní nahlížení se projevuje také při připisování vlastností a způsobů chování mužů a žen. Takovéto stereotypy bývají označovány jako genderové. Ranzetti a Curran uvádějí, že genderové stereotypy jsou, „*...zjednodušující popisy toho, jak má vypadat „maskulinní muž“ či „feminní žena“.* O takovýchto stereotypech lidé obvykle uvažují bipolarně, tedy tak, že normální muž nenese žádné rysy ženskosti a naopak“. (Deaux a Kite in Ranzetti, Curran 2003: 20) V níže uvedené tabulce předkládá Karsten seznam vlastností spojovaných s jednotlivými pohlavími, které se stereotypně opakují. (Karsten 2000: 24)

Ženy jsou	Muži jsou
bezmocné	agresivní
citově založené	aktivní
emocionální	autoritativní
empatické	bojovní
jemné	ctižádnostiví
parádnice	dobrodruzi
milovnice dětí	dominantní
mírné	neohrožení
náladové	objektivní a věcní
nelogické	odolní
nerozhodné	přímí
nesamostatné	racionální
něžné	sebevědomí
ohleduplné	silní a energičtí
pasivní	soutěživí
poslušné	spolehliví
slabé	stateční a smělí
soucitné	tvrdí
vyžadující ochranu	velcí a silní
zaměřené na rodinu	vyrovnání
závislé	zodpovědní
žvanivé	nikdy nepláčou

Jak vyplývá z předchozí kapitoly o genderové socializaci, jsou určité genderové stereotypy posilovány v jedincích už od jejich raného dětství tím, že jsou manipulováni do konkrétních genderových rolí, ať už vědomě, či nevědomě.

Meyrowitz uvádí, že v současné době jsou stereotypně zažitá rozdíly mezi muži a ženami stále více stírány, dělicí čáry mezi maskulinitou a feminitou začínají blednout a stavem, ke kterému tyto procesy vedou, je úplná rovnost mužů a žen. To je podle něj následkem tzv. feministické revoluce, ženy se dožadují spíše než statusu zvláštní skupiny (žen) statusu „lidí“. (Meyrowitz 2006: 156)

3.2 Medializace genderových stereotypů

Medializací se rozumí podle Jiráka a Köpplové „proces, při němž mezi dvě strany vstupuje nějaký prostředník, aby ovlivnil či zajistil vztah mezi nimi. Také proces zprostředkování nějakého společensky akceptovaného poznání a kulturních hodnot prostřednictvím nějakého institucionalizovaného činitele k publiku... Mediace se považuje za jednu z hlavních funkcí masových médií: média jsou považována za prostředníky komunikace mezi jednotlivými skupinami, vrstvami či třídami v moderní společnosti, popř. za prostředníky nabízející příslušníkům žijícím v určité společnosti představu o tom, jak je tato společnost uspořádána a jaké je v ní rozložení sil, moci a odpovědnosti“. (2007: 42)

Média prezentují určité obrazy mužů a žen. Na to, jakým způsobem tato vykreslení vznikají, existují různé náhledy. Podle jednoho z nich média prezentují přesně to, co funguje ve společnosti, odrážejí realitu, předkládají lidem jejich žitý svět. Tento názor se opírá o tzv. hypotézu zrcadlení (reflection hypothesis), která tvrdí, že „obsah médií zrcadlí chování a vztahy, hodnoty a normy, které ve společnosti převládají“. (Ranzetti, Curran 2003: 182) Publiku je tedy předkládáno to, co samo chce a očekává. Jak uvádějí Ranzetti a Curran, shodují se mediální analytici na tom, že média nereflktují pasivně realitu, ale sama se na utváření kultury aktivně podílejí. „Média vybírají, co stojí za pozornost, a určují pořadí co je a co není důležité – jinými slovy, „nastolují agendu“ veřejného mínění... Způsob jak média vybírají témata, strukturují rozhovor a kontrolují diskusi – proces, který zahrnuje zásadní vynechávky - představuje hlavní aspekt jejich vlivu.“ (Baehr in Ranzetti, Curran 2003: 183)

Média prezentují, přisuzují určité vlastnosti, zjednodušené (typizované) obrazy jevů. Genderové role nevyjímaje. Podle kritiky stereotypního zobrazování genderů se média dopouštějí symbolické anihilace, tedy tradičního přehlížení, trivializování nebo odsuzování některé sociální skupiny. (Ranzetti 2003: 183)

Mezi masovými médii je televize považována za médium s největším socializačním dopadem. Obsahy zobrazované prostřednictvím televize ovlivňují to, jak se lidé na společnost ve které žijí, dívají. Ranzetti a Curran, kteří vycházejí ze závěrů četných výzkumů, uvádějí, že genderové stereotypy v televizi převládají. Ačkoliv se

situace s plynutím času zlepšuje, ženy se na obrazovkách objevují méně často než muži, zároveň bývají méně důležité a méně autoritativní. Navíc jsou u nich kladeny větší nároky na vzhled a atraktivitu, ženy se často vyjadřují ke svému zevnějšku nebo jsou v tomto ohledu komentovány druhými. V televizi se objevující muži hovoří spíše o své práci, naopak hlavním zájmem prezentovaných žen jsou milostné vztahy. (Ranzetti, Curran 2003: 194)

Meyrowitz, opíraje se o studie tykající se genderových stereotypů, taktéž dokládá, že muži a ženy jsou v televizních pořadech prezentováni stereotypně. Mužské postavy se dle něj na obrazovkách objevují častěji, někdy připadá i jedna žena na pět mužů. *„Mužské postavy bývají mnohem více vzrušující a zajímavější; jedná se především o postavy profesionálů svého oboru, hrdinů a zločinců. Ženské postavy jsou naopak často závislé na mužích, méně inteligentní a schopné než muži a mnohem emocionálnější. Ženy jsou také zobrazovány jako pasivnější a méně úspěšné při dosahování svých cílů. Zkreslený pohled na muže a ženy se v televizním vysílání objevuje v zábavných pořadech pro dospělé, v dětských pořadech, ale dokonce i ve zpravodajství a dokumentech... Vědci také dospěli k názoru, že způsob televizní prezentace mužských a ženských rolí má vliv na to, jak děti vnímají, které role přísluší danému pohlaví.“* (Meyrowitz 2006: 176) Média tedy také zastávají významnou roli v předávání společenských norem a hodnot, genderové nevyjímaje.

Na vytváření stereotypů a jejich medializaci se také významně podílí převládající ideologie ve společnosti. Neutrální pojetí ideologie ji chápe jako vědu o idejích, přičemž tyto ideje nemusí být nutně zavádějící, iluzorní, nebo spojené se zájmy určité konkrétní skupiny. Převládající pojetí ideologie je však kritické, vycházející z Marxova výkladu. Ideologie je dávana do souvislosti s mocí, konkrétně je spojována se symbolickou mocí, tedy používáním idejí (sdílených představ a názorů) k obhajobě a ospravedlňování zájmů dominantních skupin ve společnosti, k legitimizaci rozdílů mezi skupinami lidí. Jako prostředek uplatňování ideologie mohou sloužit také média. (Giddens 2005: 376, 550) *„Thompson soudí, že masové sdělovací prostředky obecně značně rozšiřují pole působnosti ideologií v moderní společnosti, což se týká nejen zpráv, ale i řady jiných pořadů nejrůznějšího obsahu a žánru.“* (Giddens 2005: 376)

4. Charakteristika pořadu

4.1 Zařazení do programového schématu

Pořad *Tah dámou* se poprvé objevil na televizních obrazovkách 8. ledna 2011. Od té doby je pravidelně vysílán na televizním programu ČT 24. Jedná se o specializovaný program České televize, který vznikl v roce 2005 díky digitalizaci vysílání a svým obsahem se zaměřuje především na zpravodajství. Původně byl pořad *Tah dámou* zařazen v programu pravidelně v sobotu ve 20.30 a reprízován následující den, tedy v neděli, v 16.30. Od dubna 2011 bylo sobotní vysílání pořadu posunuto na 21.30. V tento čas je pořad vysílán také v současnosti a je tak zařazen v časovém úseku programového schématu, kterému se říká prime time, tedy hlavní vysílací čas. Ten je charakterizován nejvyšší sledovaností a jsou v něm obsaženy pořady vysílané v časovém intervalu zhruba mezi 19.00 – 23.00 hod. (Reifová 2004: 191) Stopáž každého dílu pořadu je 23 až 26 minut.

4.2 Žánrové zařazení

Žánrové zařazení pořadu není zcela jednoznačné. Žánr definuje McQuail jako „výraz označující kterýkoliv hlavní typ nebo kategorii mediálního obsahu“. (2009: 586) Žánr má podle něj určitou identitu shodně vnímanou jeho tvůrci i příjemci, která se vztahuje k jejímu účelu, formě a významu. Zároveň by měl konkrétní žánr dodržovat určitou očekávanou strukturu, která jej činí předvídatelným. Podle Osvaldové je současné žánrové rozdělení nestálé a vágní, což je produktem praktického používání v médiích. (Osvaldová 2002: 219) Důkazem nestriktnosti žánrového zařazení může být právě pořad *Tah dámou*, který Česká televize označuje jako talk show, pro niž je charakteristické interview s osobnostmi obecného zájmu. Od naplňování definice talk show se však odchyluje tím, že se neorientuje na zábavný charakter pořadu, ale přibližuje se spíše televizní besedě či diskuzi (společné zjišťování různých náhledů na věc). (Osvaldová 2002)

4.3. *Prezentace pořadu*

Autorkami pořadu jsou Jana Ciglerová a Veronika Linková. Každý týden provází pořadem jedna z trojice stálých moderátorek, kterými jsou Jolana Voldánová, Nora Fridrichová a Michala Hergetová. Moderátorku doplňují dvě spolukomentátorky, které si pozvou jednoho hosta a společně diskutují na vybrané téma, případně témata. Autorky v upoutávce k pořadu uvádějí, že se jedná o pořad, který dává prostor ženám pro vyjádření svého názoru. „*Tah dámou je pořad, ve kterém budou vystupovat zajímavé, úspěšné ženy a komentovat aktuální dění ve společnosti a politice... Tah dámou chce prezentovat ženský pohled na svět, který může být i trochu odlišný od toho mužského... Má úplně jinou atmosféru než jiné zpravodajské pořady, proto se snažíme tam vytvořit vlastně takovou atmosféru ostrůvku osvětleného v setmělém studiu, odkud se šíří ten ženský hlas dál.*“¹ V české televizní produkci se jedná o pořad ojedinělý. Ačkoliv diskusních pořadů se na televizních obrazovkách objevuje několik, žádný se dosud neorientoval na prezentování ženských názorů na aktuální události.

4.4. *Cílová skupina a sledovanost*

Cílová skupina pořadu není jasně definována. Podle na Internetu dostupných údajů společnosti Media Master², která se zabývá prodejem reklamního prostoru pro Českou televizi, jsou diváky pořadu spíše středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní lidé, lidé s vyššími příjmy. Pořad sledují jak ženy, tak muži. Žádné výrazné rozdíly ve sledovanosti mezi těmito dvěma skupinami nejsou. Průměrná sledovanost pořadu je vyjádřena pomocí ratingu, který podle Reifové uvádí „... *kolik procent z populace se na úsek televizního programu, resp. většinou na konkrétní pořad dívalo*“. (Reifová 2004: 205) V případě pořadu Tah dámou je to něco málo přes 1,5 % osob starších 15 let. Nejvyšší sledovanost zaznamenal pořad v dubnu a říjnu 2011, kdy se dostal do žebříčku padesáti nejsledovanějších pořadů ČT24. Podle údajů České televize³ dosáhl 30. dubna ratingu 1,9 %, pořad tehdy sledovalo 165 000 diváků. Pozornost

¹ Odkaz na webovou stránku je uveden v internetových zdrojích

² Odkaz na webovou stránku je uveden v internetových zdrojích

³ Odkazy na webové stránky jsou uvedeny v internetových zdrojích

147 000 diváků si získal pořad 15. 10, procentuální sledovanost dosahovala hodnoty 1,7.

5. Metodologie

5.1. Sémiotika

Sémiotika je interpretační věda, která se zabývá studiem znaků, znakových systémů, jejich fungováním a schopností odkazovat k významům přesahujícím znaky samotné. (Černý, Holeš 2004) Eco (2009) vidí sémiotiku jako ekvivalent kulturní antropologie, podle něj je znak podstatou veškeré lidské komunikace a tím i základním prvkem kultury. Základy moderní sémiotiky položili na přelomu 19. a 20. století americký filozof a logik Charles Sanders Peirce a švýcarský lingvista Ferdinand de Saussure.

5.1.1. Znak

Vzhledem k značnému množství a různé povaze znakových systémů, není jednoduché přesně stanovit, co je to znak. Jedna z možných definic vnímá znak jako něco, za čím se skrývá něco jiného, a přitom existuje někdo, kdo si takový vztah uvědomuje. (Černý, Holeš 2004: 16) Znakem tak může být prakticky cokoliv, co zaujme naše smysly.

Saussurovo pojetí znaku je dualistické. V tomto pojetí obsahuje znak dvě základní a neoddělitelné složky, *signifiant* (označující) a *signifié* (označované) „... které se jako celek vztahují k určitému pojmu, čímž vydělují z mimojazykové skutečnosti její určitou, přesně vymezenou část“. (Černý, Holeš 2004: 28) Označující je pro Saussura jakýmsi akustickým obrazem, smyslovou reprezentací, zatímco označované pojmem, abstraktním mentálním konceptem. (Saussure 1996: 96)

Peirce dal vzniknout jinému úhlu pohledu na sémiotiku. Podle něj je znakem „něco, co pro někoho něco zastupuje z nějakého hlediska nebo v nějaké úloze“. (Peirce in Eco 2009: 26) Sémióza je pro něj kooperací tří subjektů, objektu, který je zastupován znakem, avšak toto zastupování je podmíněno zprostředkováním interpretantem. (Eco 2009: 26) Peircovo pojetí znaku je triadické, rozděluje znaky na ikony, indexy a

symboly. Ikony jsou charakteristické podobností s označovanými předměty, indexy jsou s předmětem označování spojeny vztahem souvislosti a symboly jsou založeny na vztahu konvence (např. jazykové systémy).

5.1.2. Kódování, dekódování

Označující nebývá spojen s jedním označovaným, tudíž v mediální komunikaci vzniká prostor pro vytváření významů, jak autory mediálních textů, tak jejich příjemci. Podavatelé volí různé označující a naopak konzumenti přiřazují těmto předkládaným označujícím označované. (Trampota, Vojtěchovská 2010) Jedná se o proces kódování a dekódování. Podle Halla se proces „zabudování“ významu do textu liší od „získávání“ významu z textu, avšak součástí textu bývá návod na jeho dekódování. Přesto je způsob, jakým bude sdělení dekódováno určitým příjemcem, ovlivněn řadou faktorů sociokulturní, politické a osobní povahy. (Hall in Jiráček, Köpplová 2009) *„Jednotlivé skupiny a podskupiny existující ve společnosti si do procesu mediální komunikace vnášejí nějakou vlastní sdílenou zkušenost.“* (Jiráček, Köpplová 2009: 237)

5.1.3. Označování

„There are different levels of meaning or, to use the semiotic term, different orders of signification.“ (Fiske, Hartley 2001: 40) Tyto stupně signifikace mohou být tři. Prvním stupněm označování je denotace, ve druhém stupni pracuje Roald Barthes (2004) s konotací a mýty a jako třetí uvádí Fiske (2001) ideologii.

Denotací nazývá Barthes (2004) význam prvního řádu, doslovný vztah k označovanému. Denotace se vztahuje ke konsenzuálnímu vnímání znaku, na denotativním významu se shodnou členové dané kultury. (Reifová 2004) *„In this order the sign is self-contained.“* (Fiske, Hartley 2001: 41)

Konotace je pro Barthesa prohloubením prvního významu (denotace) na základě asociace, vytvářením významů kulturních. Znaky mohou konotovat každému příjemci různé významy na základě jeho osobních pocitů a postojů. *„Connotation is expressive, involving subjective rather than objective experience, and is essentially the way in*

which the encoder transmits his feelings or judgement about the subject of the message.“ (Fiske, Hartley 2001: 44)

Mýtus je podle Barthesa určitou promluvou, sdělením. Jedná se o sekundární sémiologický systém, je budován na základě již existujícího sémiologického řetězce. *„Co je v primárním systému znakem, se v sekundárním systému stává prostým označujícím.“* (Barthes 2004: 112) Mýtus je tak výsledkem procesu stupňování signifikace.

Fiske a Hartley uvádějí, že jednotlivé mýty jsou organizovány do širších struktur, které nazývají ideologiemi nebo také mytologiemi. Ty jsou založené na intersubjektivitě, tedy společenském sdílení významů, které se mohou měnit. Tento třetí stupeň signifikace reflektuje obecné principy organizace a interpretace reality, se kterou se daná společnost tímto vyrovnává. (Fiske, Hartley 2001: 46)

5.2. Sémiotická analýza

Jednou z možných metod zkoumání významu obsahu mediálních sdělení je sémiotická analýza. Jedná se o kvalitativní analýzu vycházející z poznatků sémiotiky, která spočívá v analýze jednotlivých prvků (znaků), ze kterých je sdělení složeno, a odhalování jejich možného významu. Tímto způsobem dochází k analyzování celých mediálních textů nejen na explicitní úrovni, tedy zjevné, ale zejména na úrovni symbolické. V případě sémiotické analýzy bývá zkoumaný vzorek menší (například oproti obsahové analýze založené na kvantitativní metodě) a je vybrán s určitým záměrem. Cílem této metody je interpretovat text v kulturním, politickém, historickém či společenském kontextu. Předmětem zkoumání mohou být jak lingvistická sdělení, tak i sdělení vizuální či auditivní. Pro aplikaci sémiotické analýzy nejsou nastavena přesná závazná pravidla. (Trampota, Vojtěchovská 2010)

5.2. Diskurzivní analýza

Jan Hendl uvádí diskurz jako konstrukci verzí sociálního dění v různých rozpravách a popisech a analýzu diskurzu jako metodu, která se věnuje obsahu takových

konverzací, příslušným tématům a jejich organizaci. „*V analýze diskurzu zjišťujeme, jak text a promluvy produkují určitou pozici subjektu. V datech hledáme explicitní a implicitní projevy různých diskurzů.*“ (Hendl 2008: 267) Podle Hendla neexistuje mezi výzkumníky jednoznačný souhlas, co takovou analýzu tvoří. Uvádí však klíčové aspekty charakterizující výzkum pomocí analýzy diskurzu (podle Potter a Wetherell):

- a) Řeč i text jsou sociální praktiky
- b) Hledání procesů jednání, konstrukcí a variability
- c) Zájem o rétoriku a argumentativní organizaci jazykových projevů

Jednou z možných forem této analýzy je kritická diskurzivní analýza, která se zaměřuje na zdůrazňování mocenských vztahů a ideologie pomocí jazyka. (Hendl 2008: 267) Podle Fairclougha pracují (jazykově) média na ideologické úrovni tím, že určitým způsobem reprezentují svět a konstruují sociálních identity a sociální vztahy. (Fairclough 1995: 12) Komunikační událost se podle něj sestává ze tří dimenzí, které nazývá textem, diskursivní praxí a sociokulturní praxí. Užití jazyka je podle Fairclougha na jednu stranu ovlivněno sociální realitou, na druhou se na jejím vytváření podílí. (Fairclough 1995: 55)

5.3. Výzkumný problém

S pořadem od jeho počátku souvisí problematika genderu. Jeho vznik byl motivován údajným nedostatečným poskytováním prostoru pro názory žen. Pořad jim tedy dává prostor pro vyjádření se k různým tématům, často aktuálním, a současně má nabourávat ve společnosti zažitě genderové stereotypy. „*Chceme prezentovat ženy, které jsou vyvrácením těch zaběhlých stereotypů.*“⁴ Cílem práce je analyzovat právě genderovou tematiku v pořadu *Tah dámou*. Zájmem se tedy stává způsob, jakým jsou v diskuzích v rámci tohoto pořadu vnímáni a prezentováni muži a ženy, rozdíly mezi nimi. Práce se zaměřuje na diskurzy vytvářené v pořadu, které se váží ke genderové problematice. Dále je jejím cílem zjištění, zda a jaké genderové stereotypy jsou potvrzovány (explicitně nebo implicitně).

Výzkumné otázky:

Jaké diskurzy vztahující se k problematice genderu se v pořadu objevují?

Jaké genderové stereotypy se v pořadu projevují?

5.4. Metoda výzkumu a zdroj dat

Pro výzkum jsem zvolila kombinaci dvou kvalitativních metod, sémiotické a diskurzivní analýzy. Zdrojem dat k analýze byly záznamy jednotlivých dílů pořadu *Tah dámou*. Ty jsem získala na internetových stránkách České televize⁵. Konkrétně jsem pro potřeby analýzy vybrala devět dílů, ve kterých se diskutující k problematice genderu vyjadřovali. Jedná se o díly z různých období vysílání pořadu, od prvního dílu po díly nedávno odvysílané (8. 1. 2011, 29. 1. 2011, 9. 4. 2011, 28. 5. 2011, 25. 6. 2011, 8. 10. 2011, 17. 12. 2011, 10. 3. 2012, 31. 3. 2012). Analýze jsem podrobila jak jednotlivé dominantní mimojazykové znaky (na úrovni denotativní a konotativní), tak znaky jazykové, které jsou součástí výpovědí. Na základě těchto výpovědí jsem určila hlavní diskurzy vážící se ke genderové problematice. K tomu mi posloužily přepisy relevantních pasáží z analyzovaných dílů pořadu. Ty jsem následně analyzovala pomocí softwaru pro kvalitativní výzkum ATLAS/ti. Tento software umožňuje přehledné kódování výpovědí a systematické organizování vytvořených kódů. Během kódování se tak odhalují jednotlivé diskurzy ve výpovědích obsažené.

6. Analýza pořadu

6.1. Struktura pořadu

Pořad začíná znělkou pojící hudební a vizuální složku, ve které se objevují postavy tří stálých moderátorek. Tato znělka byla změněna poté, co dvě z těchto moderátorek odešly na mateřskou dovolenou. Nyní je znělka bez představení moderátorek.

Úvodní záběr je rozdělen na dvě poloviny. V první je vidět část studia, druhou zakrývá zástěna z průsvitného materiálu. Zpoza té následně vystoupí moderátorka dílu

⁴ Díl z 8. 1. 2011

⁵ <http://www.cesktelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/>

a uvede jej. Nejprve krátce obeznámí diváky s tím, kdo bude hostem a spolukomentátorkami a jakému tématu se budou věnovat.

Po úvodu následuje záběr na studio. V jeho středu je kulatý stůl, kolem něj se nachází v půlkruhu čtyři sedačky, na každé z nich sedí jedna (jeden) z diskutujících. Zpočátku byly ve studiu v úvodu pouze moderátorka se spolukomentátorkami a host přišel do studia až později, poté co se přítomné vyjádřily k jeho osobě a případně zdůvodnily, proč si jej pozvaly. Hovor začíná moderátorka pozdravením ostatních u stolu a pokládá úvodní otázku týkající se daného tématu, nejčastěji obecnou, neadresovanou konkrétní osobě. Tím začíná diskuze, ve které mohou jednotliví diskutující na své výpovědi vzájemně reagovat, zároveň do hovoru vstupuje moderátorka s doplňujícími otázkami nebo otázkami, které vedou hovor určitým směrem (k různým podtématům, nebo tématům souvisejícím). Moderátorka má k dispozici kartičky s poznámkami.

Během diskuze jsou kamerou zabíráni její jednotliví účastníci v polodetailech – hlava, ramena a část hrudníku. Tyto záběry jsou statické a bývají poměrně dlouhé – v případě zabírání hovořících až několik desítek vteřin. V tom případě bývají přerušovány například krátkými záběry na ostatní zúčastněné. Dalším typem záběru, který se objevuje v menší míře, je záběr na celé studio ze strany odkrytého půlkruhu stolu. V záběru jsou zachyceni všichni diskutující. Tento záběr je dynamický, pohled je pomalu přibližován směrem do centra studia. Podobný je záběr ze zhruba stejné pozice, avšak pořizovaný z mírného nadhledu, jehož spodní část zakrývá panel, který tvoří dekoraci studia. Tvoří tak prostor pro grafické uvedení jmen diskutujících do obrazu. V počátečních dílech pořadu byla variace používaných záběrů širší, byly častěji používány záběry kamerou pohybující se do stran nebo záběry pořizované z podhledu.

Na závěr diskuze přerušuje moderátorka konstatováním, že je díl pořadu u svého konce, případně debatujícím poděkuje za účast a rozloučí se s diváky. Závěrečný záběr kamery snímá všechny diskutující a jejich obraz je pomalu oddalován. Současně je zeslabován zvuk přenášený ze studia, který je doprovázen hudební znělkou. Účastníci pořadu však pokračují dále v diskuzi, tentokrát už bez diváků. To konotuje neformálnost diskuze.

6.2. Mimoslovníkové znaky

Barevnost

Studio, ve kterém je pořad natáčen, je laděno do šedo - červené barvy. Šedá barva tvoří neutrální základ (podlaha, stěny), na kterém vynikají výrazné červené akcenty, červené polstrování sedaček, červeně rozsvícené obrazovky na stěnách. Červená barva přitahuje pozornost a symbolizuje (konotuje) změnu, dynamiku, energii a sílu, dále je (společně s růžovou) obecně spojována se ženami (modrá naopak s muži). Výběr barvy se zdá tedy být záměrný s ohledem na její konotovaný význam.

Uspořádání prostoru

Diskuze probíhá u kulatého stolku, diskutující sedí v půlkruhu kolem něj. Původně měla místa k sezení ve studiu podobu barových stoliček a atmosféra ve studiu byla setmělá (červené obrazovky na stěnách nebyly rozsvícené, osvětlení bylo sporé), takové prostředí evokovalo intimitu a neformálnost, náladu, kterou je možné si spojit například s prostředím kavárny nebo baru. Později byly barové stoličky vyměněny za polstrovaná sedadla a ve studiu přibylo více světla, prostředí se tak stalo méně neformálním. Moderátorka není v prostoru od ostatních nijak vyčleněná, pozicí u stolku je postavena na roveň hostům a spolukomentátorkám.

Oblečení diskutujících

Diskutující mají vždy upravený vzhled. Ženy jsou ve většině případů nalíčené a mají doplňky v podobě náušnic, náramků nebo náhrdelníků. Častými částmi oděvu jsou u žen sukně, šaty, boty na podpatku (lodičky, kozačky), halenky. Jedná se o čistě ženské oblečení, které spolu s nezřídka se objevujícími odhalenými dekolty odkazuje na feminitu. Naopak muži, kteří jsou hosty pořadu, volí převážně mužské formální oblečení, oblek, nebo košili a sako. Svým oblečením a vizáží se tak většina diskutujících hlásí ke vzhledu typickému pro své pohlaví.

Mimika, gestika a další mimoslovníkové znaky

Diskuze často doprovázejí mimoverbální komunikační prostředky, jako je přitakávání pomocí přikyvování (někdy spojené i s verbálním projevem) diskutujících, kteří tímto způsobem dávají najevo souhlas s výroky hovořícího a tím tyto projevy posilují. Účastníci diskuze také často doprovázejí svou mluvu gestikulací, která vyniká zejména v záběrech na celé studio, polodetailní záběry nezachytí pohyby rukou zcela.

Současně diskutující používají v komunikaci další mimoverbální projevy, jako jsou výrazy obličeje - mimika (výrazy souhlasu, nesouhlasu, opovržení, pobavení, nepochopení) včetně komunikace pomocí očí (oči v sloup, navazování očního kontaktu). V diskusích se objevují situace, kdy jsou její účastníci pobaveni a reagují na ně společným smíchem. Takovéto popsané mimoverbální projevy se objevují zejména u žen a odkazují na emocionalitu a expresivitu jednání, které bývají spojovány právě se ženami. Zároveň konotují zaměřenost na mezilidské vztahy (sociální afinitu), vzájemnou empatii a pochopení, též vlastnosti považované za spíše ženské.

6.3. Diskurzy objevující se v pořadu

Jedním z hlavních diskurzů objevujících se v diskuzích pořadu, je **diskurz ženského charakteru, ženských atributů**. Ve výpovědích diskutujících zaznívaly vlastnosti spojované se ženami, vymezující je tímto do určité míry vůči mužům. Některé se opakovaly nebo byly podobné. Mezi opakované patří zodpovědnost „*ženy mají větší pocit zodpovědnosti*“⁶ a empatie „*ženy jsou empatičtější*“⁷ a s ní spojená schopnost „*číst lidi*“. „*Ženy mají přečtené ty svoje spolupracovníky.*“⁸ Dalšími ženskými vlastnostmi byly identifikovány mateřskost, zaměřenost na rodinu a citovost. „*Žena do managementu přináší takovou tu právě svoji mateřskost, mateřskost k tomu týmu.*“⁹

Ženy jsou v diskurzu také považovány za méně průbojné než muži, méně konfliktní, vyhýbající se konfrontaci. „*Ženská se nechce až tolik možná hádat a dohadovat a vůči někomu se vymezovat.*“¹⁰ Zároveň jsou ženy více orientované na dlouhodobější cíle, což souvisí se zmiňovanou zodpovědností, a také méně odhadnutelné než muži. „*Mají vybudovanou tu svojí životní filosofii na dlouhodobou udržitelnost.*“¹¹ „*Nemůžete tak dobře podle mě odhadnout ženu, co udělá.*“¹² Dalším atributem často zmiňovaným v souvislosti se ženami je vzájemné konkurování si

⁶ Díl 25. 6. 2011

⁷ Díl 8. 1. 2011

⁸ Díl 8. 1. 2011

⁹ Díl 8. 1. 2011

¹⁰ Díl 8. 1. 2011

¹¹ Díl 8. 10. 2011

¹² Díl 8. 1. 2011

a nízká schopnost se mezi sebou podpořit. „*Stále jsme konkurentky, stále bojujeme, aby si nás samci všimli.*“¹³

Diskurz chování mužů a atributů s nimi spojovaných zmiňuje muže zejména v souvislosti s mocenskými pozicemi, vedoucími postaveními ve firmách a vysokou politikou. S prostředím, kterému dominují muži, a s jejich chováním je v diskurzu často spojována agresivita. S tou souvisejí další ve výpovědích zmiňované atributy, jako je arogance, síla, ostrost, nekomunikativnost, sobeckost, vulgarita a hrubost, které jsou přisuzovány právě chování mužů zejména ve vysokém postavení. „*Takový ten mužský styl chování. Větší arogantnost a větší jakoby síla. Ta jednání jsou agresivnější, nekomunikativnější, větší prosazování těch věcí.*“¹⁴

Zároveň je zdůrazňováno, že chování žen je jiné, ženské a mužské vlastnosti jsou rozdílné. „*Jsou jiné. Systém uvažování ženy je jiný. Systém vedení, když je žena ve vedení firmy, je jiný.*“¹⁵ Diskurz označuje jednání mužů za zaměřené na krátkodobé cíle oproti ženám, které posuzují a rozmýšlejí své konání v dlouhodobější perspektivě. To souvisí se zmiňovanými mužskými atributy. „*Ženy mají většinou dlouhodobé cíle, se dívají na ten vývoj strategicky, strategičtěji než ti muži. Protože ti potřebují velmi rychle ty výsledky.*“¹⁶ „*Muži jdou na všechno hodně rychle, přímočaře, ostře, agresivně.*“¹⁷

Dalším diskutujícími identifikovaným způsobem chování mužů je jejich vzájemná solidarita, ochota si pomoci a vytváření sítí vztahů, a to zejména opět v souvislosti s participací na moci. Tento způsob chování diskutující u žen neshledávají. „*Mužská potřeba se solidarizovat. Ženy se méně setkávají.*“¹⁸ „*Chlapi síťují, chlapi si navzájem pomáhají. Proč ty ženské nesítují?*“¹⁹ V diskurzu byla také zmíněna objektivizace žen ze strany mužů a tím i jejich snižování, snižování jejich

¹³ Díl 8. 10. 2011

¹⁴ Díl 8. 10. 2011

¹⁵ Díl 6. 8. 2011

¹⁶ Díl 8. 10. 2011

¹⁷ Díl 8. 1. 2011

¹⁸ Díl 8. 1. 2011

¹⁹ Díl 9. 4. 2011

profesionalitu. „Je nepříjemné, když přijdete na jednání a chcete řešit nějakou smlouvu a někdo vám kouká do výstřihu a říká vám, že vám to sluší.“²⁰

Diskurz mateřství chápe jako podstatné pro ženu mít děti. Pokud je schopna skloubit mateřství s kariérou, pak je to známkou úspěchu. To je patrné zejména v prvních dílech pořadu z představování žen, které jsou hosty. „Senta je jedna z nejvýše postavených manažerek v České republice, do toho má ... krásné úspěšné děti.“²¹ „Dneska je jednou z nejuznávanějších českých fotografek a matkou tří dětí.“²²

V diskurzu je péče o dítě chápána jako dominanta žen – matek. „Muži dnes už děti vlastně nevychovávají, nebo ve velmi malé míře.“²³ Zároveň je mateřství považováno za určitou překážku v budování kariéry, v plynulé cestě za pracovním úspěchem. „Problém je ten okamžik toho mateřství, protože v tu chvíli vy padáte na začátek a vaši kolegové, kteří třeba byli stejně šikovní, nebo i míň, jdou postupně dál.“²⁴

V tomto diskurzu však mateřství není tím, po čem musí žena nutně toužit a bezdětnost není považována za deviantní chování. Diskutující se tak vymezují vůči podle nich ve společnosti převládajícímu nároku na ženy (ale i muže) mít děti a obětovat se pro ně. „Lidé, kteří nemají děti, jsou dneska sobeckí, já to slyším pořád. Sobeckost. Protože žena, která má děti, se obětovala. A to jsou takové maličké věci, které ta společnost vám pořád hází pod nohy.“²⁵

Diskurz konstruovaný v pořadu považuje za důležité pro dítě v rámci jeho výchovy jak element matky, tak otce. „Otcové jsou pro vývoj dítěte stejně důležití jako matky.“²⁶ Zároveň je však rozlišován jejich přínos dítěti, což souvisí s jejich vlastnostmi. „Otec i matka pro dítě přinášejí jakoby dvě takové různé dimenze. Matka především stabilitu, vyváženost, klid, kontinuitu a intuici... U otce je to především aktivizace dítěte, porušování těch klidových stavů, vyzývání k nějakým aktivitám.“²⁷

²⁰ Díl 25. 6. 2011

²¹ Díl 8. 1. 2011

²² Díl 29. 1. 2011

²³ Díl 8. 10. 2011

²⁴ Díl 1. 8. 2011

²⁵ Díl 10. 3. 2012

²⁶ Díl 31. 3. 2012

²⁷ Díl 31. 3. 2012

V souvislosti s dětmi je v diskurzu identifikována rodina jako zázemí ženy, které je často podstatnější než její realizace v pracovním životě a usilování o mocenské postavení. *„Není to osudový, všechny ty rozhodnutí, budu mít kariéru, nebudu mít kariéru, teď skončím v nějaké funkci, prostě není ve většině případů tak podstatný, protože ta žena má kam odejít. Já se těším, až budu mít vnoučata.“*²⁸

Diskurz žen v politice, objevující se ve výpovědích diskutujících, chápe politiku jako doménu mužů, která má určité vlastnosti a pravidla nastavená právě podle mužů. Tím se politika ženám vzdaluje, je jim svou povahou cizí. *„Politika je pánský klub a jako takový má svoje pravidla, styl chování. Ten nám není blízký. Je agresivní.“*²⁹

Jako důvod, proč ve vrcholné politice tvoří převážnou část muži, je nejčastěji uváděna neochota těchto na moci participujících pouštět mezi sebe ženy, utvářet podmínky pro jejich přístup do vysoké politiky, kdy ženy pak *„...narážejí úplně jednoznačně na skleněný strop. Prostě ta propustnost tady podle mě není. A myslím si, že genderová kultura, nastavení parametrů v těch politických stranách je takové, že v podstatě tam není ani nic, co by vítalo nebo bylo pozitivní pro ty ženy, proč by tam měly chtít jít“*.³⁰

Naopak oblastí politiky, kde se ženy mohou realizovat, je chápána komunální politika, což je spojováno s určitými vlastnostmi, které jsou v diskurzu přisuzovány právě ženám. Zejména se jedná o potřebu žen se zabývat praktickými záležitostmi, které vykazují určité viditelné výsledky, a mít tak uspokojení z vykonané práce. *„Ženy, které se angažují na té lokální úrovni, protože tam prostě jde o ty praktické věci o to, že se člověk zaměřuje na konkrétní věci, se kterými chce něco dělat.“*³¹ Zároveň potřeba vykonávat užitečné věci je u žen podle diskutujících vyšší než touha po moci a osobním prospěchu. *„Ženy potřebují mít uspokojení z té práce, možná mnohem více, nežli mít*

²⁸ Díl 8. 10. 2011

²⁹ Díl 9. 4. 2011

³⁰ Díl 25. 6. 2011

³¹ Díl 25. 6. 2011

funkci.³² „Protože ty ženy to chtějí udělat a neptají se kolik za to a není to otázka prestiže.“³³

Dalším problémem spojeným s nízkým zastoupením žen ve vysoké politice je v diskurzu identifikováno přejímání mužského stylu chování, vlastností typických pro muže, které v politice dominují, ženami, které do ní vstupují. Ty jsou pak přehlušeny nebo splynou s oním mužským prostředím a nehájí tak ženské zájmy, což by podle diskutujících v pořadu dělat měly. „Občas dostáváme do politiky takový ty barbínky, nebo se přejímá takový ten mužský styl chování.“³⁴ „To znamená, že v momentě, kdy máte méně než třicet procent žen, tak ty ženy se nechovají jako ženy. To znamená, že ty ženy se začnou chovat jako muži. Samozřejmě, dokonce hůř, protože zvýrazňují tu vlastnost, která je srovnává s tím majoritním celkem. Tak volíte buď to, že musíte být over žena, bílé perly na krku a modrý kostýmek, nebo že se chováte jako chlap.“³⁵ „A bojí se zastupovat ženské zájmy právě kvůli tomu, že budou dehonestovány svými mužskými kolegy.“³⁶

Část diskutujících, kteří se v pořadu k problematice žen v politice vyjadřovali, se ztotožňuje s návrhem zavedení kvót pro ženy v politice, které by podle nich zmiňované problémy mohly vyřešit a učinit vysokou politiku přístupnou ženám tak, aby v ní byly autonomní. „My potřebujeme roztáhnout, zahřát, dostat tu možná pro vás nespravedlivou výhodu. My potřebujeme jump start, abychom se trochu rozjely, protože jinak to nepůjde. Jinak budeme pořád pronikat do cizího prostředí. My musíme naráz z toho také udělat naše prostředí, abychom se nemusely chovat jako černé krávy.“³⁷ „V podstatě bychom museli, hovoří se o 30 % zhruba, dosáhnout určité kritické masy v zastoupení žen, aby bylo legitimní ta témata tam nadnášet, zastupovat je.“³⁸ Podle diskutujících zastávajících tento názor je to způsob, jak dosáhnout vyšší rovnoprávnosti mužů a žen, která zde podle nich není dovršena. „Pokud se má zvyšovat rovnost ve společnosti a zastoupení žen v politice, tak se muži budou muset vzdát svých výhod,

³² Díl 25. 6. 2011

³³ Díl 8. 10. 2011

³⁴ Díl 8. 10. 2011

³⁵ Díl 9. 4. 2011

³⁶ Díl 25. 6. 2011

³⁷ Díl 9. 4. 2011

³⁸ Díl 25. 6. 2011

*které historicky mají.*³⁹ Druhá část účastníků diskuze na toto téma se vyjadřuje proti zavádění jakýchkoliv podpůrných opatření pro ženy v politice. „*Kde ženy české chtějí být, tak tam jsou.*“⁴⁰

Dalším diskurzem, který bylo možné ve výpovědích diskutujících v pořadu odhalit, je **diskurz překážek**, které brání ženám v dosahování jejich cílů, ať už osobních, nebo kolektivních. Tento diskurz konstatuje existenci rozdílů, nerovností mezi muži a ženami ve společnosti, které jsou vnímány negativně. Příčiny jsou pak nalézány především na straně žen samotných. Opakovaně bylo v diskuzích zmiňováno, že ženy se samy často staví do pasivní pozice tím, že své případné ambice a touhy nedávají najevo, nesnaží se o ně, což je vnímáno jako nesprávné jednání. „*Třeba ty ženy to v sobě tutlají, ony to třeba neřeknou, ale tak to je potom špatné.*“⁴¹ „*Není to právě problém těch žen, že neřeknou nahlas, co si myslí?*“⁴²

V tomto diskurzu jsou jako zdroje překážek identifikovány zejména ženy samotné, ať už již zmíněnou nečinností, tak nesolidarností žen mezi sebou. To se podle diskutujících projevuje vytvářením nároků na ženy, tedy na sebe samy, které nejsou schopny splnit. Přitom se podle výpovědí v tomto ohledu soudí a odsuzují ženy samy mezi sebou. „*Ženy jsou ty, které většinou soudí druhé ženy - za to, že nebyly dost dlouho na mateřské, za to, že nejsou dost dobré matky... To jsou ženy, které si nastavují tato pravidla, která potom nejsou schopné samy sobě splnit.*“⁴³ Ženy jsou zároveň v tomto diskurzu vnímány jako hlavní překážky změn nastavených norem vedoucích ke snížení nároků na ně samotné. Ženy jsou tak v tomto pohledu „*nejčastějšími odporovatelkami a držitelkami původních metod, odporovatelkami změn a popiratelkami, že něco se udělat musí, že je potřeba někde ulehčit*“.⁴⁴

Diskurz vzhledu jej chápe jako podstatný hodnotící atribut. A to zejména u žen, kde má značný podíl na vytváření jejich úspěchu. Byl dokonce zmíněn při

³⁹ Díl 28. 5. 2011

⁴⁰ Díl 31. 3. 2012

⁴¹ Díl 8. 1. 2011

⁴² Díl 8. 1. 2011

⁴³ Díl 10. 3. 2012

⁴⁴ Díl 10. 3. 2012

představování hosta v jednom z dílů pořadu. „*Senta je... a navíc fantasticky vypadá.*“⁴⁵ Vzhledu byl věnován jeden z dílů pořadu. „*Dnes tu ale budou jen ženy, protože bavit se budeme o dokonalosti.*“⁴⁶

Samy některé diskutující se k hodnocení na základě vzhledu hlásí a souhlasí s tím, že je správné, aby byl vzhled u ženy prvním kritériem jejího hodnocení. „*U ženy se jako první kvalita hodnotí vzhled... Ale to by mně teda vůbec nevadilo.*“⁴⁷ Stejně tak považují vzhled za důležitý prvek při posuzování u mužů.

Zároveň je v diskurzu identifikována potřeba žen mít určitý ideál krásy, kterého se snaží dosáhnout a přiblížení se k němu značí úspěch. „*Hezčí lidé to mají ve společnosti jednodušší.*“⁴⁸ Existence ideálu krásy (podporovaného médií) a snaha o jeho dosažení je však přijímána s různými reakcemi, na jedné straně pozitivními a na druhé negativními. „*S touhle iluzí my se potom porovnáváme a z ní si vytváříme ten pozitivní nebo negativní vnitřní pocit. To je ale naše volba.*“⁴⁹ „*A ten mediální obraz krásy je absolutně už nerealistický potom. Když ho chceme? -A kdo ho chce? -My ho chceme. My chceme nádhernou hladkou pleť.*“⁵⁰

Diskurz úspěšné ženy spojuje úspěch žen se třemi hlavními faktory, kterými jsou kariérní úspěch, mateřství a vzhled. V úvodním díle uvedla jedna ze spoluautorek, že důvodem ke vzniku pořadu byla situace, kdy v mocenských postaveních ve společnosti figurují převážně muži. „*Vládu řídí muži, politiku řídí z velké části muži, českou ekonomiku řídí z velké části muži, dokonce i NERV je složený výhradně z mužů a komentátorské stránky, když si otevřete deníky a týdeníky, jsou zase naplněny muži.*“ Velká část žen, které se v pořadu účastní diskuzí, zastává ve výše uvedené citaci jmenované posty. Jedná se o političky, ekonomky, novinářky, komentátorky. Zároveň se zde objevují ženy, které ve svém oboru doznaly určitého vysokého postu nebo veřejného uznání (psycholožky, vědkyně, herečky, sportovkyně, spisovatelky).

⁴⁵ Díl 8. 1. 2011

⁴⁶ Díl 29. 1. 2011

⁴⁷ Díl 29. 1. 2011

⁴⁸ Díl 29. 1. 2011

⁴⁹ Díl 29. 1. 2011

⁵⁰ Díl 29. 1. 2011

Současně se jedná převážně o ženy mající vysokoškolské vzdělání, což bývá předpokladem pro zastávání takových postavení. Úspěch žen je tak do určité míry spojován s participací na moci, s možností působit ve veřejném životě a zasahovat do něj. To dokládá také diskurz žen v politice podporovaný poměrně vysokou četností výpovědí k němu se vážících. S mocí je spojován úspěch mužů i žen.

Jak již bylo zmíněno v odstavcích věnujících se diskurzu mateřství a vzhledu, jedná se o další faktory, které mají na úspěch žen v diskurzu pořadu vliv. Lze také předpokládat určitou souvislost úspěšnosti žen s partnerstvím, postavením partnera. *„Senta je jedna z nejvýše postavených manažerek v České republice, do toho má dvacetileté harmonické manželství se zajímavým mužem, krásné úspěšné děti a navíc fantasticky vypadá.“*⁵¹

7. Závěry

V analytické části práce byl pořad Tah dámou podroben sémiotické a diskurzivní analýze s důrazem na otázky týkající se genderu a genderové stereotypizace. Ačkoliv byla v pořadu deklarována snaha vyvracet stereotypy, analýza potvrdila, že některé stereotypy uvedené v literatuře do určité míry potvrzuje. V pořadu jsou ženy a muži konstruováni rozdílným způsobem, na základě přisuzovaných vlastností jsou ženy vnímány převážně jako jemné, zodpovědné, nekonfliktní, citově a mateřsky založené (viz Karstenova tabulka v kapitole 3.1.). To je v diskurzu také určitým způsobem determinuje v dalších oblastech. Ženy jsou spojovány s péčí o děti, jsou konstruovány jako ženy – matky. Výše zmíněné vlastnosti jsou pojímány také jako důvody, proč ženy neaspírují ve větší míře na mocenská postavení, především ve vysoké politice. Překážky spojované s genderovými vlastnostmi jsou podle diskurzu dvojího typu. Buď jsou ženy samy do té míry pasivní a neambiciózní, že o ně nemají zájem usilovat, nebo jsou vlastnosti žen a prostředí, do kterého by se chtěly dostat, tak rozdílné, že by jejich působení zde nebylo autonomní. Diskuze v pořadu se často týká právě politiky a žen v ní, jeví se to tedy jako podstatný problém, se kterým se pořad snaží vyrovnat.

⁵¹ Díl 8. 1. 1011

Muži jsou v diskurzu zmiňováni převážně v souvislosti s mocenskými postaveními, s politikou a jim přisuzované vlastnosti, kterými jsou především agresivita, arogance, vulgarita, hrubost, síla a nekomunikativnost (viz Karstenova tabulka v kapitole 3.1.) jsou vnímány spíše negativně. Diskurz v pořadu spojuje vlastnosti mužů a vlastnosti politiky, vnímá ji jako jejich doménu, do které nechťejí vpouštět ženy. Mocenské postavení je v diskurzu chápáno jako důležitý aspekt úspěchu, a to jak u mužů, tak u žen. U těch jej doplňují aspekty mateřství a vzhledu.

Rozdíly mezi ženami a muži jsou vnímány také v míře vzájemné vnitrogenderové solidarity. Muži se podle diskurzu více podporují a vytváří si mezi sebou sítě vztahů, a to zejména opět v souvislosti s participací na moci. Dalším rozdílem mezi ženami a muži identifikovaným v diskurzu pořadu je perspektiva, ve které se dívají na své jednání a cíle. Ženy jsou spojovány s dlouhodobým rozmýšlením jednání, naopak muži jsou považováni za přímočaré a ostré, orientované na krátkodobé cíle. Ženy si podle diskutujících na sebe vytvářejí dvojí zátěž, kdy u sebe kladou nároky na kariérní úspěch a péči o děti/ rodinu.

Diskutující se v pořadu vyjadřují také pomocí mimojazykových znaků. Nejvýraznějším z nich je oblečení, kterým ženy vyjadřují svou feminitu. V tomto ohledu nelámou tradiční představy o ženském vzhledu.

Přestože se pořad snaží prezentovat ženy, které jsou vyvrácením stereotypů, objevuje se v něm genderových stereotypů celá řada. Pořad se do značné míry zabývá otázkou ženské participace na moci. Zároveň potvrzuje některé tradiční stereotypy ve vnímání vlastností a chování mužů a žen. Pokud se tedy tvůrci pořadu snaží odbourávat genderové stereotypy, zůstávají tak na půl cesty.

Limitací práce je zejména určitá míra subjektivity sémiotické analýzy, daná osobností výzkumníka, jeho zkušenostmi a kulturním prostředím, ve kterém se pohybuje. Jedná se vlastnost spojující všechny sémiotické analýzy. Dále práci limituje selektivní výběr pořadů, které byly použity k analýze. Důležité je podotknout, že pořad se v průběhu času proměňuje, proto je možné, že v budoucnu pořad dozná takové podoby, jejíž analýza by vedla k jiným závěrům. V této práci jsou analyzovány díly pořadu odvysílané v období 8. 1. 2011 – 30. 3. 2012.

Summary

In the thesis the TV programme was analyzed through semiotic and discursive analysis with focus on questions connected to gender and gender stereotypes. While the programme tries to undermine stereotypes, the analysis confirms that some stereotypes found in the literature are confirmed. Men and women are constructed differently. Women are perceived as gentle, responsible, avoiding conflicts, sensitive and motherly. They are connected with child care and constructed as women - mothers. The discussion often revolves around politics and women in it, that seems to be an important problem, with which the programme tries to deal.

Men are in the discourse mentioned frequently with connection to positions of power, politics. The characteristics connected to them are usually aggression, arrogance, vulgarity, roughness and power. Discourse connects characteristics of men and politics, politics is the domain of men, in which they do not let women in. To be in position of power is perceived as important aspect of success for both men and women. For women, other aspects are motherhood and looks.

The differences in gender are perceived in different level of solidarity with their gender and the perspective in which the goals and actions are judged. Women are perceived as less sympathetic towards their own gender and looking at things from long-term perspective. Males are perceived as focused on short-term goals and sympathetic towards their own gender.

The debaters in the programme also display non-language signs. The most obvious one is clothes, by which the women present their femininity. They conform to traditional ideas about female look.

The programme is changing over time, it is possible the analysis of future shows would lead to different conclusions.

Použitá literatura

BARTHES, Roland. *Mytologie*. 2. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2004, 170 s. ISBN 978-80-7363-359-2.

BERGER, Peter Ludwig a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 1999, 214 s. ISBN 80-85959-46-1.

BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000, 145 s. ISBN 80-7184-775-5.

ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 363 s. ISBN 80-7178-832-5.

ECO, Umberto. *Teorie sémiotiky*. Vyd. 2., v Argu 1. Praha: Argo, 2009, 440 s. ISBN 978-80-257-0157-7.

FAIRCLOUGH, Norman. *Media discourse*. 1st publ. London: Arnold, 1995, viii, 214 s. ISBN 0-340-58889-6.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 2001, 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

HARTLEY, John a John FISKE. *Reading television: with a new foreword by John Hartley*. 2nd ed. London: Routledge, c2003, xxii, 178 s. ISBN 0-415-32353-3.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

KARSTEN, Hartmut. *Ženy - muži: [genderové role, jejich původ a vývoj]*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 183 s. ISBN 80-7367-145-x.

MAŘÍKOVÁ, Hana, Miloslav PETRUSEK a Alena VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, 747 s. ISBN 80-7184-164-11.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3.

OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 171 s. ISBN 80-7178-403-6.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozšířené vyd. Praha: Libri, 2007, 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

RENZETTI, Claire M a Daniel J CURRAN. *Ženy, muži a společnost*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2003, 642 s. ISBN 80-246-0525-2.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

Internetové zdroje

Tah dámou, díl 8. 1. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160001/video/>

Tah dámou, díl 29. 1. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160004/video/>

Tah dámou, díl 9. 4. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160014/video/>

Tah dámou, díl 28. 5. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160021/video/>

Tah dámou, díl 25. 6. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160025/video/>

Tah dámou, díl 8. 10. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/211411058160035/video/>

Tah dámou, díl 17. 12. 2011. *Česká televize* [online]. 2011 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tahdamou/211411058160045/video/>

Tah dámou, díl 10. 3. 2012. *Česká televize* [online]. 2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/212411058160010/video/>

Tah dámou, díl 31. 3. 2012. *Česká televize* [online]. 2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10315089302-tah-damou/212411058160013/video/>

Nový pořad ČT 24 Tah dámou. In: *Youtube* [online]. [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=tkLcDuQSgrw>

Media Master [online]. [cit. 2012-05-15]. Dostupné z:

http://www.media-master.cz/files/Ivca/ct24/sponz/Tah%20damou_11.pdf

ČT 24 – TOP 50 sledovanost říjen 2011. *Česká televize* [online]. [cit. 2012-05-15].

Dostupné z:

http://img2.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/sledovanost/zebricky/2011/nejsled_10_ct24_2011.pdf

ČT 24 – TOP 50 sledovanost duben 2011. *Česká televize* [online]. [cit. 2012-05-15].

Dostupné z:

http://img9.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/sledovanost/zebricky/2011/nejsled_04_ct24_2011.pdf