

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

Diplomová práce

2020

Bc. Veronika Dostálová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

**Zobrazení vybraných silných ženských postav v seriálech
a jejich reflexe v reálném světě**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Veronika Dostálová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Milan Kruml

Rok obhajoby: 2020

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 20. 5. 2020

Bc. Veronika Dostálová

Bibliografický záznam

DOSTÁLOVÁ, Veronika. *Zobrazení vybraných silných ženských postav v seriálech a jejich reflexe v reálném světě*. Praha, 2020. 68 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.

Rozsah práce: 130 109 znaků

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá vlivem seriálů a jejich silných hrdinek na ženské publikum. Cílem této práce je zjistit, zda vybrané silné hrdinky seriálů ovlivňují pohled na ideál ženy, zda se jim divačky snaží nějakým způsobem přiblížit a zda natočení těchto seriálů otevřelo nějaká společenská témata. Tyto cíle byly zformulovány do tří výzkumných otázek, na které bude v závěru odpovězeno. Práce je rozdělena na tři hlavní části – teoretickou, metodologickou a praktickou. Teoretická část má za úkol seznámit čtenáře s teoretickým základem potřebným pro pochopení zkoumané problematiky. Metodologická část představuje výzkum jako takový s jeho výhodami a nevýhodami. Poslední, praktická část, je zaměřená na výzkum a interpretaci získaných dat. Pro výzkum byla vybrána kvalitativní výzkumná technika, konkrétně zakotvená teorie, která je použita pro analýzu a následnou interpretaci dat získaných z rozhovorů.

Annotation

This thesis deals with the influence of TV series and their strong heroines on female audience. The aim of this work is to find out whether selected female characters influence the general view of the feminine beauty ideal, whether the viewers were in any way inspired by strong female characters and whether these series have opened up some social issues. These goals were formulated into three research questions, which will be answered in the conclusion. The work is divided into three main parts – theoretical, methodological and practical. The theoretical part aims to acquaint the reader with the theoretic basis needed to understand the researched issues. The methodological part presents research methods with all its advantages and disadvantages. The last practical part is focused on research and interpretation of the obtained data. A qualitative method is used to achieve the results, specifically the grounded theory, which is used for the analysis and subsequent interpretation of data obtained from interviews.

Klíčová slova

televizní seriály, seriály, silné ženské hrdinky, televizní zábava, ženské publikum, ženský ideál krásy

Keywords

TV series, TV shows, strong female characters, TV entertainment, female audience, feminine beauty ideal

Title/název práce

Zobrazení vybraných silných ženských postav v seriálech a jejich reflexe v reálném světě
Showing chosen strong female characters in TV series and their reflection in the real world

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu PhDr. Milanu Krumlovi za odborné vedení práce, Mgr. Vojtěchu Šeligovi za pomoc s přepisem rozhovorů, Bc. Anně Buhrové za jazykovou korekturu a Bc. Radce Fléglové za trpělivé zodpovídání mých všetečných dotazů.

Obsah

ÚVOD.....	3
-----------	---

TEORETICKÁ ČÁST

1 KULTURA.....	7
1.1 POPULÁRNÍ KULTURA	8
1.2 MASOVÁ KULTURA.....	9
2 MASOVÁ MÉDIA	11
2.1 TELEVIZE.....	12
2.2 TELEVIZNÍ ZÁBAVA	13
2.2.1 <i>Seriál</i>	15
3 NASTOLOVÁNÍ AGENDY.....	16
4 MEDIÁLNÍ PUBLIKUM.....	17
4.1 ŽENY JAKO PUBLIKUM TELEVIZNÍCH POŘADŮ.....	18
5 POHLEDY NA ŽENU	20
5.1 POHLED NA IDEÁL ŽENY	20
5.2 ZOBRAZOVÁNÍ ŽENSKÝCH HRDINEK V MÉDIÍCH S DŮRAZEM NA TELEVIZI.....	22

METODOLOGICKÁ ČÁST

6 METODOLOGIE	24
6.1 KVALITATIVNÍ VÝZKUM	24
6.2 CÍL VÝZKUMU A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	24
6.3 VÝZKUMNÝ VZOREK – KRITÉRIA VÝBĚRU	25
6.4 METODA VÝZKUMU	25
6.4.1 <i>Metoda vyhodnocování a interpretace dat</i>	27
6.4.2 <i>Sběr a záznam dat</i>	27
6.5 LIMITY VÝZKUMU.....	28

PRAKTICKÁ ČÁST

7 ROZBOR SERIÁLŮ A HLAVNÍCH HRDINEK	28
7.1 SEX VE MĚSTĚ.....	28
7.1.1 <i>Carrie Bradshaw</i>	29
7.2 PŘÍBĚH SLUŽEBNICE	31
7.2.1 <i>June Osborne/Offred</i>	31
7.3 GIRLS.....	33

7.3.1	<i>Hannah Horvath</i>	34
7.4	HRA O TRŮNY	35
7.4.1	<i>Daenerys Targaryen</i>	37
7.5	FYZICKÝ VZHLED HRDINEK A JEHO POROVNÁNÍ SE SOUČASNÝM MEDIÁLNÍM OBRAZEM IDEÁLU KRÁSY.....	39
7.5.1	<i>Carrie Bradshaw</i>	39
7.5.2	<i>June Osborne</i>	39
7.5.3	<i>Hannah Horvath</i>	40
7.5.4	<i>Daenerys Targaryen</i>	41
7.6	SPOLEČNÉ ZNAKY VYBRANÝCH HRDINEK.....	41
8	VÝZKUM A JEHO VÝSLEDKY	45
8.1	VNÍMÁNÍ ŽENSKÉHO IDEÁLU	45
8.1.1	<i>Zobrazování ženského ideálu v seriálech</i>	47
8.1.2	<i>Zobrazování ženského těla ve zkoumaných seriálech</i>	48
8.1.3	<i>Preferované hrdinky seriálů</i>	49
8.1.4	<i>Preferované hrdinky zkoumaných seriálů</i>	49
8.2	VNÍMÁNÁ MÍRA REÁLNOSTI HRDINEK.....	51
8.3	VLIV SERIÁLŮ NA JEJICH DIVAČKY	52
8.3.1	<i>Módní styl a vlasový styling</i>	52
8.3.2	<i>Touha vypadat jako hrdinky seriálů</i>	53
8.3.3	<i>Promítání vlastního života do seriálu</i>	53
8.3.4	<i>Řešení problémů</i>	54
8.4	SPOLEČENSKÁ TÉMATA, KTERÁ SERIÁLY OTEVŘELY	55
	ZÁVĚR.....	56
	POUŽITÁ LITERATURA.....	59
	SEZNAM PŘÍLOH.....	67
	TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE	68

Úvod

Média se stala nedílnou součástí našich životů a provází téměř každou naši činnost. Používáme je k práci, pro získání informací, rozptýlení, relaxaci nebo pobavení. Podle Marka Deuze (2015, s. 7) v médiích dokonce žijeme. Média nám každý den poskytují stovky různých vizuálních vjemů a obrazů, které na nás působí. Ať si to připouštíme nebo ne, v určité míře ovlivňují naše vnímání a chování. Ukazují nám, jak bychom se měli nebo naopak neměli chovat, co si máme koupit, co máme chtít, jak máme vypadat, o čem máme mluvit atd. Tato práce se také do jisté míry zabývá vlivem médií na člověka. Předmětem jejího zkoumání je zjistit, jak vybrané televizní seriály a jejich hlavní postavy ovlivňují nejen chování divaček, ale také jejich vnímání ženského ideálu krásy a to, zda otevírají společenská témata, která rezonovala ve veřejném diskurzu. Autorka práce záměrně vybrala čtyři silné ženské postavy z oblíbených seriálů, které procházely útrapami a se kterými se divačky mohou ztotožňovat. Vzhledově dvě z nich splňují aspekty ideálu krásy 21. století a druhé dvě se jim naopak úplně vymykají. Jsou jimi Carrie Bradshaw ze seriálu *Sex ve městě*, June Osborne ze seriálu *Příběh služebnice*, Hannah Horvath ze seriálu *Girls* a Daenerys Targaryen ze seriálu *Game of Thrones*. Vybrané hrdinky zdánlivě nemají nic společného, ale opak je pravdou. Všechny ženy jsou silnými osobnostmi, které musely překonat nejednu složitou životní situaci. Ve svých životech si vytyčily jasné cíle, ke kterým navzdory všem překážkám směřovaly a dělaly vše pro to, aby je naplnily. Navzdory tomu, že jsou dvě z postav (June a Daenerys) zasazeny do fiktivních světů, jejich životní překážky a nelehké situace jsou opravdové a uvěřitelné a mohou se stát i v reálném světě. Divačky se tedy v obdobných situacích mohou samy ocitnout a nechat se při jejich řešení inspirovat u svých oblíbených hrdinek a přiblížit se jim tak. Potvrdit nebo naopak vyvrátit, že k tomuto popsanému jevu dochází, je předmětem výzkumu.

Cílem práce je zjistit, jak vybrané seriály a jejich hlavní postavy (silné ženské hrdinky) ovlivnily ženské publikum a jeho pohled na ideál krásy a dále zda se natočením seriálu otevřela nějaká společenská témata. Autorka si na začátku stanovila následující výzkumné otázky, na které se v závěru práce bude snažit odpovědět:

- 1) Formovaly zvolené hrdinky televizních seriálů pohled na ideál ženy? Pokud ano, jak?
- 2) Snaží se publikum nějakým způsobem vybraným hrdinkám přiblížit nebo se jim vyrovnat? Pokud ano, jak?

3) Jaká společenská témata otevřelo vytvoření vybrané silné ženské postavy nebo natočení seriálu?

Výzkum v oblasti televizních seriálů není nic neobvyklého a v akademickém světě se jím zabývá ne jeden výzkumník nebo výzkumnice. Pro účely této práce byli někteří z nich vybráni a autorka z jejich prací čerpala zejména v teoretické části. Tématem televizní zábavy a jejím působením na publikum se zabývali např. Zillmann a Vorderer (2000), Cooper-Chen (2005), Zillich (2014) nebo Browne (1983). Anette Hill (2005) toto téma detailněji rozebírá a zaměřuje se zejména na reality TV a její diváky. Z výzkumu v oblasti televizních seriálů jistě stojí za zmínku čeští autoři Jakub Korda (2014) a Radomír Kokeš (2011), kteří se zaměřují na rozbor narativních forem seriálů a jejich kategorizaci. Pro výzkum v této práci byly jako vzorek vybrány televizní divačky. Na poli výzkumu ženských divaček dlouho působí Sloan (2000), který se zabýval sledováním televizního zpravodajství ženami. Na ženskou diváckou základnu hororových filmů upozornil ve své práci Snelson (2009), který zkoumal jejich emoce a diváckou motivaci. Emocemi u ženských divaček se také zabývali Gibbs (2001), Cvetkovich (1992) nebo Brennan (2004). Abu-Lughod (2002) na sebe upozornila prací, ve které rozebírá projekci děje seriálů do života žen a obráceně. Dále autorka upozornila na to, že ženy mohou s postavami sympatizovat, ale stále na ně dokážou nahlížet kriticky. Ztotožňování se s dějem zkoumala i Mankekar (1999), která upozorňuje na to, že tento jev může pomoci ženám při hledání vlastní identity nebo porozumění sobě samé.

Dalším důležitým tématem práce je pohled na ideál ženy. Tím se zabývali Tiggemann, Slater, Bury, Hawkins, Firth (2013), Fialová (2006) či Lipovetsky (2000), který řešil pojetí krásy, její prezentaci prostřednictvím médií a jejich následný vliv na ženské publikum. Atraktivita a krása hrají velkou roli i u hrdinek televizních seriálů. Jejich zobrazováním se zabývali Oppenheimer, Goodman, Adams-Price, Codling, Coker (2003), Perkins a Schreiber (2019), Tally (2016), Johnson (2007) aj. Pro teoretickou část byly použity i názory dalších autorů, avšak tito zmínění měli na vznik práce největší vliv.

Zkoumané téma není nijak časově ani geograficky vymezeno. Práce má za úkol zjistit, jak čtyři seriálové fenomény dnešní doby ovlivňují pohled divaček na ženský ideál, zda otevírají nějaká společenská témata a zda se divačky po jejich zhlédnutí chtějí některé z vybraných hrdinek přiblížit. Pro tento účel byly vybrány vhodné respondentky z různých koutů republiky (viz níže). Téma ovlivňování televizních diváků seriály je relevantní od

doby, kdy se seriály začaly vysílat. Jejich vliv stále roste, zejména u žen ve věku 15–55 let (ihned.cz, 2012). Pro tuto práci byly vybrány kultovní seriály předešlé dekády (kromě *Sexu ve městě*, ten je sice starší, ale je neustále vysílán napříč českými televizními stanicemi), tudíž byl tomuto faktu přizpůsoben i výběr respondentek. Vybrané seriály jsou navíc dostupné nejen prostřednictvím televizního vysílání, ale také prostřednictvím streamovacích stanic, které si získávají stále větší oblibu.

Pro výzkum zkoumané problematiky, jež je popsána výše, byly jako zdroje dat zvoleny kvalitativní polostrukturované rozhovory. Vzhledem k povaze tématu a potřebě získat subjektivní pohledy jednotlivých respondentek bylo interview zvolené jako nejvhodnější nástroj pro výzkum. Získaná data byla posléze vyhodnocena pomocí zakotvené teorie a interpretována v následující části práce. Rozhovory byly realizovány se čtyřmi vybranými respondentkami, které jsou zároveň divačkami všech předem vybraných seriálů. Dalším kritériem výběru byl věk. Všechny respondentky se pohybují v intervalu 23–35 let. Důvodem volby této věkové hranice bylo zejména to, že zkoumané seriály jsou fenomény současnosti, a kromě *Sexu ve městě* byly natočeny v letech 2011–2018 (*Příběh služebnice* se stále ještě natáčí). Navíc tato generace Y (nebo jinak mileniálové), datovaná zhruba lety 1981–2000, je první generací, která zažila porevoluční boom zahraničních seriálů v ČR.

Práce je rozdělená do tří hlavních částí. V první seznamuje autorka čtenáře s teoretickým základem nezbytným pro pochopení zkoumané problematiky. Po něm následuje metodologie, která se zaměřuje na výzkum jako takový, spolu se zvolenou metodou a jejími výhodami a riziky. Poslední, praktická část je věnována samotnému výzkumu a interpretaci získaných dat. Ta jsou rozdělena do hlavních kapitol, které korespondují s tématy výzkumných otázek. Pouze kapitola *Vnímaná míra reálnosti hrdinek* je nad rámec výzkumných otázek. K jejímu zařazení došlo na základě získání zajímavých poznatků, které jsou nezbytné pro pochopení vlivu seriálů na divačky, a se kterými je následně operováno v dalších částech výzkumu.

Struktura práce byla zachována v souladu s odevzdanou tezí. Autorka žádné kapitoly nevypustila, naopak do praktické části byly přidány kapitoly, které se zabývají aplikací médií vytvořeného ideálu krásy na zkoumané hrdinky a společné znaky hrdinek. První zmíněná kapitola byla přidána, aby ukázala, která z hrdinek splňuje nastavená kritéria a která ne. Druhá kapitola byla doplněna za účelem ukázat, že i fiktivní seriálové postavy mohou prožívat problémy reálného života. Oproti odevzdané tezi je mírně pozměněn seznam

literatury. Kniha *Watching TV is not required: thinking about media and thinking about thinking* (2010) od autorů Bernarda McGrana a Johna Gundersona nakonec nebyla použita. Autorka v průběhu psaní našla více relevantnějších zdrojů a použila je.

Tato práce slouží ke zmapování problematiky vlivu seriálů a zobrazování silných hrdinek na divačky, dále pak k rozšíření povědomí o tématu a zejména k přípravě kvalitního základu pro další akademické výzkumy. Pro účely hlubšího zkoumání tématu prostřednictvím dalších akademických prací autorka doporučuje navštívit vzorek respondentů.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Kultura

Pojmem „kultura“ v obecném slova smyslu je myšlena kultura lidová. Je vyjádřena zejména v lidových písních, krojích, tancích, příbězích apod. V Evropě byla předmětem zájmu v 19. století a v důsledku společenských změn pak také rychle zmizela (McQuail, 2007, s. 63). Ne ve všech částech světa lidová kultura vymizela. Stále se s ní můžeme setkat v místech, která nejsou ovlivněna moderními technologiemi a masovými médii. Jak populární, tak masová kultura pak z obecné kultury vychází.

Kultura má charakteristické rysy, jimiž se vyznačuje. Nejzákladnějším určujícím znakem je bezesporu jazyk, který slouží jako prostředek pro její předávání. Bez komunikace by se kultura nemohla šířit, rozvíjet a ani uspět. Je sdílená s ostatními lidmi, nic jako kultura jednotlivce neexistuje. Dále pak musí mít symbolickou formu vyjádření, styl, uspořádání a pro její studium je stěžejní ji umět lokalizovat. Důležitým rysem je také její proměnlivost v čase (McQuail, 2007, s. 119).

John Fiske (2017, s. 97) tvrdí, že kultura je aktivní živoucí proces, který lze rozvíjet jen zevnitř, nikoliv utvářet z vnějšku či seshora. Není to dědictví po předchozích generacích, nýbrž něco, co se stále vytváří při každé společenské transakci. Autor dále uvádí, že kultura je sledem společenské činnosti, jenž nikdy nekončí. Hovoří zde nejen o jejích attributech, ale také o významech a požitcích, které tvoří.

Při studiu kultury se často setkáváme s jejími přívlastky „vysoká“ a „nízká“. Vysoká kultura představuje estetické pojetí kultury a je určená elitám. Nízká kultura pak oslovuje široké publikum a je zde pro každého, tedy i pro dělnickou třídu (Jansová, 2016, s. 52). Matthew Arnold, představitel britské elitistické kritiky, kulturu takto striktně rozdělil v roce 1869 a zasloužil se i o definici kultury. Viděl ji jako „*to nejlepší, co bylo ve světě myšleno a řečeno*“ a považoval ji za něco morálního a vznešeného (Arnold, 1869 cit. z Jansová, 2016, s. 52). Mimo přísné rozlišení představil také pojem populární kultura, který už však explicitně nedefinovat (ibid.).

Za zmínku stojí také kulturní rozdělení podle Dwighta Macdonalda. Ten ve své knize *A Theory of Mass Culture* (1953) přidal k vysoké a nízké kultuře ještě jednu kategorii a rozdělil tak tento pojem do tří úrovní na vysokou kulturu (highcult), střední kulturu

(midcult) a nízkou kulturu (masscult). Poslední zmíněnou pak za kulturu vůbec nepovažoval a kritizoval míšení prvků z vysoké a nízké kultury. Podle něj masscult má své příjemce a vydává se za něco, čím není – snaží se uspět jako highcult, přestože se jedná o nízkou kulturu. Autor dále upozornil na zaměňování pojmu masová kultura za populární kulturu. Domníval se, že označení masová kultura je přesnější pojem a jejím poznávacím znakem je předurčenost pro masovou konzumaci, a to výlučně a přímo (Macdonald, 1953 cit. z Jansová, 2016, s. 53–54).

1.1 Populární kultura

Pojem „populární kultura“ je obtížné jednoznačně definovat. Zabývalo se jím mnoho akademiků, teoretiků i směrů a každý na něj nahlížel z jiného úhlu. Strinati (2004, s. 3) považuje za klíčové období pro studium populární kultury 20. a 30. léta 20. století, kdy byla tato disciplína také nejvíce rozvíjena. Toto období je charakteristické vznikem rozhlasu, kinematografie a s nimi souvisejícím vznikem masové produkce a konzumace. Kultura už nebyla jen otázkou elit, ale začala zde být pro všechny.

Problematika definice sousloví „populární kultura“ spočívá ve významu slova „populárno“. Podle Williamse (1976, s. 199) v sobě tento pojem nese příznak něčeho „spodního a nízkého“. Podle něj populární kulturu nedefinoval lid, ale jiní a stále v sobě nese dva významy – dílo nižšího typu nebo dílo, které se nám chce záměrně zalíbit. Stejně tak poukazuje na novější význam, který populárno označuje jako něco, co se těší oblibě mnoha lidí (Williams, 1976, s. 199 cit. z Conboy, 2018, s. 24–25).

Populární kultura nemůže být vnímána bez vztahu k ekonomice. Důvodem pro tuto úzkou vazbu je, že žijeme v industrializované, průmyslové společnosti. Průmysl zde vyrábí její komodity a ty následně distribuuje dále. Populární kultura má tedy potenciál generovat zisk a je založená na zájmu lidí (Fiske, 2017, s. 97). Dennis McQuail (2007, s. 63) upozorňuje na to, že ten, kdo ovládá ekonomický kapitál, ovládá zpravidla i ten kulturní, který lze následně zpeněžit.

Kultura generuje produkty neboli komodity. Ne všechny komodity se však stanou součástí populární kultury. K tomu dochází jen tehdy, pokud o ně jednotlivci ve společnosti projeví zájem. Film, seriál, hudba apod., které neosloví své publikum, nemůžou být produkty populární kultury (Fiske, 2017, s. 97). Fiske (2017, s. 98) dále upozorňuje na fakt, že populární kulturu vytvářejí lidé, nikoliv kulturní průmysl. Ten dává vzniknout textům

a kulturním zdrojům, které následně lidé buď využívají, nebo ignorují. Lid ve Fiskeově pojetí kultury „vychází s tím, co je“ (s. 26), transformuje suroviny jako obrazy, vtipy, příběhy atd. tak, aby dal svým zažitým zkušenostem konkrétní tvar (ibid.). Veřejnost si tedy nekonstruuje vlastní identitu, ale pracuje s tou, která už existuje.

V době moderních technologií a stále rozšířenější digitalizace už na populární kulturu nelze nahlížet bez kontextu nových médií. Zapříčinila to zejména jejich všudypřítomnost a vliv na naše životy. Prolnutí populární kultury a nových médií se stalo stěžejním ve formování našich životů a každodenní rutiny (Beer, 2013, s. 1). Ostatně i takový kulturní produkt jako seriály, kterým je věnovaná tato práce, není nutné sledovat pouze prostřednictvím televizního vysílání. Moderní divák má možnost připojit se na některou ze streamovacích stanic a sledovat oblíbené pořady na svém mobilním telefonu, tabletu nebo počítači. Současnou populární kulturu tedy musíme vnímat v kontextu kulturních objektů, které vzbuzují a stimulují naše emoce, a infrastruktur, kterými se k nám dostává pop kultura (Beer, 2013, s. 14).

Důležité je také uvědomit si, že populární kultura nikdy nebude dominantní, protože vzniká jako odpověď na ni (Fiske, 2017, s. 120). Případem, který reflektuje toto stanovisko je nošení džínů. V 60. letech se tento typ kalhot začal nosit jako protest proti tradiční společnosti a u mladých lidí začaly být džíny stále populárnější (ibid.). V současné době už jde o módní trend. Pokud tedy chce někdo nošením ikonických kalhot revoltovat, musí je nějakým způsobem upravit. Dříve stačilo udělat na nich díry, dnes už je i tato modifikace společností přijímána. Dotyčný nebo dotyčná musí sáhnout po barvách, udělat díry větší nebo na choulostivých partiích.

Co se týká její životnosti, tak ani ta není dlouhodobá. Produkty populární kultury přicházejí a zase odcházejí. Na vině jsou zejména technologické vymoženosti a další aspekty, které zapříčiní to, že splyne s dalšími unifikáty neustále pracujícího kulturního průmyslu (Jansová, 2016, s. 64).

1.2 Masová kultura

Pro účely této práce se na chvíli zastavíme u pojmu masová kultura, které nejenže jde ruku v ruce s pojmem populární kultura, ale také úzce souvisí s tématem další kapitoly. V některé literatuře jsou tyto pojmy masová a populární kultura považovány za totožné, jinde jsou odborníky (např. Macdonald, 1953) odlišovány. Jak už název napovídá, jedná se o kulturu

ovlivňující masy lidí. Fiske (2017, s. 26) vnímal masovou kulturu jako „*výrobní kategorii, která zahrnuje kulturní útvary a atributy, jež jsou masově vyráběny a distribuovány.*“ Masová kultura je však mnohými učenici vnímána negativně a je stavěna do protikladu k tradičním formám kultury (McQuail, 2007, s. 62). Často je spojována s něčím nízkým a prázdným. Wilensky (1964) srovnává masovou kulturu s tzv. vysokou kulturou. V jeho pojetí masová kultura odkazuje na produkty vyrobené jen a pouze pro masový trh. Její produkty jsou standardizované a při jejich konzumaci se spotřebitelé chovají masově (Wilenski, 1964 cit. z McQuail, 2007, s. 62). Jürgen Habermas, německý neomarxistický filozof čerpající zejména z učení Frankfurtské školy, vidí masovou kulturu jako „*přizpůsobení se potřebám odpočinku a zábavy spotřebitelských skupin s relativně nízkým stupněm vzdělání*“ (Habermas, 1968 s. 182 cit. z Kunczik, 1995, s. 55). V jeho pohledu můžeme vidět kritiku konzumentů masové kultury, kterým je masové publikum. Toto publikum postrádá sebeuvědomění a individuální identitu jednotlivce. Jeho příslušníci se mezi sebou neznají a nezná je ani producent kulturního obsahu, který pro ně vytvořil. Mezi další charakteristiky masového publika patří vysoký počet jeho členů, různorodost, co se společenských vrstev a demografických skupin týče, ale stejnorodost ve smyslu předmětu zájmu. Jako na homogenní skupinu na něj nahlízejí i ti, kteří jím chtějí prostřednictvím médií manipulovat (McQuail, 2007, s. 61).

Ne nutně musíme masovou kulturu démonizovat a zatracovat. Umberto Eco ve své knize *Skeptikové a těšitelé* (2006) uvádí mimo slabin a nevýhod i její výhody. Masová kultura se podle Eca (s. 39) objevuje v každé industrializované společnosti. Nezabrala místo „vyšší kultury“, pouze se rozšířila k lidem, kteří k ní dříve neměli přístup. Dále pak říká, že sjednocení vkusu na určité úrovni přispělo ke smazání třídních rozdílů (s. 41). Mezi další autory s ne tolik kritickým pohledem na masovou kulturu, zejména na její unifikovanost, patří DiMaggio (1982 cit. z Schudson, 1987, s. 54), který uznává, že jsou zde sice odvětví kulturního průmyslu, která mají na trhu monopol (televizní průmysl před příchodem kabelové TV nebo vydavatelé školních učebnic), ale jsou zde také jiná, jež vytváří kulturní produkty pro specializované publikum. Do této kategorie řadí obchodní knihy (tradebooks), hudební nahrávky či některé filmy a magazíny. Schudson (1987, s. 55) na toto téma navazuje a zmiňuje, že některé druhy umění byly kolektivního rázu ještě před tím, než se toto téma stalo terčem kritiky, a naopak některé umění je stále individuální. Jako příklad udává knihy, které byly na začátku 19. století stejně individuálním počinem, jakým jsou dnes. Autor navíc dodává, že knihy se dokonce staly více individuálním a méně institucionálním produktem

od doby, co jejich autoři mohou psát svým vlastním tempem a nejsou limitováni vydáváním příběhů na pokračování v médiích, jako byl třeba Charles Dickens a další autoři.

2 Masová média

Média ovlivňují náš každodenní život. Jak uvádí Mark Deuze (2015, s. 7), žijeme uvnitř médií a to, kým jsme nebo co děláme, neexistuje mimo ně. Prostřednictvím nich komunikujeme, bavíme se, trávíme s nimi volný čas a jejich prostřednictvím si vyváříme i svoji identitu. Značnou část svého času trávíme s masovými médii, tedy s médii, která ovlivňují velké publikum – masy. Jmenovitě mezi ně řadíme tisk, televizi, rozhlas a internet. Jistě není žádnou novinkou, že v moderních společnostech hrají zásadní roli a jejich význam stále roste. Masová média jsou nositelem moci. Jakožto potenciální prostředek vlivu můžou ovládat a prosazovat témata ve společnosti. Informace, které jsou jimi distribuovány a témata, která nastolují, mohou být životně důležitá pro fungování většiny společenských institucí (McQuail, 2007, s. 21). Ostatně tento aspekt masových médií můžeme v České republice pozorovat už několik let prostřednictvím boje o vlastnictví mediálních domů. Navíc prostřednictvím nich mohou známé osobnosti vystupovat na veřejnosti a stát se slavnými. Masmédia také přispívají k odstranění nudy, zajišťují svému publiku zábavu ve volném čase, podněcují jeho představivost a pomáhají mu získávat nové znalosti o prostředí, v němž se pohybuje. Konzumace určitých produktů masmédií může mít také vliv na růst sebevědomí u jeho konzumentů (např. v případě vyzdvihování role žen v domácnosti apod.). Dokážou uvolňovat vnitřní napětí a podněcují diskusi o aktuálních tématech společenského dění (Kunczik, 1995, s. 160).

V prostředí masových médií se také odehrává celá řada událostí, ať už na lokální nebo celosvětové úrovni. Dále jsou zde vytvářeny, ukládány a vyjadřovány kulturní či společenské změny (ibid.). Mezi výhody masmédií patří především jejich potenciál vzdělávat své publikum. McQuail (2007, s. 57) také uvádí, že média můžeme vnímat jako instituci, jež přispívá k pokroku, rychlému šíření informací a odhalování korupce či nekalých praktik.

Ne všechny pohledy na masová média jsou pozitivní. Existují i kritici, kteří se proti nim ostře ohrazují. Terčem jejich kritiky se stává především jejich nízká kulturní hodnota a nekritický přístup k informacím a jejich následnému konzumování publikem. Umberto

Eco (2006, s. 36–37) upozorňuje na to, že masmédiá šíří jednotnou, homogenní kulturu a ničí tak kulturní zvláštnosti jednotlivých etnických skupin. Obracejí se k publiku, které si neuvědomuje samo sebe jako sociální skupinu a konzumuje vše, co mu je prostřednictvím nich předkládáno. Dále pak tato média svému publiku předkládají již hotové emoce. Jinak řečeno, místo toho, aby emoce symbolizovala nebo je zobrazovala, tak je vyvolávají. Herbert Marcuse (1969, 1970) zase upozorňuje na to, že masová média manipulují s potřebami lidí. Média podle něj představují zásadní činitel při formování člověka, který se stává „jednorozměrným“. Jedinec konzumující masová média ztrácí schopnost kriticky uvažovat a přizpůsobuje se požadavkům systému. Přinášejí uvolnění, rozptýlení, potěšení a vytvářejí falešné potřeby (Marcuse 1969, 1970 cit. z Kunczik, 1995, s. 55). Na tyto myšlenky ostatně navazuje opět Eco, který říká, že prostřednictvím masových médií je šířeno velké množství informací a podporují pasivní a nekritický pohled na svět. Byla vytvořena především pro zábavu ve volném čase a nepotřebují hlubokou a soustředěnou pozornost publika (Eco, 2006, s. 36–37). Kritických pohledů na tuto problematiku samozřejmě existuje více, avšak pro účely této práce není důležité je detailněji rozebírat.

2.1 Televize

Televize (TV) je v porovnání například s tiskem poměrně nové médium. Její vznik je spjatý zejména se 30. lety minulého století, kdy začala komerčně vysílat. Od té doby televize plní funkci informační a zábavní. Tomuto médiu se v akademickém světě věnoval například Marshall McLuhan (1991). Ve svém dělení na horká a chladná média zařadil TV do druhé kategorie. Chladná média popsal jako nízkodefiniční média s vysokou mírou participace a doplnění. Jejich publikum se do obsahu předávaného tímto typem médií dokáže lépe vcítit (McLuhan, 1991, s. 33–42). V této práci bude na toto médium nahlíženo především jako na součást populární kultury. V tomto kontextu prokazuje televize společnosti veřejnou službu, ve které má plnit tři úkoly – informovat, vzdělávat a bavit (Holmes, 2008, s. 18). Za dobu své existence tyto úkoly zdatně plní. Lidé si k ní vytvořili vztah a její sledování představuje rituál. Sledování oblíbených pořadů může představovat oblíbenou činnost, při níž se divák v konkrétní dobu nenechá ničím rušit, pouze si užívá svůj speciální pořad. Nevaří, nezvedá telefony, neumývá nádobí, jen sleduje děj (Silverstone, 1994, s. 21). Dále jsou zde typy pořadů, které doplňují rituály všedních dní. Televize v nich může být použita jako kulisa k úklidu, vaření nebo k jiným domácím činnostem. Televizní vysílání dále definuje strukturu

dne, zejména u žen v domácnosti (Modleski, 1983 cit. z Silverstone, 1994, s. 20). Televize je zkrátka domácí médium, které je sledováno, diskutováno a ignorováno doma. Tyto činnosti divák provádí buďto samostatně nebo se členy rodiny či přáteli (Silverstone, 1994, s. 24).

Typy vysílaných pořadů samozřejmě spadají do schématu informovat – vzdělávat – bavit. Záleží na každém jedinci, co si z pestré nabídky vybere. Denně můžeme na nejrůznějších stanicích sledovat rozmanitou podobu zpravodajských a publicistických pořadů, reality show, seriálů všech žánrů apod. Mezi nejoblíbenější patří po celém světě zábavní pořady, které budou více rozebrány v následující kapitole.

Televize přijímala prvky z již existujících médií. Jedná se především o serialitu, se kterou již dávno pracoval tisk, především literární romány a komiksy. TV se přiklonila ke strategii produkovat seriály a série a měla klíčovou roli v seznámení diváka s touto formou obsahu. Díky tomu si zajistila stabilní publikum a převzala dominantní roli v zábavním průmyslu (Ndalianis, 2005, s. 87). Od 70. let 20. století se stala serialita zásadním a dominantním principem produkce a distribuce televizních pořadů (Korda, 2014, s. 31). Sériová televize (serial TV) zpochybnila staré komerční omezení narativu, podle něhož musel být dovyprávěn příběh v jedné epizodě, jak tomu bylo například u filmů, rozhlasových her nebo románů. Místo toho nabídla možnost vykonstruovat složitý příběh, který závisí na konzistentním a aktivním sledování (Broe, 2019, s. 4).

Serialita, jako nový sofistikovaný režim pokračujícího příběhu a jeho následná konzumace diváky, otevřela zcela nový druh sledování seriálů – tzv. „Binge-Watching“ (Broe, 2019, s. 2). Divák kontinuálně konzumuje díl za dílem, dokud mu to zveřejněný obsah dovolí. „Binge-Watching“ znamenal velkou změnu nejenom pro televizi a mediální průmysl jako takový, ale také díky němu došlo ke změně vzorců v chování jedince a společnosti. Tyto změny lze pozorovat zejména v přístupu k práci nebo volnému času (ibid.).

2.2 Televizní zábava

Největší kategorii televizního obsahu představuje po celém světě televizní zábava (Cooper-Chen, 2005, s. 3). Otázkou však, je, co si pod souslovím televizní zábava představit? Stanovit jednotnou definici je obtížné, navzdory široké nabídce přístupů k této problematice. Stein a Su (1980, s. 290 cit. z Cooper-Chen, 2005, s. 4) vykládají pojem zábava jako „*nasměrování a udržení pozornosti takovým způsobem, aby došlo k vyvolání potěšení*“. Také Zillich (2014,

s. 171) vidí za zábavou především potěšení. Podle ní je zábava klíčový prožitek a pocit uspokojení při užívání zábavních médií jako takových. Barnouw a Kirkland (1989, s. 10 cit. z Cooper-Chen, 2005, s. 4) definovali zábavu z pohledu mas jako „*zážitek, který je prodáván velkým heterogenním skupinám lidí za účelem užít si*“. Browne (1983, s. 18, cit. z Cooper-Chen, 2005, s. 4) pak zasadil zábavu do kontextu masových médií. Podle něj jsou zábavní masová média ta, která mají jako primární cíl rozptýlit, pobavit nebo relaxovat své publikum. Nejlépe splňuje tyto tři požadavky komediální žánr. Nejspíš z toho důvodu jsou komedie nejoblíbenějším žánrem televizní zábavy. Lehké a často až pošetilé komedie často vítězí nad volbou vážnějšího programu vysílací nabídky (Zillmann, Vorderer, 2000, s. 51).

Dále existují programy, které kromě rozptýlení a relaxace nabízí přidanou hodnotu v podobě získání nových vědomostí. Tímto typem pořadů jsou zejména televizní soutěže. Primárně sice dochází k zapnutí televize na základě potřeby zbavit se napětí nebo pobavit se, ale sekundárně dochází k získání nových informací (Cooper-Chen, 2005, s. 5). Mezi diváky jsou oblíbené nejen komedie a vědomostní soutěže. Nejsledovanější typy pořadů v roce 2000 uvádí ve své knize Anette Hill (2005, s. 3). Ta uvádí, že mezi nejsledovanějších programy ve Velké Británii patřily v tomto období ty s policejní/kriminalistickou tematikou, *places programmes* jako Letiště, zahrádkářské programy a programy řešící téma domova nebo zvířecí programy.

Velké oblíbenosti se od začátku milénia těší také programy tzv. reality TV a jsou stále oblíbenější. Zajímavá jsou čísla sledovanosti amerických pořadů z roku 2003 získaná z průzkumu sledovanosti stanice CBS. Dating show Joe Milionář sledovalo 40 milionů diváků, což je zhruba stejný počet, jaký sledovalo předávání cen Oskar. Pro porovnání, ve stejném časovém horizontu sledovalo sitcom Přátelé a detektivní seriál Kriminálka Las Vegas 15 milionu diváků. Talentová soutěž Pop Idol v Americe oslovila 10 milionu diváků, což je stejný počet, jaký se dívá na řadu let vysílané a zavedené soap opery (Hill, 2005, s. 3). Televize navíc představuje levnější alternativu k dramatickým pořadům. Hodinová televizní produkce dramatického seriálu nebo filmu vychází v přepočtu na 1,5 milionu dolarů. Oproti tomu hodina reality show televizi vyjde na 200 tisíc dolarů (Hill, 2005, s. 6). Reality show dokážou přitáhnout pozornost diváků i v prime time čase vysílání a jsou stejně efektivní jako dobrá dramata nebo komedie, avšak za polovinu ceny (ibid.).

V této práci se autorka bude věnovat zejména tématu televizních seriálů, které nespádají do kategorie reality TV. Na jejich charakteristiku se podíváme v následující kapitole.

2.2.1 Seriál

Seriál je jedním z typů televizního pořadu. Jedná se o vyprávění příběhu, které je rozdělené na části do jednotlivých epizod. Jejich délka se pak následně odvíjí zejména od žánru seriálu. Příběh vyprávěný v seriálu pokračuje bez ukončení od jedné epizody k další. To je zásadní rozdíl, který seriál nese oproti sérii. Ta se skládá z jednotlivých příběhů, které jsou na konci konkrétního dílu uzavřeny a nepokračují v díle dalším (McQuail, 2007, s. 273). V každém seriálu vystupuje soubor hlavních a vedlejších postav. Hlavní protagonisté jsou v každém dílu stejní a je zde podporována iluze, že postavy mezi jednotlivými epizodami žijí aktivním životem. V případě série jsou stejní kladní hrdinové, záporní se obměňují. Iluze života mimo obrazovku zde pěstována není (ibid.).

Jakub Korda (2014, s. 37) ve své knize rozebírá charakteristické znaky seriálu detailněji než McQuail (2007). Uvádí, že pro seriál je charakteristický tzv. kumulativní narativ. Tento druh vyprávění, narativu, není soběstačný, jelikož nedochází ke zodpovězení narativních hádanek. Navíc následující díl seriálu končí tam, kde skončil předchozí narativ. Často se můžeme setkat s rekapitulací z předchozích dílů, které divákovi připomínají narativy, jež mohly být zapomenuty a které jsou klíčové pro nový vývoj příběhu. Seriál také umožňuje vyprávět paralelně několik příběhových linek. Ty se většinou vážou na konkrétní postavu a navzájem se mohou propojovat. Tyto linie však nepodléhají nějakému hierarchickému členění. Každý příběh je sám o sobě důležitý, jeho vynechání by ovlivnilo děj, který by nemusel dávat smysl, a dohromady tvoří komplexní celek. Zmíněný vzorec je platný pro seriály, které v sobě mají kontinuální linii a na seriály epizodního typu se nedá aplikovat.

Seriály se také dají kategorizovat podle způsobu narace. Touto typologií se ve své práci zabývá Radomír Kokeš (2011, s. 229–230 cit. z Fedrová, Jedličková, 2011). Autor seriály rozdělil do pěti modelových kategorií podle způsobu, jakým sek sobě jednotlivé epizody vztahují.

- 1) První typ seriálového uspořádání představuje takové vyprávění, kdy každá epizoda tvoří samostatnou jednotku s jinými postavami. Tyto fiktivní postavy se neobjevují v žádné další epizodě. Propojení jednotlivých epizod tkví v opakování nějakých prvků na vyšší úrovni. Tím může být uvádění začátku dílu vypravěčem nebo opakování podobného schématu narativu se silným vyvrcholením příběhu.
- 2) Druhým typem je seriál, v jehož jednotlivých dílech se objevuje alespoň jeden fikční objekt, tím může být i postava, který jimi sice prostupuje, ne však nutně otevřeně.

Každý díl seriálu tvoří samostatnou jednotku a spojení mezi nimi vede sám divák.

- 3) Třetí kategorie zahrnuje takové seriály, jejichž jednotlivé díly tvoří samostatné příběhy, ale určité dějové linky se objevují napříč jednotlivými díly.
- 4) Čtvrtý typ představuje seriály, jejichž dějové linie prostupují jednotlivými epizodami na více úrovních. Epizody v tomto případě už na sebe navazují, tam kde končí jedna, začíná další.
- 5) Poslední, pátý typ seriálu, je nejsložitější. U této kategorie dochází k vytváření sítě epizod, kde se dějové linie neustále zpětně doplňují nebo přepisují. Uspořádání epizod tedy není lineární. U tohoto typu může dojít i k situaci, kdy nová epizoda naváže na minulou epizodu a změní již dovyprávěnou dějovou linku.

Toto rozřazení je podle Kokeše (ibid.) ideální stav. V řadě případů seriál nebude zapadat do jediné kategorie, ale vykazovat prvky více z nich. Zároveň i popsany „efekt přepisovatelnosti“ se může objevit u seriálů, které jasně reprezentují jeden z prvních čtyř typů.

Stěžejním prvkem seriálů jsou samozřejmě postavy. Každá postava má v příběhu seriálu svou motivaci, která je ukázána většinou v úvodu seriálu, nebo po jejím přidání do děje v rámci začátku série. Na konci série pak bývají většinou zodpovězeny zásadní narativní hádanky. Ty klíčové však zůstávají stále neznámé a motivují diváka ke sledování pokračování. K rozklíčování hlavní narativní hádanky většinou dochází až na samém konci seriálu. Sekundární otázky ve vyprávění jsou umocněné tzv. cliffhangerem, tedy koncem v tom nejnapínavějším momentu děje. Ten může být použit mezi jednotlivými díly nebo na konci série. Divák pak musí napjatě čekat přinejmenším rok, aby byla takto ukončená narativní otázka zodpovězena (Korda, 2014, s. 37).

3 Nastolování agendy

Koncept nastolování agendy neboli „agenda settingu“ patří do oblasti výzkumu účinků médií a vychází z tvrzení, že „*média at' už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 374). Dle teorie agenda settingu se předpokládá, že témata rezonující mezi veřejností jsou silně ovlivněná obsahem masových médií (Larson, 1994 cit. z Červenka, Škodová, Nečas, Kalvas, Tabery, Trampota, 2008, s. 13). Dle tohoto předpokladu závisí na obsahu médií, jakým tématům budou lidé

věnovat pozornost, o co se budou zajímat a o čem mluvit. Pokud bude nějaké téma hojně medializované, publikum ho pravděpodobně přijme za své a bude ho zmiňovat ve své vlastní agendě (Škodová, 2008, s. 13). Touto problematikou se zabývali např. McCombs a Shaw (1972), Funkhouser (1973), Berger (2001) aj. Nastolování agendy je často uváděno na příkladech politických kampaní. Podle McCombse a Shawa (1972 cit. z Protesse, McCombs 2016, s. 17–18) je chování voličů výrazně ovlivněno médii. Množství mediálních sdělení, kterým jsou vystaveni, je opravdu velké. Někteří voliči, zejména ti více vzdělaní a politicky zainteresovaní, si informace o politikovi nebo straně sami aktivně vyhledávají a formují si svůj politický názor. Většinou informací jsou však bezprostředně vystaveni a neuniknou jim. Média tudíž budují politickým subjektům image, kterou pak předkládají veřejnosti. Publiku podstrkují už hotový názor, který by o daném kandidátovi či straně mělo mít, aniž by si jej vytvořilo samo.

Pro účely této práce nebude autorka více do hloubky zkoumat akademické pojetí této teorie ani další účinky médií na politických příkladech. Tato kapitola pouze nastiňuje problematiku ovlivňování prostřednictvím médií a k lepšímu vysvětlení konceptu agenda settingu byl vybrán právě tento příklad. Předmětem této práce je zkoumání nastolování agendy prostřednictvím seriálů. Jedním z jeho příkladů je úspěch seriálu Černobyl z dílny stanice HBO. Černobyl měl na HBO premiéru 6. května 2019 a znovu otevřel téma jaderné katastrofy. V médiích se objevovaly desítky článků, které hodnotily, co je fikce a co naopak pravda (reflex.cz, 2019, seznamzpravy.cz, 2019), nabízely rozhovory s pamětníky (lidovky.cz, 2019) či odborníky (idnes.cz, 2019), publikovaly se ale také články o klimatické změně v souvislosti s výbuchem (obnovitelne.cz, 2019), o zamlčování pravdy komunistickým režimem (ihned.cz, 2019). Publikum si také mohlo přečíst politické spekulace o možném obnovení studené války na základě ruské nevole vůči seriálu (zoommagazin.iprima.cz, 2019). Témat, která se řešila, bylo opravdu mnoho a všechna měla společné jedno – výbuch jaderné elektrárny Černobyl „oživený“ seriálem, jenž znovu dostal toto téma do veřejného diskurzu a vyvolal o něj velký zájem.

4 Mediální publikum

V souvislosti s tématem této práce je objektem zkoumání ženské publikum televizních seriálů, tedy divačky. Lze o této specifické skupině hovořit i jako o obecnstvu? Odpověď

je kladná, ale pouze za určitých předpokladů. Publikum a obecnstvo jsou dvě velmi blízké skupiny lidí, které přijímají nějaké mediální sdělení. Hovoříme-li obecně o publiku, myslíme tím institucionalizovaného kolektivního uživatele médií. Publikum moderní doby je rozptýlené a nesdílí spolu stejný prostor v tomtéž čase. Publikum už není nutně svázané společným tématem obecného nebo veřejného zájmu. Je to spíše soubor uživatelů médií, kteří se čím dál více díky komodifikaci kultury mění ve spotřebitele. (Jirák, Köpplová, 2015, s. 183–191). Pro obecnstvo je naopak typické, že se vyskytuje v danou chvíli na daném místě a společně přijímá mediální sdělení. Za obecnstvo se dají považovat posluchači rozhlasu, diváci v kině nebo televizní diváci sledující svůj oblíbený pořad ve stejném vysílacím čase. O čtenářích tisku nebo konzumentech digitálních médií už budeme hovořit jako o publiku. Technologický pokrok umožnil, že se v určitých případech publikum přiblížilo obecnstvu (Jirák, Köpplová, 2015, s. 191). Jedním z těchto případů jsou právě zkoumaní diváci seriálů, mají možnost vidět vysílání přímo v prime time v televizi nebo na streamovacích službách. Diváci společně sledují novou epizodu oblíbeného pořadu, avšak každý z pohodlí svého domova. Později pak prostřednictvím dalších médií diskutují děj a vytváří své vlastní teorie.

U publika můžeme hovořit o míře aktivity nebo interaktivity. Neexistuje pouze jediný pohled na tuto problematiku. Za pasivní považovali publikum především neomarxisté, kteří tento atribut přisuzují modernizaci společnosti a sociální změně, s čímž souvisí již zmíněný kulturní obrat od vysoké kultury pro elitu k nízké pro každého (Jirák, Köpplová, s. 209). Poněkud optimističtěji viděli publikum např. Lazarsfeld, Bergson a Gaudet (1948) či Katz (1957), kteří se přikláněli k teorii dvoustupňového toku komunikace. Podle autorů lidé jen pasivně nepřijímají mediální sdělení, ale šíří ho dál mezi ty, ke kterým se nedostalo (ibid.).

4.1 Ženy jako publikum televizních pořadů

Lidský mozek je nastaven, aby rozpoznal potenciální hrozby v prostředí, ve kterém se jedinec pohybuje. Tato pudová schopnost se projevuje i ve vnímání televizních zpráv. Míra vnímání negativních zpráv se liší u mužů a žen. Zatímco ženy mají větší tendenci se špatným zprávám vyhýbat, muži je spíše vyhledávají. Sloanova experimentální studie z roku 2000 potvrdila, že ženy reagují na negativní zprávy úzkostlivěji než muži, a proto se na zprávy dívají méně. Výzkum ukázal, že 44 % Američanů vnímá televizní zpravodajství jako

depresivní. Ženy tvoří 53 % tohoto čísla, muži pouhých 34 %. Dalším předmětem bádání bylo zjistit, co způsobuje menší sledovanost zpravodajství (především mezinárodního) ženami. Důvodem jsou podle studie zejména válečné konflikty a vyobrazené násilí (Kamhawi, Grabe, 2008, s. 34). Stejně tak se akademické výzkumy shodují na tom, že ženy méně vyhledávají hororové příběhy (Snelson, 2009, s. 175). Příčinu opět můžeme hledat ve vyobrazení násilí, jež v nich vyvolává negativní emoce. Odpověď na otázku, jak k tomuto žánru přitáhnout více divaček hledali producenti a režiséři celého světa. Osvědčil se koncept tvorby hororových filmů, které jsou natočené z ženské perspektivy. Klíčové je také správně vyobrazit hlavní hrdinku. Ta by sice měla být obyčejnou ženou „odvedle“, s níž se lze lépe ztotožnit, ale zároveň by měla v něčem vynikat a měla by mít onu esenci tajemna (ibid.).

Klíčovou roli tedy u ženské části publika hrají emoce. Anna Gibbs (2001 cit. z Gotron, 2009, s. 60) vnímá emoce jako vysoce nakažlivé. Dle jejího názoru se z člověka na člověka přenášejí tak snadno, jako se rozšiřuje oheň při požáru. V důsledku pokroku je už od 19. století jasná diferenciací toho, co je soukromé a co je veřejné. Nemluvíme zde jen o materiálních statcích, ale také o emocích. Průlom v kolektivním sdílení emocí nastal, když ženy začaly vyprávět své osobní příběhy za účelem utlumit svou psychickou bolest, aniž by věděly, že spousta žen kolem nich řeší obdobné problémy. Šíření těchto původně individuálních příběhů dál přispělo do značné míry ke kolektivnímu a sociálnímu řešení problémů (Cvetkovich, 1992, s. 3). Jistou modifikací této situace můžeme pozorovat u pořadů reality TV jako Oprah Show, česká Pošta pro tebe apod. Jejich podstata tkví ve vyvolávání a šíření emocí, které vznikají na základě vyprávění složitých životních příběhů hostů pořadu. Dalším oblíbeným typem televizních relací u žen jsou DIY (Do It Yourself, česky „udělej si sám“) a lifestyleové pořady. Důvod opět tkví v emocích, které vyvolávají. Tentokrát jde o pocit vytváření si vlastního domova a s ním související pocit bezpečí (Brennan, 2004 cit. z Gotron, 2009, s. 61).

Dalším charakteristickým rysem ženského publika je projekce života postav do svého vlastního, nebo naopak projekce vlastního života do života postav. Mezi divačkami a postavami vzniká emoční pouto a přisvojí si strukturu oblíbeného seriálu, kterou promítají do svých představ o vlastním životě (Abu-Lughod, 2002 cit. z Gotron, 2009, s. 67). Tento proces však neprobíhá nekriticky. Výzkumy ukázaly, že divačky dokážou obojí – jsou schopné vytvořit si emoční pouto s nějakou z postav a zároveň jsou schopné kriticky hodnotit. To zahrnuje nejen úroveň scénáře, vizuální efekty, kvalitu střihu a zvuku, ale dokážou prohlédnout i politickou agendu rafinovaně ukrytou v ději jejich oblíbeného

pořadu. I když jsou u žen vyvolány silné emoce, dokážou si stále držet určitý odstup. Ztotožnění se s dějem nebo hrdinkou seriálu často probíhá ve chvíli, kdy je dotyčná ve stejné nebo velmi podobné životní situaci jako postava. Tato zkušenost může být velmi nápomocná při hledání vlastní identity nebo porozumění sebe samé (Mankekar, 1999, s. 24–25).

Dle statistických údajů jsou ženy také hlavním televizním publikem. Výzkumná a analytická společnost Nielsen v roce 2011 publikovala výzkum, který ukazuje, že americké ženy sledují tradiční televizi o 16 hodin měsíčně více než muži. Celkově jsou podle Nielsenů největším segmentem v USA diváci ve věku 50–64 let, kteří tvoří 25 % dotázaných (nielsen.com, 2011). U českých diváků je situace velmi podobná. Z výzkumu ATO-Mediaserarch, který byl prováděn od srpna do října 2012 a publikován zpravodajským serverem ihned.cz, vyšlo najevo, že ženy jsou nejpočetnější diváckou skupinou a sledují zejména seriály. Celkem 63,6 % seriálových diváků tvoří ženy nad 15 let. Věkově jsou nejsilnější skupinou ženy nad 55 let, ty představují 31 % diváků (ihned.cz, 2012).

5 Pohledy na ženu

5.1 Pohled na ideál ženy

Hovoří-li se o tzv. „ideálu ženy“, je důraz kladen zejména na fyzický vzhled. Pohled na něj se lišil napříč historickým obdobím a také úzce souvisel s kulturou, ve které byla žena vyobrazena. Jinak vidí dokonalou ženu kmeny v Africe a jinak vyspělé kultury. Pro každého kráska znamená něco jiného, je to spíše individuální pohled. Přesto však lze v každé době nalézt určitý trend, který ovlivňoval hodnocení tělesné krásy (Fialová, 2006, s. 21). Zobrazení ženy nebo jejího těla se v umění vyskytuje už od pravěku, ale teprve od 15. století se žena stává hlavním symbolem pro krásu. Až v renesanci začala být žena uznávána jako esteticky nadřazená (Lipovetsky, 2000, s. 108). Prozatím však pohled na ideál nebyl jednotný. Uniformní měřítko krásy přišlo až s nástupem masových médií ve 20. století. Ta nastolují trendy v oblékání, chování i pohledu na krásu (Fialová, 2006, s. 21).

Jistý průřez ve vyobrazování ideálu krásy napříč stoletími ukazuje ve své knize Ludmila Fialová (2006, s. 22–28). Napříč jednotlivými obdobími dochází při zobrazení ideálu ke střídání štíhlosti a oblých tvarů. Zejména v baroku je kladen důraz na ty části těla, které symbolizují plodnost – tedy boky, břicho a poprsí. Tento trend se držel až do období klasicismu v 19. století. V jeho první polovině byly zástupkyně ženského pohlaví

vyobrazovány spíše jako jemné a křehké bytosti s útlým pasem. V druhé polovině naopak vítězil typ plnějších tvarů, k čemuž se přispěl i medicínský pohled na plnější postavu jako projev zdraví. Příchodem 20. století došlo opět k návratu štíhlosti, nikoliv však křehkosti. Ideální žena v této době byla vysoká, vzpřímená, s většími prsy a boky. V jednotlivých dekádách pak docházelo k hodnocení krásy v obličejí, postavy, postupnému odhalování se a stále většímu hubnutí. V 60. letech pak dochází k největšímu nárůstu poruch příjmu potravy v důsledku mediálního vyobrazování příliš štíhlých žen jako např. modelky Twiggy. Obrat k lepšímu nastal v 80. letech, kdy začal být kladen důraz na svaly.

Od 20. století začala být krása (stejně jako kultura) také monetizovatelná. Boom zažívala kosmetika a zkrášlující make-up, estetická chirurgie byla na vzestupu, začaly se objevovat první modelky a filmové herečky, které nastolovaly trendy v oblékání a účesech (Lipovetsky, 2000, s. 123). Fotografie, film a tisk, tyto tři mediální kanály servírovaly ženskou krásu svému publiku každý den. Později se k nim přidala ještě televize. Příchod nového milénia s sebou přinesl i rozšíření internetu do domácností. Tato technologie umožnila větší rozšíření reklamy přizpůsobené na míru uživateli, tedy personalizované. Denně na každého uživatele cílí desítky, možná i stovky reklam, které odráží jeho pohlaví, věk, životní styl, zájmy a koníčky. Patří do nich i komerční sdělení týkající se vylepšování vzhledu, jelikož ženské vášně se stále více soustředí na zkrášlování, omlazování a údržbu mladého a štíhlého těla (Lipovetsky, 2000, s. 125).

Současný trend zobrazování ideálu ženy se razantně nemění od začátku 21. století. Podle studie z roku 2012 nám média nabízí následující pohled na ideál: mladistvý vzhled, vysoká postava, dlouhé nohy, velké výrazné oči a čistá pleť bez nedokonalostí. (Tiggemann, Slater, Bury, Hawkins, Firth, 2013, s. 45) Dle výzkumníků je toto vyobrazení nerealistické. Často jsou ženám digitálně ubírána kila nebo centimetry v pase a bocích či prodlužovány nohy, aby působily ještě štíhlejším dojmem. Tyto nepřirozeně, často až nezdravě, štíhlé ideály pak vedou u žen k nespokojenosti s jejich vzhledem (ibid.). Na druhou stranu, v posledních letech můžeme sledovat i vzestup tzv. „plus size“ modelek, které reprezentují zdravou postavu a oblé tvary, i když „kult štíhlosti“ stále hraje prim. Čím dál více se také tyto typy objevují v televizních pořadech. Příklady takových hrdinek můžeme najít i v této práci. Jsou jimi June Osborne ze seriálu Příběh služebnice a Hannah Horvath ze seriálu Girls. Právě druhá dívka zmíněná aspekt nadváhy a nedokonalého těla (ve světle současného diskurzu) v seriálu otevřeně řeší. Stejně tak i její představitelka Lena Dunham na svých sociálních sítích pravidelně otevírá debatu na téma body shamingu (tzn. zesměšňování těla,

které nesplňuje standardy nastavené společností) a povzbuzuje své fanynky k sebelásce a přijetí vlastního těla.

5.2 Zobrazování ženských hrdinek v médiích s důrazem na televizi

Stejně, jako se mění role žen ve společnosti, mění se i jejich zobrazování v produktech populární kultury. Tolik nezáleží, jestli se jedná o literaturu, hudební klipy, filmy nebo seriály. Vývoj ženských postav od počátku televizního vysílání byl markantní a stále ještě není u konce. V současnosti můžeme pozorovat zejména odbourávání stereotypních rolí žen ve společnosti. Ženy byly vyobrazovány a vnímány komunitně – byly velmi emoční a naladěné na potřeby ostatních. Tyto role lze vidět zejména v situačních komediích z 50. a 60. let 20. století, kde zastávaly zejména role matek nebo manželek (Oppenheimer, Goodman, Adams-Price, Codling, Coker, 2003, s. 162). Stereotypně byli vyobrazováni i muži. Ti zastávali roli „agenta“, tedy energického, nezávislého a asertivního jedince, který má v rukou moc a ujímá se nějakého důležitého úkolu (ibid.). Postupem času se ženy dostaly ven z domácnosti a začaly vykonávat nejrůznější povolání. Opět bylo ale dodržováno komunitní schéma a stereotyp ženy jako pečovatelky. V 80. a 90. letech 20. století ženské seriálové postavy vykonávaly povolání jako zdravotní sestra, sociální pracovnice, sekretářka, kadeřnice apod. V 90. letech však začala i emancipace ženských hrdinek. Ženské hrdinky postupně začaly vykonávat „mužskou“ práci (ibid.). Stávaly se z nich právničky nebo soudkyně. Tento posun má však své počátky už v 70. letech, kdy se tvůrci s ohledem na změněnou náladu ve společnosti snažili vytvořit nezávislou ženu, která se nestará o domácnost a snaží se o úspěch v mužském světě. Příkladem může být Mary Tyler Moore Show nebo Tři andělci pro Charlieho. Co však může být vnímáno poněkud problematičtěji, je ztráta ženskosti. Nové emancipované hrdinky se totiž svým chováním podobají spíše mužům. Od nich převzaly nezávislost a asertivitu a potlačily svou feminitu. Další posun lze zaznamenat u televizní a filmové produkce 21. století. Ve velké oblibě jsou temná realistická dramata, kde hlavní roli nemá mužský antihrdina, nýbrž žena. Tyto příběhy často vyobrazují násilí (fyzické či psychické) a špatné zacházení se ženami. Ženy jsou zobrazovány se svými nedokonalostmi, důraz je kladen i na jejich křehkost (Perkins, Schreiber, 2019, s. 920).

Nově vzniklá hrdinka už není tou ženou, se kterou se diváci setkávali doposud. Je to spíše antihrdinka. Pro tu je charakteristická již zmíněná nadměrná maskulinita, nebo naopak

feminita. Stěžejní je však její komplexnost, více vrstevnost a „morální narušenost“, což jsou tři znaky, které sdílejí antihrdinky napříč všemi televizními seriály či filmy (Tally, 2016, s. 3). Tento druh postavy už nepředstavuje dokonalou ženu ve všech ohledech, právě naopak. Jedná se o ženu, která má své problémy, špatné vlastnosti a slabiny. Této postavě bylo dovoleno být komplikovanou ženou se složitou povahou. Dalším častým znakem je jejich zdánlivě „normální“ život na předměstí, ale po bližším zkoumání divák odhalí nějaké temné tajemství, které nakonec vypluje na povrch a zcela se vymkne z rukou (Dockterman, 2015 cit. z Tally, 2016, s.3–26).

Seriálová hrdinka poslední dekády prošla ještě další proměnou. Maskulinní projevy byly značně zmírněny a došlo především k návratu k ženské podstatě. Nová hrdinka je empatická, v mnoha ohledech křehká a zranitelná, ale i tak může zastávat vůdčí postavení. Často bývá silně dominantní (*high dominance*), to znamená, že je sebevědomá, silná, hodnotí pozitivně sebe samu a své schopnosti. Je to silná žena, často označovaná jako antihrdinka. Jde proti tradičnímu chování ženy, jež je přijímané společností, je komplexní, multidimenzionální a nějakým způsobem narušená (Tally, 2016, s. 22). Není plachá, neostýchá se, naopak je nezávislá, mnohdy velmi silně sexuálně založená a stojí pevně nohama na zemi. Tento druh postavy žije podle vlastních pravidel a odmítá se za to omlouvat, i když má její chování mnohdy neblahý vliv na její vztahy nebo rodinu (Susman, 2015 cit. z Tally, 2016, s. 22).

To, co média i autorka této práce považuje za onu „sílu“ těchto postav, je to, jak se vyrovnávají se složitou životní situací. Každá antihrdinka poslední dekády čelí nějakému závažnému problému nebo prochází krizí jako je např. smrt manžela, dítěte, vážná nemoc, drogová závislost, vězení, zničující rozchod apod. (ibid.) Tyto hrdinky mají problémy běžného světa, což jim propůjčuje značnou autentičnost. Nálepka vydědence, smolaře nebo psance společnosti a zároveň jejich houževnatost v této pozici je to, s čím diváci sympatizují a co je činí oblíbenými (Johnson, 2007, s. 12).

METODOLOGICKÁ ČÁST

6 Metodologie

6.1 Kvalitativní výzkum

Vzhledem k vybranému tématu diplomové práce byl zvolen kvalitativní výzkum. Autorka se v práci nesnaží zjistit kvantifikovatelná data, nýbrž lépe pochopit fenomén seriálů a jejich vliv na ženské publikum. V samém úvodu této práce si autorka nejprve zvolila téma a určila základní výzkumné otázky, na které na základě analýzy nashromážděných dat v závěru práce odpoví (Hendl, 2016, s. 46).

Hlavní předností tohoto typu výzkumu je získání podrobného pohledu na zvolenou problematiku, což je velkou výhodou vzhledem k volbě tématu. Kvalitativní výzkum výzkumníkovi umožňuje zkoumat fenomén v přirozeném prostředí, studovat procesy a navrhnout teorie. Kromě výhod má však i své slabé stránky. Získaná znalost nemusí být zobecnitelná na populaci nebo jiné prostředí, výsledky mohou být snadněji ovlivněny výzkumníkem a jeho pohledem a sběr dat a analýza jsou časově náročnější, než tomu je u kvantitativního výzkumu (ibid.).

6.2 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Tématem této práce je vliv seriálů na jejich diváky, konkrétně na ženské publikum. Pro výzkum byly zvoleny čtyři kultovní seriály současnosti, jejichž hlavními hrdinkami jsou silné ženy. Cílem výzkumu je zjistit, jak silné ženské postavy z vybraných seriálů ovlivňují ženské publikum. Pro tento účel byly zvoleny tři hlavní výzkumné otázky, každá z nich pak byla doplněna o jednu doplňující otázku.

- 1) Formovaly zvolené hrdinky televizních seriálů pohled na ideál ženy? Pokud ano, jak?
- 2) Snaží se publikum nějakým způsobem vybraným hrdinkám přiblížit nebo vyrovnat?
Pokud ano, jak?
- 3) Jaká společenská témata otevřelo vytvoření vybrané silné ženské postavy nebo natočení seriálu?

V závěru práce budou na základě vyhodnocení rozhovorů na otázky zodpovězeny. Diplomová práce si klade za úkol seznámit čtenáře se zkoumanou problematikou, rozšířit povědomí a připravit pevný základ pro další akademické výzkumy na toto téma.

6.3 Výzkumný vzorek – kritéria výběru

Tato práce je zaměřená výhradně na divačky televizních seriálů. Důvodem pro tento výběr byla především velikost ženského publika. Jen v České republice představují 63,6 % diváků televizních seriálů ženy nad 15 let.

Výzkumný vzorek byl vybírán účelově. Hlavním kritériem pro výběr bylo to, že respondentky viděly všechny čtyři ze zkoumaných seriálů, tedy Sex ve městě, Girls, Příběh služebnice i Hru o trůny, což se ukázalo jako velké úskalí. V první fázi výběru bylo jednáno celkem se dvanácti divačkami seriálů. Sex ve městě a Hru o trůny viděly všechny oslovené, Příběh služebnice už jen devět a seriál Girls šest. Velkým překvapením tedy bylo, že i když je seriál Girls ve světě velkým popkulturním fenoménem, v České republice tak rozsáhlou diváckou základnu nemá.

Do výzkumného vzorku byly nakonec vybrány čtyři respondentky ve věku 23–35 let, tedy mladší dospělé publikum. Důvodem tohoto výběru bylo zjistit, jak mladé dospělé narozené mezi lety 1981–2000 (nebo také mileniály) ovlivňují televizní seriály. Navíc lidé v tomto věku zažili boom zahraničních seriálů na českém mediálním trhu a tráví s nimi velkou část svého volného času. Dalším důvodem tohoto výběru je doba vzniku vybraných seriálů. Kromě Sexu ve městě byly seriály natočeny mezi lety 2011–2018 (Příběh služebnice se stále ještě natáčí), kdy byla podána teze pro tuto diplomovou práci. Dle názoru autorky je tedy větší pravděpodobnost, že vybrané seriály osloví mladší generaci.

Demografický výběr v tomto výzkumu nebyl zásadní, tudíž na něj nebyl kladen důraz. Všechny respondentky pochází z různých koutů republiky, velkých i malých měst nebo vesnic. Stejný přístup byl uplatněn i u vzdělání. Zvolené respondentky mají úspěšně složenou maturitní zkoušku, některé z nich absolvovaly na vysoké škole. Úroveň dosaženého vzdělání nebyla kritériem pro výběr vzorku.

6.4 Metoda výzkumu

Jako metoda výzkumu byl zvolen polostrukturovaný kvalitativní rozhovor, který byl vybrán jako nejvhodnější metoda pro zkoumání vlivu seriálů a jejich hrdinek na publikum. Autorka ve výzkumu potřebovala zjistit subjektivní názory jednotlivých respondentek, což jí

umožnila právě tato výzkumná metoda. V úvodu byl vytvořen rámcový scénář rozhovoru se třemi hlavními kategoriemi otázek. Tyto kategorie pak korespondovaly s výzkumnými otázkami, které byly na začátku stanoveny (viz níže).

1) Vnímání ideálu krásy

- Jak bys podle sebe popsala vzhled dokonalé ženy?
- Vídáš takové ženy, jaké jsi mi teď popsala, v seriálech? A co v reálném životě, vídáš „dokonalé ženy“?
- Odpovídá podle tebe některá ze zvolených hrdinek ideálu krásy, který vídáš na obrazovce? Která a proč? Která hrdinka nebo hrdinky do tohoto obrazu nespádají a proč?
- Jaké typy seriálových hrdinek preferuješ? Jaké by měly mít vlastnosti, život, vzhled?
- Která z hrdinek je ti nejsympatičtější vzhledově a která chováním? Proč?

2) Vliv seriálů a jejich hrdinek na divačky

- Řekla sis u některé z hrdinek, že bys chtěla vypadat jako ona (postavou, délkou vlasů, líčením, módním stylem)?
- Kupuješ si někdy oblečení podle toho, co vidíš v seriálu? Inspirovala ses u některé z vybraných hrdinek? Chtěla si někdy změnit účes na základě toho, že jsi to viděla v seriálu?
- Řeší podle tebe hrdinky reálné problémy, které řeší ženy i v běžném životě? Pokud ano, tak jaké?
- Pokud si někdy řešila nebo prožívala stejný problém, jako si viděla v seriálu, inspirovala ses jeho řešením? Řekla sis někdy „To je dobrý přístup k situaci.“?
- Byla si někdy v situaci, kdy sis řekla „To je jako ve Hře o trůny, Příběhu služebnice, Sexu ve městě, Girls?“ Co to bylo za situaci? Vyřešila jsi ji sama nebo sis vzpomněla na seriál a postupovala podobně?

3) Závažná společenská témata v seriálech

- Řeší podle tebe některý ze seriálů závažná společenská témata? Jaká?

- Zamyslela ses někdy hlouběji nad tématem Hry o trůny, Příběhu služebnice, Sexu ve městě, Girls? Řešila jsi to někdy s někým? Řešila jsi to i veřejně v diskuzích? Viděla jsi na toto téma nějaké články nebo reportáže v médiích?

Sestavený scénář byl u každého z rozhovorů dodržen, aby došlo k získání základních informací pro pozdější analýzu. Autorka se také doptávala na doplňující otázky, které ověřily, zda respondentky rozumí, na co se ptá. V případě nejednoznačné nebo zajímavé odpovědi se autorka doptávala hlouběji, aby byly informace uvedeny na pravou míru a získala tak celistvý názor dotazovaných divaček.

6.4.1 Metoda vyhodnocování a interpretace dat

Jako metoda vyhodnocování dat byla zvolená zakotvená teorie, která byla zformována dvojicí sociologů B. Glaserem a Straussem v roce 1967. Zakotvená teorie je odvozená indukci ze zkoumaného jevu. Je vytvořená a prozatímně ověřená pomocí systematického shromažďování údajů o zkoumaném jevu a jejich následnou analýzou (Strauss, Corbin, 1999, s. 14). Nashromážděné výpovědi respondentek byly zpracovány a analyzovány pomocí otevřeného kódování. Jednotlivé kódy byly posléze sdružovány do kategorií, které obsahovaly jevy se společnými znaky. Ve výzkumu byly pro dokreslení zkoumaného jevu a jeho lepší ilustraci použity i některé výpovědi respondentek.

Data analyzovaná pomocí zakotvené kategorie byla posléze interpretována. Zjištěné poznatky byly sepsány do jednotlivých kapitol, které korespondují s výzkumnými otázkami, jež byly stanoveny na začátku práce. Autorka se neomezila pouze na stanovené otázky, ale svůj výzkum doplnila i o další poznatky jako např. vnímání reálnosti postav respondentkami, jejich vlastní pohled na ideál krásy, jejich názor na zobrazování ženského těla v seriálech apod.

6.4.2 Sběr a záznam dat

Z důvodu pandemie covid-19 a s ní souvisejícími opatřeními vlády České republiky nemohly být rozhovory realizovány naživo. Autorka proto využila moderní technologie a rozhovory byly realizovány prostřednictvím hovoru přes telefon, Skype a Facebook. Realizované rozhovory byly celkem čtyři a v průměru trvaly půl hodiny, někdy i více.

V úvodu sezení byl respondentkám vysvětlen účel rozhovoru a představeny, nebo spíše připomenuty, zkoumané seriály a jejich hrdinky. V neposlední řadě byly seznámeny

s tím, že rozhovor bude zaznamenáván na diktafon. Po udělení jejich souhlasu byl rozhovor zahájen a autorka začala klást předem připravené otázky. Vzhledem k tomu, že se jednalo o polostrukturovaný rozhovor, autorka se nedržela pouze sepsaných otázek. Ty sloužily jako osnova pro zjištění potřebných informací. Získané rozhovory byly posléze doslovně přepsány. Doslovná transkripce umožnila zaznamenat dialekty jednotlivých subjektů a zachovat tak autenticitu dotazovaných divaček i v písemném projevu.

6.5 Limity výzkumu

Jedním z limitů výzkumů je autorčin divácký pohled na zvolené seriály. Autorka sama všechny vybrané seriály viděla, některé i opakovaně. Z toho důvodu není její pohled tak nestranný, jako kdyby seriály nikdy neviděla, a do výzkumu vstupovala s jistým očekáváním.

Dalším limitem je malý vzorek respondentů. Více respondentů by umožnilo zmapovat danou problematiku ještě detailněji a mohl by vést ke komplexnějšímu pohledu zejména na zobrazování ideálu ženy. Nicméně i při realizaci výzkumu se 4 respondentkami došlo k naplnění tématu a výpovědi dotazovaných divaček se opakovaly. Jak ale bylo uvedeno v úvodu a kapitole 6.2, tato diplomová práce by měla zmapovat problematiku vlivu seriálů a zobrazování silných hrdinek na divačky, rozšířit povědomí o tomto tématu a zejména připravit půdu pro další akademické výzkumy. Pro účely hlubšího zkoumání případně disertační práci na toto téma by měl být vzorek navýšen.

PRAKTICKÁ ČÁST

7 Rozbor seriálů a hlavních hrdinek

7.1 Sex ve městě

Seriál Sex ve městě (v originále Sex and the City) je úspěšným seriálem z produkce HBO, jenž se vysílal v letech 1998–2004 a cílil na ženské publikum. Předlohou pro tento seriál se stal úspěšný sloupek v novinách New York Observer a stejnojmenná kniha autorky

Candance Bushnell, která měla taktéž velice pozitivní ohlasy (Jermyn, 2009, s. 1). Žánrově se dá dílo zařadit mezi komedie. Glen Creeber označil *Sex ve městě* jako nový subžánr, který kombinuje prvky soap opery, dramatu, komedie či komediálního dramatu a označil jej jako „dramedy“ či „soap drama“ (Creeber, 2004, s. 115, s. 142 cit. z Jermyn, 2009, s. 35–38).

Seriál se dočkal šesti sérií, a dokonce dvou navazujících filmových zpracování. Diváky a divačky provázel příběhy čtyř kamarádek Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker), Mirandy Hobbes (Cynthia Nixon), Charlotte York (Kristin Davis) a Samantha Jones (Kim Cattrall), které prožívaly nejrůznější peripetie života svobodných žen podvršení třicátého roku jejich života. Hlavními tématy seriálu jsou sexuální svoboda, přátelství mezi ženami a nezávislost. *Sex ve městě* byl ve své době opravdu unikátním počinem, a to nejen proto, že otevřeně diskutoval intimní témata sexuálního rázu a humorně tak bořil společenskou tabu (Adriaens, Van Bauwel, 2014, s. 174), otevřeně zde řeší například téma homosexuality, monogamie, pohlavních chorob, neplodnosti, nechtěného těhotenství apod., ale také proto, že jako vůbec první představil na televizních obrazovkách tzv. ženskou antihrdinku, svobodnou ženu, která se ale neupíná k naději, že najde toho pravého muže, se kterým stráví zbytek svého života. Nová antihrdinka je s životem single ženy po třicítce spokojená, je komplikovaná a někdy až agresivní (newyorker.com, 2013).

Seriál byl v Americe velmi úspěšný, získal řadu prestižních ocenění, jakými jsou Zlaté Glóby, ceny Emmy atd., a brzy se rozšířil i na ostatní kontinenty. Velmi rychle se stal ze *Sexu ve městě* úspěšný a silný brand, který ovlivňoval a utvářel životní styl žen po celém světě (Arthurs, 2004, s. 137). Velkou slávu seriál vynesl módnímu návrháři Manolu Blahnikovi, jehož boty hlavní hrdinka Carrie nosila nejraději. Slávu však nezažívaly jen módní doplňky a oblečení, ale také restaurace a bary na Manhattanu (Adriaens, Van Bauwel, 2011, s. 1). Jako každý úspěšný produkt populární kultury, i *Sex ve městě* měl svou vlastní fanouškovskou základnu a předměty merchandisingu, které prodávala HBO na svých webových stránkách (Jermyn, 2009, s. 92).

Ačkoliv autoři nikdy *Sex ve městě* explicitně neoznačovali jako feministické dílo, někteří akademici (Arthurs 2004, Adriaens, Van Bauwel 2014, Jermyn 2009) často označují seriál jako postfeministický produkt populární kultury.

7.1.1 Carrie Bradshaw

Carrie Bradshaw je hlavní hrdinka a zároveň i vypravěčka v seriálu *Sex ve městě*. Carrie je

spisovatelka a novinářka, která píše sloupek s názvem Sex ve městě do fiktivního novinového plátku The New York Star. Ve svém sloupku, který vychází jednou týdně, rozebírá ožahává témata sexuálního rázu, která čerpá ze svého života či života svých přátel. V každém díle je rozebrána problematika, která je posléze konfrontována se životem Carrie, Mirandy, Samantha, Charlotte a dalších a je nahlížena vždy z jiné perspektivy související s konkrétní postavou seriálu.

Carrie není typickou kladnou hrdinkou, právě naopak. Jak už bylo řečeno v úvodu o seriálu Sex ve městě, Carrie Bradshaw je spíše antihrdinka. Je svobodnou ženou, která žije v bytě na Manhattanu, neumí vařit, navštěvuje bujaré večírky a nehoní se za vidinou spokojeného života v manželství s dětmi. Carrie není vyobrazena jako dokonalá žena, autorka seriálu naopak akcentuje její slabé stránky a tím hrdinku značně polidšťuje a dělá z ní obyčejnou ženu, ne dokonalou a nedotknutelnou múzu, jak bylo do té doby zvykem. Hlavní hrdinka je marnivá, veškeré své měsíční příjmy utrácí v luxusních butikách za značkové oblečení nebo boty, a to i v případě, kdy si je vědomá toho, že nebude mít na zaplacení měsíčního nájmu. Opakovaně je Carrie v seriálu ukázána jako povrchní žena, pro kterou je její vzhled a módní styl prioritou. Mezi výčet negativních povahových rysů a vlastností můžeme zařadit i lhaní a sobectví, které nejednou způsobí hádku s jejími nejbližšími a rozchod s jedním z jejích partnerů. Mladá novinářka také opakovaně činí stejné chyby a nepřiliš moudrá životní rozhodnutí. Jmenujme například opětovné navazování vztahu s „panem Božským“, který je citově nedostupný a chladný, své partnerky si neváží a opakovaně zraňuje její city. Postava Carrie Bradshaw byla v seriálu taktéž nevěrná. Dále je ještě nutné zmínit, že Bradshaw je velmi temperamentní ženou, což se projevuje především ve velmi ostrých a hlučných hádkách s partnery a kamarádkami.

I přes výčet negativ má tato postava i spoustu pozitivních vlastností. Sloupkařka je pro své přátele oporovou a dokáže nabídnout pomocnou ruku, když to její nejbližší nejvíce potřebují. Dokáže být laskavá, láskyplná a pečující. I přes špatná rozhodnutí a zásahy osudu se snaží být sama sebou a nést odpovědnost za své chyby. Se svými problémy se snaží vypořádat sama, hrdě, někdy však i ona sama uzná, že je toho na ni moc a potřebuje podporu svých přátel. Je odvážná, hrdá a jde si za svým. Umí být i pokorná a skromná, zejména v pracovní rovině, ale i v partnerských vztazích.

Carrie Bradshaw je zkrátka vymyšlenou hrdinkou, která má natolik lidské vlastnosti a chyby, že by klidně mohla být skutečnou ženou. I přes pozlátka života na Manhattanu prožívá nelehké životní situace, se kterými se musí vypořádat. Ty jsou natolik uvěřitelné

a reálné, že by mohly být součástí života téměř každé ženy.

7.2 Příběh služebnice

Seriál Příběh služebnice (v originálním znění *The Handmaid's Tale*) vznikl na motivy stejnojmenného románu kanadské spisovatelky. Margaret Atwood. Knižní předloha byla napsána již v roce 1985, avšak televizní zpracování na sebe ještě pár let nechalo čekat – první série seriálu byla odvysílána americkou streamovací společností Hulu v roce 2017. Přestože téma knihy bylo vyčerpáno již v první sezóně, tvůrci v natáčení pokračují dál. Momentálně jsou vydány tři série seriálu a v roce 2020 je očekávána čtvrtá.

Příběh služebnice pojednává o dystopické blízké budoucnosti, ve které Severní Ameriku ovládne teokratická sekta, která zde vytvoří republiku Gileád a od základů změní politiku, třídní rozvrstvení společnosti a potlačí veškerá lidská práva. Pokroucený autoritativní režim, který čerpá ze Starého zákona, reaguje především na stále se zvyšující neplodnost – všechny ženy, které měly v minulosti dítě, pochyťá a pošle je na převýchovu v tzv. služebnice. Ty jsou po převýchově přidělovány do rodin nejvyšší vrstvy a mají jediný úkol, porodit pánovi a paní domu dítě. Poté jsou přemístěny do jiné rodiny a vše se opakuje.

Celý příběh je vyprávěn služebnicí Offred (Elizabeth Moss), občanským jménem June Osborne, jež byla stejně jako tisíce žen, které někdy v minulosti měly děti, chycena při útěku do bezpečné Kanady a poslána na převýchovu na Služebnici. June popisuje nejen svůj život v Gileádu, ale seznamuje diváka se svým životem před ním a také mu dává možnost nahlédnout do doby těsně před pádem demokratické vlády. Divák tak má možnost udělat si kompletní obrázek o tom, jaké hrůzy si musely Služebnice prožít a jak těžké to muselo být pro jejich psychiku.

Samotný román Příběh služebnice je často nazýván jako „feministická dystopie“, sama autorka toto označení považuje za nesprávné (theguardian.com, 2012). Podle ní se jedná o klasický příklad totalitního režimu, který by se dal znázornit pomocí pyramid – lidé jsou rozděleni do vrstev a v jednotlivých vrstvách mají jak muži, tak i ženy určitá práva či moc. Ve feministické dystopii by struktura byla dvouvrstvá. V rukou by pevně drželi moc jen muži a ženy by na kastovním žebříčku byly hluboko pod nimi (ibid.).

7.2.1 June Osborne/Offred

June Osborne je ústřední postavou seriálu Příběh služebnice a zároveň i vypravěčkou

hlavního příběhu. Před pádem demokracie v Severní Americe se živila jako editorka. Byla tedy vzdělanou a dobře společensky postavenou ženou. Její matka byla známá feministka, takže June byla od malička vychovávána k feministickému smýšlení. Má manžela Luka, který se kvůli ní rozvedl se svou tehdejší ženou, a malou dceru Hanu. Ta jí byla po vzniku Gileádu odebrána a poslána na převýchovu k vysoce postavené rodině. June byla po převýchově poslána jako Služebnice do rodiny Freda Waterforda a dostala jméno Offred (z anglického Of Fred, tedy patřící Fredovi, Fredova)

Při stále přiostrujících se poměrech na počátku pádu demokracie a vzniku Gileádu se June i s manželem a dcerou snažili uprchnout do Kanady. Jejich útěk však nebyl úspěšný. June i s Hanou byly chyceny a násilně rozděleny, Luke byl postřelen, ale jako jediný se do Kanady dostal. Na svobodě se věnuje dobrovolnické činnosti, pomáhá uprchlým Služebnicím a stále pátrá po své ženě a dceři.

Postava June představuje velmi silnou ženskou hrdinku. Jako vzdělaná žena musí každý den snášet psychické a mnohdy i fyzické týrání a utlačování ze strany manželů Waterfordových a Tety Lydie, vedoucí pracovnice převýchovného centra, která na Služebnice v daném okrsku dohlíží. S June je jednáno jako s největší spodinou – nemá dovoleno číst, pracovat jinak než jako výpomoc v kuchyni, nesmí mluvit, pokud není tázána, nesmí chodit ven bez doprovodu, nesmí prakticky nic, kromě zajištění potomka své „hostitelské“ rodině. June je opakovaně vystavována psychickému nátlaku ze strany Sereny Joy Waterford, která ji neustále ponižuje a konfrontuje jí s odloučením od dcery. I přes to všechno June není zlomená, rezignovaná a nemá ani sebevražedné sklony. Stále vymýšlí způsoby, jak dosáhnout svého cíle – utéct i s Hanou do bezpečí a pomoci rozložit gileádský režim.

Postava June je velice tvrdohlavá, odvážná, psychicky vyrovnaná, má smysl pro spravedlnost a jde si za svým cílem. Nebojí se vydírat Serenu Joy (posléze i svého dalšího velitele), zapojí se do odboje, několikrát uteče a setká se se svou dcerou. Ve třetí sérii dokonce zorganizuje hromadnou záchranu gileádských dětí, které byly odebrány svým původním rodičům. June Osborne je příkladem neohrožené, emancipované hrdinky, která i v těch nejtemnějších a nejtěžších chvílích neztrácí naději a udělá vše pro to, aby dosáhla svého, i kdyby jí to mělo stát život.

7.3 Girls

Seriál *Girls*, pocházející z dílny televizní stanice HBO, vznikl v letech 2012–2017 a dočkal se šesti sérií. Žánrově tento televizní počín můžeme zařadit mezi dramedy, stejně jako *Sex ve městě*. Obdobně jako *Sex ve městě* (SVM), i seriál *Girls* pojednává o životě čtyř kamarádek – Hannah Horvath (Lena Dunham), Jessy Johansson (Jemima Kirke), Marnie Michaels (Allison Williams) a Soshanny Shapiro (Zosia Mamet), které se musejí vyrovnat se svým životem a partnerskými vztahy. Rozdíl mezi těmito dvěma díly je však markantní. Zatímco *Sex ve městě* je takřkajíc „pohádková“ představa života žen po třicátém roku života, který je plný luxusních bot, alkoholických koktejlů a bohatých alfa samců. Je to fantazie o svobodě, přátelství čtyř kamarádek, které si jsou bližší než pokrevní sestry a mohou mít nezávazný sex bez výčitek (theguardian.com, 2017). Kdežto autorky *Girls* ukazují reálný život a trable čtyř žen po „dvacítce“, které se potýkají s nedostatkem financí, pracovními neúspěchy a průměrnými až špatnými partnery, kteří jim do budoucna nemají co nabídnout, záští, žárlivosti atd. Ženské přátelství je zde ukázáno bez přikrášlování a se vším, co může obnášet – s pomluvami, přebíráním partnerů, sobectvím. Seriál je opravdu realistickým kukátkem do života mladých mileniálů možná i proto, že autorka, režisérka a hlavní postava v jedné osobě, Lena Dunham, čerpala při jeho tvorbě ze svého života (ibid.). Dalším zásadním rozdílem mezi *Sexem ve městě* a *Girls* je v konci celého seriálu. V případě *Sexu ve městě* zažije každá ze čtveřice hlavních hrdinek svůj vlastní šťastný konec, v případě čtveřice žen z *Girls* tomu tak není. O hollywoodském „happy endu“ zde nemůže být řeč v případě ani jedné z nich. Každá z nich se musí vypořádávat s nějakou zásadní životní situací – ať už jde o rozvod, nechtěné dítě nebo ztrátu nejbližších přátel.

Girls byly oceňovány pro svou velkou otevřenost a dost pravděpodobně znamenaly i průlom v televizním vysílání. Příkladem toho může být zobrazování nahoty a sexu bez přikrášlení. Hrdinky v tomto seriálu nenosí při sexuálním styku podprsenku, jako ty v Hollywoodu. Sex zde není vyobrazován jako romantická pohádka, kterou diváci znali z televize doposud, naopak je zde vyobrazen takový, jaký je, i když v mezích vysílatelnosti, nejedná se o žádné porno (nytimes.com, 2017). Dále je zde unikátní vyobrazování ženského těla. Po několik desetiletí vídáme na obrazovkách ideál ženského těla poplatný určité době. *Girls* se od tohoto pravidla úplně oprostil. Jeho hrdinky nemají míry 90-60-90, umělé poprsí ani vypracované svaly na břicho. *Girls* ukazuje své hrdinky, takové, jaké jsou – s pár kily navíc, potetované, s volnou kůží na břicho, což doposud televizní vysílání postrádalo (ibid.).

Poměrně kontroverzní na celém seriálu je, že všichni hlavní protagonisté seriálu jsou

bílé rasy, což v Americe vyvolalo velkou kritiku a vyvolalo debaty zejména na sociálních sítích. Jak napsal deník New York Times (2017), díky tomuto televizním počinu byla odhalena nová tvář feminismu v generaci mileniálů. Sociální média umožnila širšímu publiku zapojit se do debat o rasismu a feminismu. Do té doby se odehrávaly především offline a mezi aktivistkami nebo akademiky.

7.3.1 Hannah Horvath

Hannah Horvath (Lena Dunham), hlavní hrdinka seriálu Girls, je obyčejnou dívkou jednadvacátého století. Nemá dokonalou postavu, perfektní práci ani spoustu peněz. Naopak, je to mladá dívka, která ukončila vysokou školu a potýká se s problémem najít si jako nezkušená žena bez praxe práci. Její milostný život také není bezchybný, stýká se s mladým mužem Adamem (Adam Driver), který má problémy se vztekem a prožívá s ním velmi nekonvenční milostný vztah.

Během šesti let, kdy se Girls natáčely, projde postava Hannah velkým vývojem a řeší nespočet životních trablů a krizí. Sexuální vztah s Adamem se nakonec vyvine ve velkou lásku, která však nemá šťastný konec. Adam se s Hannah rozejde kvůli sobectví a nedostatku podpory z její strany. Hannah je touto událostí zničená, byla to její první opravdová láska. Postava si projde fází truchlení a přes rozchod se po nějaké době přenesou. Ovšem do doby, než si Adam začne románek s Haninou nejlepší kamarádkou Jessou. Hannah se vše dozví a přeruší s oběma kontakt. Z Jessiny strany to vnímá jako velkou zradu, navíc přijde o iluze, co se dívčího přátelství týče.

Velkým zlomem v Hanině životě bylo postgraduální studium tvůrčího psaní, kvůli kterému musela nechat vše za sebou a přestěhovat se do jiného státu. Studium nejenže nedokončí, ale také je pro ni velkou životní zkouškou. Ocitne se v novém prostředí mezi daleko mladšími lidmi, bez přátel a Adama. Její vysokoškolští kolegové jí nemají rádi, protože ostře kritizuje jejich práci, s mladšími spolužáky si nerozumí, její vyučující nejsou nadšení ze stylu jejího psaní a Adam se jí neozývá. Hrdinka školu nakonec opustí velmi krátce po jejím začátku a vrací se zpátky do New Yorku zbavená ideálů.

U postavy Hannah můžeme pozorovat psychické problémy, zejména obsedantně kompulzivní poruchou (OCD), která na konci druhé série vyvrcholí záchvatem úzkosti, při kterém si hlavní hrdinka ostříhá vlasy. Dále pak Hannah trpí i fyzickými nemocemi. Má opakované záněty močového měchýře a bolestivou menstruaci. Tyto problémy jsou u žen velmi časté a v televizní zábavě, zejména pak seriálové tvorbě nejsou příliš zohledňovány.

Třetím a asi nejvíc zlomovým momentem jejího života je neplánované těhotenství s instruktorem surfování. Hannah ví, že muže pravděpodobně už nikdy neuvidí a řeší tak velké dilema, zda jít na umělé přerušování těhotenství nebo si dítě nechat. Nakonec se rozhodne pro druhou variantu stát se matkou samoživitelkou. Hannah se postupně s celou situací vyrovnává a musí řešit další úskalí a otázky, který její stav přinesl. Jak o svém těhotenství říct rodičům? Má informovat biologického otce nebo si raději ponechat tuto informaci pro sebe? Má obnovit vztah s Adamem, který jí nabídl pomoc s výchovou a rozešel se s Jessou? Vše nakonec Hannah vyřeší tak, že se odstěhuje z New Yorku spolu s kamarádkou Marnie, která jí s výchovou dítěte v začátcích pomáhá.

Hannah Horvath také patří mezi silné ženské postavy ze seriálů. Tato hrdinka je velmi emancipovaná, sebevědomá, nemá depresi ze svého těla, má jasné vize a cíle, kam chce v životě směřovat. Největší síla této postavy tkví především v jejím vývoji v průběhu let. Ze sobecké dvacátnice, která myslí jen na sebe a vyhledává večírky, se stane rozumná mladá žena a zároveň matka, která své dítě nade vše miluje. Postava Hannah si ve svém životě projde mnohými strastmi, které však ustojí a stane se z ní lepší člověk. Tato postava je velmi uvěřitelná, jelikož její autorka čerpala ze svého života a také ze života svých přátel. Je tedy poměrně snadné se s ní sžít a najít v některé z jejích zápletek i tu svou, kterou právě prožíváte. Divák tam může sledovat, jak se Hannah mnohdy sama a ztracená protlouká životem, chybuje, dělá špatná rozhodnutí, ale také to, jak si z nich bere ponaučení, snaží se být optimistická a stále jít za cíli, které si vytyčila.

7.4 Hra o trůny

Seriál Hra o trůny (anglicky Game of Thrones, zkráceně GOT), vzešel taktéž z tvůrčí dílny stanice HBO. Předlohou pro něj byla knižní sága Píseň ledu a ohně spisovatele George R. R. Martina, která je ještě stále nedokončená, své jméno dostal podle první knihy ságy. Seriál byl vysílán v letech 2011–2019 a má celkem osm sérií. Žánrově se dá řadit mezi fantasy dramata, má však mimořádný politický přesah. Kromě nadpřirozených bytostí, mýtů, kouzel a draků zde divák může sledovat dějové linie válčících států a intrikujících politiků, panovníků a šlechticů zasazené do složité historie sahající stovky let do minulosti a opředené náboženskými a kulturními tradicemi (bbc.com, 2019). Děj seriálu je velmi komplexní a složitý, zejména kvůli velkému množství postav, které se zde vyskytují a také kvůli velkému počtu kultur a náboženství, které jsou zde vyobrazeny a zasahují do děje. Opravdu

velmi zjednodušeně se dá hlavní dějová linie shrnout jako válka mezi urozenými rody o to, kdo usedne na Železný trůn a bude vládnout Sedmi královstvím.

Hra o trůny patří mezi nejsledovanější seriály v dějinách televizní kultury. Jen v Americe sledovalo každý díl sedmé série přes 32,8 milionů diváků (bbc.com, 2019). Finále GOT dokonce zlomilo rekord ve sledovanosti. Na poslední díl se dívalo 18,4 milionu diváků, a to buďto na kabelové televizi HBO nebo přes stream v aplikacích HBO Go či HBO Now (cnn.com, 2019). V porovnání finále seriálu Mad Men, jehož počet diváků ve své době byl také nadprůměrný, sledovalo „jen“ 4,6 milionu amerických diváků (bbc.com, 2019). Hra o trůny je také jedním z nejméně oceňovaných seriálů vůbec. Od roku 2011 získala 59 cen Televizní Akademie Emmy. Před ní je jen Saturday Night Live (živě vysílaná satirická show) se šedesáti sedmi soškami, které však získal během 44 vysílacích sezón (cnbc.com, 2019).

Tvůrcům se v případě GOT povedlo něco, co se doposud nepovedlo nikomu v historii televizního vysílání. Vytvořili velké množství postav, z nichž měla každá svůj příběh, minulost a především hloubku. V soap operách se také vyskytuje mnoho postav, ty však postrádají poslední zmíněný aspekt (guardian.com, 2019). Hra o trůny tak vytvořila komplexní postavy s různými charaktery a zápletky, které přitáhly spousty diváků. Během osmi sezón tak mohli diváci sledovat lásku, intriky, politiku, boj o moc, lásku k vlasti v každé epizodě, kterou rámovala (ibid.). Velká fanouškovská základna je dalším unikátním znakem seriálu. Téma GOT několik let dominovalo v médiích, zejména na sociálních sítích. Diváci společně diskutovali děj seriálu a vytvářeli nejrůznější teorie (bbc.com, 2019). Hra o trůny spojovala lidi. Někteří dokonce sledovali epizody společně, aby se vyhnuli případnému vyzrazení děje (spoilerům) na sociálních sítích a posléze o něm spolu debatovali (guardian.com, 2019).

Velmi charakteristickým znakem pro celý seriál je nepředvídatelnost děje. Fanoušci si nikdy nemohli být jistí, jak jejich oblíbená dějová linie bude pokračovat nebo zda jejich oblíbená postava zůstane naživu do další epizody. Jedním z nejdůležitějších momentů v historii televizního dramatu byla smrt Neda Starka, který byl jednou z hlavních postav (guardian.com, 2019). Tvůrci (podle knižní předlohy) nejenže „zabili“ hlavního hrdinu, ale jeho smrt byla velmi nečekaná, a navíc se stala v deváté epizodě první série, nikoliv v jejím finále, jak bývá zvykem (guardian.com, 2019).

Velmi zásadní v seriálu bylo také vyobrazování ženských postav. Všechny ženské hrdinky jsou zde představeny jako silné ženy, které čelí mnohým útrapám. GOT formovalo pohled na ženské hrdinky. Tyto ženy možná mohou mít incestní poměr se svým příbuzným,

ale divák si jich i přesto bude schopný vážit díky jejich klidu, dojmu stability, který vzbuzují, touze po pomstě v případě křivdy a jednostrannosti v politických hrách (guardian.com, 2019). I přes zasazení děje do fiktivního světa a fiktivního období připomínajícího náš středověk, ženské hrdinky vykazovaly velké známky emancipace, zejména pak postava Daenerys Targaryen, která bude v této práci rozebrána.

7.4.1 Daenerys Targaryen

Daenerys Targaryen (Emilia Clarke) je jednou z hlavních ženských postav seriálu. Historie a rodokmen této hrdinky je poněkud složitý a pro účely této práce nepodstatný. Pouze ve zkratce, Daenerys (Danny) Targaryen je spolu se svým bratrem Viserysem posledním přeživším královského rodu Targaryenů, který vládl Sedmi královstvím před tím, než byl násilně svržen Robertem Baratheonem. Dlouho s bratrem utíká a musí se skrývat, aby je nestihl stejný osud, jako jejich otce. Tato hrdinka projde během osmi sérií velkým vývojem. Z ustrašené dívky, kterou ponižuje a zneužívá její starší bratr, se stane neohroženou bojovnicí, která osvobozuje otroky a utlačované a při své cestě k vládě nad Sedmi královstvími se nebojí použít jakoukoliv zbraň, vždy však v rámci práva. V posledních dvou epizodách jí moc a touha po železném trůnu a pomstě zcela zatemní mysl a z Daenerys se stane chladnokrevná vražedkyně, která opomene hodnoty, na kterých celou dobu stavěla. Pro účely této práce se autorka rozhodla vynechat tuto konečnou proměnu hrdinky, a to zejména z toho důvodu, že teze diplomové práce byla napsána dva roky před odvysíláním finále. Celých předchozích sedm sérií byla tato ženská hrdinka vyobrazována jako spravedlivá a tvrdá vládkyně s velkým sociálním cítěním a empatií. Poslední dva díly série však toto vyobrazení postavy kompletně zničily a promarnily.

Největším vývojem projde postava Daenerys hned v první sérii. S Danny se divák setkává hned v úvodním díle seriálu. Je zde vyobrazena jako velmi mladá ustrašená dívka, která se dozví, že jí Viserys domluvil sňatek s mocným Drogem, králem (khalem) barbarského kmene Dothraků. Dívka se sňatkem nesouhlasí a má strach, ale z obavy z bratrova hněvu se nakonec provdá za hrubého cizince, jehož nejenže vůbec nezná, ale neumí ani jeho jazyk. Daenerys je zprvu nešťastná, neví nic o dothracké kultuře a zvyklostech, nerozumí jim, sexuální styk s manželem je pro ni nepříjemnou povinností, navíc čím dál víc zjišťuje, že v bratrovi nemá oporu a její sňatek mu má přinést pouze moc a armádu k znovuzískání železného trůnu. Začne se proto snažit sblížit se co nejvíce

s khalem Drogem, naučit se jeho jazyk a zvyklosti a získat tak rodinu, ve které bude spokojená. To se nakonec podaří a ze strategického manželství se stane manželství plné lásky a očekávání potomka. Danny se navíc přestane bát Viseryse a začne mu vracet roky ponižování a týrání. Vše nakonec skončí Viserysovou smrtí, kterou zapříčiní Drogo. Daenerysino štěstí však netrvá dlouho. Khal je zraněn v bitvě, do rány dostane infekci a i přes všechny snahy ho vyléčit nakonec umírá – rukou Daenerys, jelikož se po magickém rituálu nachází v katatonickém stavu. Daenerys potratí a přijde o většinu dothrackých mužů. Daenerys tak zůstává sama, bez milovaného manžela, bratra a většiny poddaných.

Zásadní proměna této hrdinky nastává v momentě pohřbu khala Droga žehem. Daenerys se rozhodne do hranice vstoupit spolu se třemi dračími vejci. Ráno ovšem k velkému údivu zbylých poddaných nenajdou královnu mrtvou, sežehnutou na popel. Jako fénix vstane zcela bez újmy na zdraví z popela spolu se třemi vylíhnutými draky. Danny si nejen získá respekt, ale něco se v ní zlomí. Už to není ta ustrašená dívenka, nýbrž dospělá sebevědomá žena. Uvědomí si, že je výjimečná a rozhodne se, že získá zpátky to, co jí právem náleží – železný trůn a vládu nad Sedmi královstvími. Ztráta manžela a nenarozeného syna ji nezlomí, naopak z ní udělá silnou ženu, která je připravená čelit útrapám a nástrahám života.

Během dalších sérií je tato postava mnohokrát konfrontována s těžkými situacemi, které ji učí být dobrou, moudrou a spravedlivou vládkyní. Učí se vypořádat se zrádci a spoléhat zejména sama na sebe. Bojuje s předsudky a snaží se všem ukázat, že i žena může být dobrou hlavou státu. Snaží se potlačovat násilí a uchyluje se k němu jen v opravdu výjimečných případech. Pomáhá slabším a chudým, osvobozuje otroky a dává jim novou šanci na normální život svobodných občanů. Osvobozuje státy od krutovlády tamních vládců a snaží se vydobýt si respekt u místních obyvatel. Ukazuje jim svou vlídnou tvář, ale v případě zrady si nebere servítky a krutě zrádce trestá. Blaho jejího lidu je pro ni vždy na prvním místě. Vždy se naučí jazyk obyvatel té země, ve které momentálně je, aby jim mohla být co nejbliž.

Draky, které vychovala od vejce, bere jako své vlastní děti a v seriálu je také tak i oslovuje. Jako každá matka své „děti“ bezmezně miluje, chrání je a tvrdě vystupuje proti těm, kteří by jim chtěli ublížit nebo je ukrást. Lásky k drakům může být kompenzací ztráty vlastního dítěte.

Daenerys je dozajista silnou ženskou hrdinkou. Vyznačuje se laskavostí a spravedlností. Je emancipovaná, velmi inteligentní, má strategické myšlení a umí si získat

respekt. Přenesla se přes ztrátu své životní lásky a dítěte a jde si tvrdě za svým cílem, jímž je získat železný trůn a vládu nad Sedmi královstvími. Důvěřuje pouze hrstce svých nejbližších a skutečně věří jen sama v sebe. Pracuje na sobě a překonává svoje limity.

7.5 Fyzický vzhled hrdinek a jeho porovnání se současným mediálním obrazem ideálu krásy

Jedním z cílů výzkumu je zjistit, zda zvolené hrdinky formovaly pohled na ženský ideál, proto se rozhodla autorka do práce zařadit i tuto kapitolu. V ní bude rozebrán fyzický vzhled hrdinek a porovnán s atributy ideálu krásy, který média nastavila, což je ostatně rozebráno v kapitole 5.1.

7.5.1 Carrie Bradshaw

Tato hrdinka nejvíce ze všech žen splňuje médii zprostředkovaný ideál krásy. Má štíhlou vysportovanou postavu, dlouhé nohy, plnější poprsí a oblé boky. Vyrůstem je sice menší postavy, ale nosí velmi vysoké podpatky, takže opticky působí vyšší, než je. Obléká se podle poslední módy, do které vnáší vlastní prvky extravagance. Carrie klade na svůj styl velký důraz a je považována za módní ikonu, což jí ostatně přinese práci externí redaktorky v módním časopise Vogue.

Její obličej je souměrný. Má ostřejší bradu a větší nos, což jejímu vzhledu dodává na zajímavosti. Pleť je pěstěná, čistá, bez nedokonalostí nebo vrásek. Nepoužívá příliš výrazný make-up, pouze jemně zvýrazní své modré oči a líce. Vlasy má přirozeně vlnité, někdy je narovnáva žehličkou, a odbarvené na blond. Po většinu sérií je délka jejích vlasů alespoň po ramena a delší, pouze v jedné se nechá ostříhat na, v té době módní, mikádo.

Celkově její vzhled působí velmi mladistvě, i když už se jedná o ženu po třicátém roku života. Atributy ženského ideálu splňuje všechny, kromě vysoké postavy. Carrie Bradshaw lze tedy považovat za ideál ženy, který je médii zobrazován.

7.5.2 June Osborne

U postavy June Osborne ze seriálu Příběh služebnice je analýza vzhledu poněkud komplikovanější. Po většinu času je zobrazována jako služebnice, které jsou záměrně stylizovány jako prosté ženy. Mají šaty, které zakrývají celé tělo, navíc jsou střižené tak, aby nebyly vidět ženské křivky. Služebnice nesmí nosit make-up ani rozpuštěné vlasy. Více

o vzhledu June se dozvídáme především ze vzpomínkových dílů na dobu před Gileádem. Z těch je patrné, že June má průměrnou výšku (tzn. že v porovnání s ostatními postavami není nadprůměrně vysoká ani malá), má širší boky a oproti nim nevýrazný pas. Její poprsí je plnější, stejně tak i hýždě. Postava June tedy nezapadá do „kultu štíhlosti“, působí zdravě a žensky.

Stejně jako Carrie, i postava June má výraznější bradu a ostrý nos. Plet' má čistou, bez make-upu, oči modré, nenalíčené. Vlasy má rovné, světlé a většinu času je nosí stažené do drdolu. V obličeji má většinou nenávidný výraz, takže tato postava nepůsobí příliš sympaticky.

Z aspektů ideálu June splňuje pouze čistou plet' bez nedokonalostí. Podle tohoto měřítko se tedy nedá považovat za ženský ideál.

7.5.3 Hannah Horvath

Hlavní protagonistka ze seriálu *Girls* nesplňuje představy o ideálu krásy, na čemž je ostatně založená i její postava. Hannah Horvath má nadváhu, je menšího vzrůstu a má spíše kratší nohy. Poprsí nemá nijak výrazné, její boky jsou širší a pas také. Paže a stehna korespondují s její váhou. Dietami ani svým tělem se nijak netrápí, což je ostatně i záměrem autorky a herečky této postavy v jedné osobě. V seriálu se často objevuje úplně nahá, čímž se snaží povzbudit všechny ženy, které nevypadají jako z titulky módních časopisů a dodat jim odvalu, aby se nestyděly za své tělo. Lena Dunham v této osobní kampani proti body shamingu intenzivně pokračuje i nadále na svých sociálních sítích.

V obličeji působí Hannah roztomile. Na malém nose má pár světlých pih, její plet' je čistá, zdravá a bez vrásek. Oči má velké, hnědé barvy, občas nalíčené řasenkou. Celkový make-up Hannah nepoužívá, ve většině epizod je bez něj. Její vlasy jsou přirozeně hnědé barvy, kratší, na konci první série si je dokonce v záchvatu paniky ostříhá.

Oblékání tato hrdinka příliš neřeší. Nepotrpí si na módní výstřelky, často však zvolí nevhodný outfit jako např. síťované tričko bez podprsenky. Svůj styl nepřizpůsobuje ani své postavě. Nosí to, co se jí líbí, bez ohledu na to, jak vypadá. Často se objevuje s odhaleným břichem nebo krátkou sukní.

Z tohoto celkového shrnutí vyplývá, že postava Hannah Horvath splňuje pouze dva z aspektů ženského ideálu, konkrétně čistou plet' a velké oči.

7.5.4 Daenerys Targaryen

Tato postava působí velmi žensky a křehce, avšak opak je pravdou. Charakter Daenerys je však popsán v kapitole 6.4.1., v této se zaměříme na její vzhled. Postava hrdinky je velmi ženská. Má plné poprsí, oblé boky a hýždě, úzký pas a dlouhé nohy. Co se týče vzrůstu, je spíše menší. Celkový dojem je štíhlý, nikoliv však nezdravě vyhublý (postava nemá vidět vystouplá žebra apod.).

V obličeji Daenerys působí něžně. Má velmi světlou pleť bez nedokonalostí, plné rty, výrazné a velké modré oči a drobný nos. Postava má vyzařovat přirozenou krásu, čemuž je uzpůsoben i make-up. Ten je přirozený, skoro neznatelný. Vlasy hrdinky jsou dlouhé až po pas a zářivě bílé. Většinou je nosí spletené do nejrůznějších copů.

Po většinu času seriálu se obléká do šatů, které zdůrazňují její postavu. Zdobené jsou vždy podle toho, v jaké zemi se zrovna pohybuje. Šperky nosí zřídka.

Postava Daenerys Targaryen splňuje všechny aspekty ženského ideálu kromě výšky. Její postava má sice ženské tvary, je však stále zdravě štíhlá. Dá se tedy mohla také spadat do mediální představy o ideálu ženské krásy.

7.6 Společné znaky vybraných hrdinek

Všechny tyto vybrané postavy mají jedno společné. Ať už je jejich život a příběh zasazen do reálného prostředí nebo vymyšleného fantasy světa, všechny prožívají nebo prožily nelehké životní situace, které je nejprve pomyslně „srazily na kolena“, avšak posléze tyto hrdinky „vstaly“ a staly se ještě silnějšími ženami. Právě to autorka považuje za klíčové pro výzkum. Každá z těchto žen si následně v životě vztyčí jasný cíl, ke kterému směřuje. V určitých momentech se může zdát, že onen cíl nemají nebo se mu vzdalují, nakonec však vše vykrystalizuje a každá z nich najde svoji cestu. Všechny tyto ženy mohou být inspirativní pro divačky, které jejich příběhy sledují. Mohou se s jejich životními peripetiemi ztotožnit a vzít si příklad v jejich řešení. Ostatně to si klade za cíl tato práce – ukázat, zda ženy, které sledují tyto vybrané seriály, se s hrdinkami sžily a vzaly si z jejich příběhů příklad, který posléze aplikovaly ve svém životě.

Tabulka č. 1 – Těžké životní situace, kterými hrdinky prošly (tabulka vychází ze subjektivního hodnocení autorky)

Zdroj: Autorka

	Carrie Bradshaw	June Osborne	Hannah Horvath	Daenerys Targaryen
Těžký rozchod	X		X	
Neopětovaná láska	X		X	X
Znásilnění		X		
Smrt blízké osoby (manžel, dítě, přítelkyně...)		X		X
Odloučení (od dítěte, partnera, milence...)		X	X	X
Zrada ze strany nejbližších osob			X	X
Finanční problémy	X		X	
Psychické problémy			X	
Rozvod rodičů / vyrůstání pouze s jedním z nich	X	X	X	
Psychické násilí		X		X
Fyzické násilí	X	X		X
Komplikovaný vztah s rodinou	X	X	X	X
Nevěra vůči partnerovi	X			
Potrat	X			X
Neplánované těhotenství	X	X	X	

Tabulka č. 1 sumarizuje těžké životní situace, kterými hrdinky prošly. Jak je z tabulky patrné, nejedná se o žádné fantaskní situace, nýbrž o příklady situací z reálného života. Všechny čtyři rozebírané hrdinky vykazují jeden společný znak, komplikovaný vztah s rodinou. U Carrie Bradshaw je zmíněno, že ji a matku otec opustil, když byla ještě dítě. Dále se jejich vztah nerozebírá, hrdinka ani s jedním z rodičů po celou dobu seriálu není v kontaktu. June Osborne vyrůstala pouze s matkou, která byla známá feministka a jejich vztah byl problematický. Hannah Horvath vyrůstala s oběma rodiči, kteří se v jejích dospělých letech rozvedli kvůli sexuální orientaci jejího otce. Hannah má blíže ke svému otci, kterému se

svěřuje se svými problémy. Matka je k Hannah velmi kritická a vyčítá jí její neúspěchy. Daenerys ani jednoho ze svých rodičů nepoznala, jelikož osiřela ještě jako novorozeně. Komplikovaný vztah má však se svým starším bratrem, který ji psychicky i fyzicky týral.

Další výrazná shoda hrdinek je v bodě Neplánované těhotenství. Tři ze čtyř rozebíraných postav nechtěně otěhotněly, přičemž pouze jedna z nich, Carrie Bradshaw, těhotenství ukončila prostřednictvím interrupce. V případě Hannah Horvath bylo přerušení těhotenství také bráno v úvahu. Hrdinka se však na poslední chvíli rozhodla, že si dítě nechá. U June Osborne je situace složitější. Byla umístěna do rodiny velitele Waterforda, aby mu porodila dítě, jelikož se jim to s manželkou přirozenou cestou nedařilo. Nedařilo se to ani v případě June, a tak se Serena Joy, manželka velitele Waterforda, rozhodla zakročit. June počala dítě s řidičem Nickem, se kterým prožívala tajný románek. Její neplánované těhotenství tedy může být sporné. June osobně dítě neplánovala, bylo to za ní naplánováno režimem Gileádu. Opakovaně byla znásilňována Fredem Waterfordem, takže i kdyby k početí došlo, dítě by bylo nechtěné. June byla nakonec umožněna „lepší“ varianta, nechat se oplodnit mužem, ke kterému chovala city. I přesto, pokud by se June mohla rozhodovat podle své vůle, nepočala by dítě s nikým jiným než se svým manželem. Z těchto důvodů je i její těhotenství kategorizováno jako neplánované.

Dalším komplikovanějším bodem je fyzické násilí. U třech rozebíraných hrdinek můžeme sledovat, že na nich byl vykonán nějaký druh fyzického násilí. Liší se však v intenzitě, míře a délce. Na June Osborne je násilí vykonáváno kontinuálně. Jako služebnice je každý měsíc znásilňovaná, navíc pro svoji vzpurnou povahu musí snášet bití a fyzické tresty od Sereny Joy a Tety Lydie. Daenerys Targaryen byla opakovaně napadána svým bratrem, pokud nejednala podle jeho vůle. V seriálu je násilí na ní vykonávané několikrát vyobrazeno a končí smrtí násilníka. V případě Carrie Bradshaw můžeme pozorovat jedno napadení jejím bývalým přítelem. Při hádce dostane facku, což následně vede k rozchodu ze strany hrdinky.

Velkým tématem, které je ve vybraných seriálech vyobrazeno, je neopětovaná láska. Opět zde můžeme vidět shodu u třech postav. V případě Carrie je jedná o lásku neopětovanou jejím osudovým mužem Johnem, kterou k němu i po sérii rozchodů stále chová. Hannah se naopak vypořádává s odmítnutím své velké lásky Adama, se kterým prožila neúspěšný vztah. Daenerys se těžce vyrovnává s odmítnutím Jona Snowa. V tomto případě by použití termínu „neopětovaná láska“ mohlo být sporné. Jon k Daenerys také zjevně chová city, ale jelikož se dozvěděl o jejich příbuzenském vztahu, rozhodne se

románek ukončit a respektovat Danny jako svou panovnici. Tento úhel pohledu má však divák, samotná Daenerys nikoliv. Na ni celá situace může působit jako neopětování jejich citů.

A poslední shoda u tří postav panuje v bodě Odloučení. Služebnice June prožívá odloučení rovnou od čtyřech svých milovaných – od své dcery Hany, kterou má se svým manželem, od svého manžela, od svého „milence“ Nicka a od dcery Nicole, kterou má s Nickem. Navíc vidina konce jejího odloučení prakticky neexistuje, jelikož June žije v totalitárním režimu Gileádu, který je odříznut od zbytku světa. Nejintenzivněji prožívá hrdinka odloučení od dcery Hany, se kterou se několikrát setkala a jež na ni pomalu začíná zapomínat. Odloučení od manžela a milence služebnice neprožívá tak bolestně. A poslední odloučení, od novorozené Nicole, bylo dokonce Juninou volbou. Jako služebnice by hrdinka neměla nárok na výchovu dítěte, tudíž se rozhodla pro méně bolestnou variantu, kterou shledala jako nejlepší možnou pro budoucnost dítěte. Malou Nicole od Waterfordových unesla a poslala ji i se svou přítelkyní do Kanady, kde ji vychovává její manžel, jako by dcera byla jeho vlastní. Hrdinka z Girls prožívá jiný případ odloučení od milované osoby. Její odloučení se zdá být dočasné, pouze po dobu jejího studia. Kvůli škole v jiném státě je Hannah nucená odjet od svého přítele Adama a udržovat vztah na dálku. Ten se jí po celou dobu jejího pobytu mimo New York neozývá a neodpovídá na její telefonáty, zprávy a vzkazy. Po svém návratu Hannah zjistí, že toto odloučení už bude zřejmě také trvalého rázu, jelikož si Adam našel novou přítelkyni, se kterou začal žít. A poslední odloučení je mezi Daenerys Targaryen a jejím věrným ochráncem a milencem Daariem Naharisem. Ten je na příkaz královny nucen zůstat v jí získaném městě Meereen, zatímco ona se zbytkem armády pokračuje ve snaze získat železný trůn. Danny tímto krokem není výrazně zasažena, její city k Daariovi nejsou velké. Důvodem, proč je toto odloučení v práci zmíněno, je možná inspirace touto situací v reálném životě při řešení milostných vztahů a také odlišný způsob v prožívání této životní peripetie.

Kategorii Těžký rozchod se autorka po dlouhých úvahách rozhodla přiřadit jen ke dvěma hrdinkám. O určitém druhu rozchodu by se dalo hovořit ve všech čtyřech případech, pouze však u dvou z nich šlo o ukončení dlouhodobého milostného vztahu ze strany jednoho z partnerů. U dalších dvou hrdinek šlo pouze o přerušení sexuálního románu nebo přerušení styků s danou osobou. Proto jako ženy, které si prožily těžký rozchod, byly zvoleny Carrie Bradshaw a Hannah Horvath. V případě první zmiňované ženy šlo o několik rozchodů s tímž mužem, ke kterému se opakovaně vracela. Každý z nich proběhl velmi bolestně

a hrdinka se z nich zotavovala dlouhou dobu. U Hannah šlo o velmi nepříjemné ukončení vztahu, kdy se po měsíci vrátila do bytu, kde s Adamem žili a zjistila, že tam stihl nastěhovat svoji novou přítelkyni, aniž by vztah s Hannah ukončil. I v jejím případě se s tímto nepříjemným životním milníkem vyrovnávala dlouhou dobu.

Ostatní životní milníky zanesené v tabulce není nutné rozebírat z důvodu drobných odlišností v jejich prožívání hrdinkami, malého počtu zkoumaných subjektů, které je prožily, nebo jasnosti významu jednotlivých situací.

8 Výzkum a jeho výsledky

8.1 Vnímání ženského ideálu

Jedním z cílů výzkumu bylo zjistit, jaký pohled mají respondentky na ideál ženy. Nejprve byly respondentky požádány, aby obecně popsaly, jak by podle nich měla vypadat ideální žena. Zajímavým zjištěním je, ideální ženu většina z nich nevnímá podle fyzického vzezření, ale podle povahových vlastností. Pouze jediná z respondentek popsala svůj ideál ženy podle vzhledu.

Výzkumník: „*Jak bys podle sebe popsala dokonalou ženu?*“

Respondentka č. 1: „*[...] Vyvážený proporce, to znamená ne úplně plochá, ničeho moc, ničeho málo. Když budu trošku rasista, tak asi spíš bílou, světlejší pleť než tmavší. Světlejší vlasy, ale ne úplně nějakou hyper blond, ale nemůže být ani extrémně tmavá. Třeba tmavě hnědá už do mého konceptu nezapadá. Délka vlasů spíš delší, ale už po ramena to беру jako v pohodě. A co se týče barvy očí, tak asi něco spíš světlého. Když budu posuzovat nějaký ideál. [...] Asi spíš vyšší. To, co mám já v hlavě jako ideál, takovýto i latentní, s čím se člověk nějak srovnává, i když nechce, tak je to takový to vysoký a hubený.*“

Vize ideálu této respondentky reflektuje mediální obraz dokonalé ženy, který byl popsán v kapitole 5.1. Ideální žena je podle ní štíhlá, vysoká a světlé pleti. Barva očí jejího ideálu je světlejší, hnědooké dívky sem tedy nezapadají. Co se vlasů týče, preferuje také světlou barvu a spíše delší. Čistotu pleti respondentka do svého hodnocení nezahrnuje. Zároveň dodává,

že tento archetyp má zafixovaný jako ideál, což nutně neznamená, že se při posuzování ženské krásy a ideálu ženy zaměřuje pouze na tyto aspekty: „*Asi to mám zakódovaný jako ideál, ale neznamená to, že to je jediná věc, která se mi líbí nebo to, co se mi líbí nejvíc.*“ Respondentka dále uvádí, že tento ideál se vymyká realitě a osobně takovéto ženy nezná a ani se s nimi nesetkává třeba na ulici. Její pohled navíc potvrzuje již zmíněný výzkum autorek Tiggemann, Slater, Bury, Hawkins a Firth z roku 2013, ve kterém tvrdí, že toto zobrazení ženského ideálu je zcela nerealistické (s. 45).

Zbývající tři respondentky dokonalou ženu neposuzovaly podle jejího vzhledu, ale reflektovaly zejména nehmatatelné atributy. Z kódování jejich výpovědí vzešly následující kategorie: sebevědomí, sebedůvěra a rozhodnost. Tyto tři respondentky ve svých výpovědích kladly důraz zejména na to, že si žena musí být sama sebou jistá a musí z ní „něco vyzařovat“.

Výzkumník: „*Jak bys podle sebe popsala dokonalou ženu?*“

Respondentka č. 2: „*Že mě to pořád nutí, abych se na ní koukala znova. [...] Když vidím holku a řeknu si – tak ta je prostě naprosto dokonalá, tak to vůbec není proto, že má blondatý, nebo tmavý vlasy. Má prostě něco, co mě na ní hrozně zajímá, když mluvím jenom o tý fyzický stránce. Něco z ní prostě vyzařuje.*“

Respondentka č. 3: „*[...] Mám pocit, že to, co je společný, tak že z těch ženských něco vyzařuje. Nemám vůbec jenom vzhledovej vnější ideál, nebo něco, co by to pojilo.*“

Respondentka č. 4: „*[...] Podle mě dokonalá žena je taková, která se cítí dobře ve svém těle a vyzařuje to z ní. Je úplně jedno, jestli váží dvacet kilo i s postelí, nebo jestli váží klidně sto kilo a má pořádná prsa, boky a je to taková ta venuše, ale umí se obléct, ví, co jí sluší a umí to nosit, tak to je podle mě dokonalé. [...] Když vidím takhle na ulici prostě hezky oblečenou sebevědomou ženskou, ať už je mladá, stará, jakkoliv váhově rozložená, ať má jakkoliv krátké, nebo dlouhé vlasy, ale když to něco z ní vyzařuje, tak to si řeknu – jo to je super. Když někoho takového potkám, tak si přesně řeknu – jo, ta vypadá dobře. To jsou podle mě ty dokonalé ženy.*“

Tyto tři respondentky se také nezávisle na sobě shodly na tom, že jejich ideální žena klade důraz na módu – umí se obléct a cítí se dobře. Konkrétní styl odívání nezdůraznila ani

jedna z dotazovaných. Z jejich výpovědí je patrné, že oblečení musí k ženě „sednout“. Respondentky č. 2, 3 a 4 se dále shodly na reálnosti svého ideálu ženy. Jimi vnímaný ideál je podle nich běžný, často se s těmito ženami setkávají v reálném životě, ať už na ulici nebo prostřednictvím sociálních sítí.

8.1.1 Zobrazování ženského ideálu v seriálech

Účastnicím výzkumu byla položena otázka, zda jimi vyhodnocený ideál ženy pozorují v seriálech, které sledují. Jejich odpovědi se různily a nedá se z nich tedy vyvodit jednoznačné stanovisko. Respondentka č. 1, která ideální ženu popsala podle vzhledu, tento archetyp ženy v seriálech téměř nevidá. Podobný typ žen, který popsala jako svůj ideál, by mohla aplikovat na postavu Jessy Johansson ze seriálu *Girls* a Sereny Joy ze seriálu *Příběh služebnice*. Obě postavy jsou vedlejší a spojuje je štíhlá postava, dlouhé blondřaté vlasy a výrazné světlé oči. Ze zkoumaných hlavních hrdinek seriálů do kategorie ideální ženy nezapadá žádná.

Podobný pohled má i respondentka č. 2. Podle ní se v seriálech téměř nevyskytují ženy, které by spadaly do její představy o ideálu. Z vybraných čtyř hrdinek má k jejímu ideálu nejbližší hlavní postava *Sexu ve městě* Carrie Bradshaw: „[...] *Tu jsem fakt považovala za ideál krásy, i to, co nosila. [...] Byla to právě nejvíc šmrncovní ženská.*“

Respondentky č. 3 a 4 se naopak shodují na tom, že jimi vnímaný ideál krásy je zobrazován i v seriálech. Respondentka č. 3 shledala, že z vybraných čtyř hrdinek se nejvíce jejímu vnímání ideálu přibližuje Carrie Bradshaw: „[...] *Ona není ta typická, že by měla prostě nějaký rysy, který by byly obecně braný, jakože je objektivně krásná. Ale má svoje kouzlo. A VÍ TO! Ta o sobě absolutně nepochybuje. A to je ono.*“ Zajímavé je, že tato respondentka považuje postavu Carrie za svůj ideál krásy, i když s postavou nesouzní a její chování ji irituje. U respondentky č. 4 je výběr hrdinek spadajících do jejího pohledu na ideál širší. Za naprostý ideál považuje postavu Robin Scherbatsky ze seriálu *Jak jsem poznal vaši matku* nebo Aryu Stark ze seriálu *Hra o trůny*: „*Robin mně byla příjemná, s výborným smyslem pro humor, chováním, přístupem k životu. Tu roli jsem měla strašně ráda, takže věřím, že jo, kdybych tuhle ženskou potkala, tak spadne do té škatulky, že si řeknu – jo, tahle je se sebou v pohodě, z ní to vyzařuje, tahle je prostě dobrá. [...] Arya, tak ta taky byla dobrá. Ta byla jako drsně svá. To je asi to, co mě baví vlastně.*“

Ze zkoumaných hrdinek v této práci této respondentce nejvíce do představy o ideálu krásy

zapadají Hannah Horvath, Carrie Bradshaw a Daenerys Targaryen v prvních sériích.

8.1.2 Zobrazování ženského těla ve zkoumaných seriálech

Záměrně byly pro tento výzkum vybrány hrdinky, které splňují společností nastavený ideál dokonalé postavy, ale také ty, které se této kategorizaci zcela vymykají. Respondentky jsou do značné míry ovlivněné zobrazováním postav ženských hrdinek, ale jinak, než si autorka při výběru tématu pro svou diplomovou práci myslela. Dotazované ženy jsou si vědomé toho, co je všeobecně přijímané společností jako jakási „hezká“ postava, ale zároveň si uvědomují, že dívky v reálném životě takto nevypadají: *„U tý Carrie z toho Sexu ve městě jsem po celou pubertu po tom toužila a furt jsem jako cvičila. Jako teď, když na to koukám, tak si říkám, že už to je jako moc to tělo, ale tenkrát v období dospívání mi to přišlo úplně dokonalý a přišlo mi, že cokoliv, co se od toho odchyluje, je vlastně takový ošklivý,“* uvedla respondentka č. 2. U této respondentky můžeme vidět posun ve vnímání ženského těla v čase. Respondentky tedy spíše vítají, když hrdinky nemají ideální postavu z titulek módních časopisů. Poskytuje jim to větší pocit jakési „normality“ – nepřipadají si nedokonale a nemusí mít deprese z toho, že nemají tělo jako z titulní stránky časopisu.

Respondentka č. 3: *„[...] Vim, že i na mě to mělo hroznej vliv, že jsem si říkala tak jako ona má normální tělo, takový to hezký.“*

Respondentka č. 4: *„Girls, to mě hodně ovlivnilo, ve vztahu ke svému tělu. K tomu, jako když nemáš to modelkovské tělo, které vidíš všude v časopisech a na internetu. [...] Hlavně ta Hannah úplně nádherně ukazuje, jak je to jedno. Je to moje tělo, které mi slouží a je krásné a ono je, i když neodpovídá tomu ideálu, který je prezentovaný v médiích. [...]“*

U respondentek č. 2 a 4 můžeme vidět, že byly velmi ovlivněné mediálním obrazem žen zejména v nižším věku. U respondentky č. 2 její vnímání krásy ženského těla ovlivnila právě postava Carrie Bradshaw, u druhé z dotazovaných žen to byla média obecně.

Ohledně tématu zobrazování ženského těla z výzkumu vyšlo najevo, že respondentky oceňují zobrazování nedokonalé postavy. Pomáhá jim to v přijetí vlastního těla a dodává sebevědomí. Dále také oceňují, že díky seriálu Girls došlo k otevření tématu body shamingu, což je detailněji rozebráno v poslední kapitole výzkumu.

8.1.3 Preferované hrdinky seriálů

Všechny respondentky se shodly na tom, že nejbližší jsou jim takové hrdinky, ke kterým mají blízko a mohou se s nimi ztotožnit. Pro přiblížení se postavě je podle nich důležitá spíše jejich povaha než vzhled. Participantky upřednostňují hrdinky, které nejsou prototypem „krasavice“, jsou nedokonalé a mají normální postavu. Ostatní výpovědi už nebyly tak jednoznačné, tudíž bylo pro jejich interpretaci nutné použít kódování. Při kódování jednotlivých výpovědí vznikly kategorie, pomocí nichž lze detailněji identifikovat, jaké mají respondentky preference ve výběru oblíbených hrdinek. Respondentkami preferovaná hrdinka je jakýsi psanec společnosti, který musí řešit těžké životní situaci. Toto zjištění potvrzuje teorii, že diváci sympatizují zejména s vydědenci, psanci a smolaři, kteří prokazují svoji sílu a houževnatost (Johnson, 2007, s. 12). Zároveň je to vzhledově prostá žena z lidu, kterou by mohl kdokoliv z nás potkat na ulici. Toto kritérium umožňuje lepší přiblížení se postavě, což je ostatně uvedeno hned v úvodu této kapitoly. Z povahových vlastností je pro dotazované důležitá neohroženost, zábavnost a zdravé sebevědomí. Dalším důležitým kritériem je přijímání následků za své činy a sebereflexe. Podle respondentek hrdinka může chybovat, což ji ostatně i polidšťuje, ale své chyby si musí uvědomit, převzít za ně zodpovědnost a postavit se k jejich řešení čelem. Měla by také vykazovat prvky sebekritiky, která ale nesmí být přehnaná a přecházet v sebelítost.

Podle uvedených kritérií je oblíbenou hrdinkou tzv. antihrdinka – tedy žena, která jde proti tradičnímu chování přijímanému společností, je komplexní, multidimenzionální a narušená, přesně jak to ve svém popisu tohoto typu postavy uvádí Tally (2016, s. 22). Susman (2015 cit. z Tally, 2016, s. 22) ještě přidává neohroženost a nezávislost, což také souhlasí s vytvořenými kategoriemi z výpovědí respondentek. Do popisu antihrdinky nespadá kategorie zábavnosti, což ovšem neznamená, že tato postava nemůže být vtipná. Humor hrdinek může být příjemnou nadstavbou, která dodá hrdinkám lidský rozměr.

8.1.4 Preferované hrdinky zkoumaných seriálů

Z vybraných hrdinek, kterým se věnuje tato práce, mají respondentky nejpozitivnější vztah ke Carrie Bradshaw ze *Sexu ve městě*, June Osborne z *Příběhu služebnice* a Hannah Horvath z *Girls*.

Největší sympatie si u respondentek získala June Osborne, a to díky svému

přirozenému vzhledu.

Respondentka č. 1: „[...] *Je vlastně hrozně zajímavá a hezká, ale zároveň bych si jí na ulici nevšimla. Jo jako v běžném životě nevím, jestli bych se u ní pozastavila. Ale ten seriál tím, jak ji vlastně ztvárňuje, tak ji dává příjemně do popředí a vlastně člověk v ní objevuje ty věci, který by neobjevil na to první setkání.*“

Tato respondentka svou výpovědí také potvrzuje, že vyobrazení hrdinek jako žen z lidu je žádané a zvyšuje jejich preference u divaček.

Respondentka č. 3: „[...] *ta Handmaid je prostě úplně normální. To je mi vlastně hrozně sympatický, jak to je udělaný. Že vim, že i na mě to mělo hroznej vliv, že jsem si říkala tak jako ona má normální tělo, takový to hezký.*“

Oblíbenost postavy Carrie Bradshaw tkví zejména v jejím vzhledu a vytříbeném módním stylu. Zajímavé je, že chováním přijde sympatická pouze respondentce č. 1. Naopak respondentky č. 2 a 3 ji považují za ideál krásy a módní ikonu, chováním jim ale není sympatická, mnohdy až protivná. V tomto případě dochází k potvrzení teze, které ve své knize uvádí Mankekar (1999, s. 24–25), a to sice, že ženy mohou s hrdinkami (nebo seriálem) sympatizovat, ale zároveň na ně dokážou nahlížet kriticky.

Respondentka č. 2: „[...] *Přijde mi krásná a ztělesnění vkusu, to je prostě absolutní vkus [...].*“

Respondentka č. 3: „*No, protože ona není ta typická, že by měla prostě nějaký rysy, který by byly obecně braný, jakože je objektivně krásná. Ale má svoje kouzlo. A VÍ TO! Ta o sobě absolutně nepochybuje. A to je ono. To si myslím, že tam není žádná nejistota.*“

Respondentka č. 1: „[...] *Carrie mi přijde sympatická tím, jak je ulítlá, ale je si toho vědomá. [...]*“

Seriálová hrdinka Hannah Horvath si získala své sympatie u participantek výzkumu především díky své nedokonalosti. Účastnice si rovněž uvědomují, že tato postava vychází

přímo ze života její protagonistky a zároveň scénáristky celého seriálu, Leny Dunhem.

Respondentka č. 2: *„Asi nejsympatičtější je mi ta Hannah a myslím si, že ten seriál má takovej úspěch, protože ona dělá ty kiksy a je prostě nedokonalá tím nepřitažlivým způsobem, takže se v tom každé prostě vidí. [...]“*

Respondentka č. 4: *„Určitě bych chtěla kamarádit s Hannah z Girls anebo s Carrie. Dovedu si představit, že s nějakýma věcmi bych šla za tou a nějakýma za tou. Každá jsou trošku jiná liga. [...]“*

Postava Daenerys Targaryen je nejrozporuplnější postavou a oblíbou u respondentek si příliš nezískala. Z výzkumu vyšlo najevo, že postava není participantkami vnímaná příliš reálně nebo je zklamal její vývoj. Více tuto silnou hrdinku rozebírá následující kapitola.

8.2 Vnímaná míra reálnosti hrdinek

Všechny participantky se shodly na tom, že vybrané seriály řeší reálná témata a problémy, se kterými se v běžném životě může setkat každý z nás. U každého ze čtyř vybraných seriálů je však vnímaná míra reality jiná. Jednoznačná shoda se objevuje v případě Girls, Sexu ve městě. U příběhu Daenerys ve Hře o trůny už tak jednoznačná není. Respondentka č. 2 odmítá jakoukoliv realitu v příběhu. Respondentka č. 3 provázanost s realitou vidí, ale ve velmi malé míře. Respondentka č. 1 se naopak dokázala oprostít od fantasy světa, do kterého je hrdinka zasazená, a její dějovou linii vidí jako klasický příběh honby za mocí: *„Třeba to, co řeší Daenerys, kdy ona se snaží získat nějakou tu vládu a tak, tak to mi přišlo, že to je takovej ten klasicej příběh toho, že něco myslíš dobře, ale trochu to přezeneš. Jakože se ženeš tou mocí a pak tě to pohltí.“* Stejně tak dokáže oddělovat fantasy svět a nahlížet na postavu jako na reálnou respondentka č. 4: *„[...] Když si představíš třeba ten vývoj a osud té postavy Daenerys, tak ona to neměla vůbec jednoduché, to bylo strašně náročné. Jedna věc je to, že se to odehrává v kdovíjakém světě a čase, ale když vezme čistě třeba to, koho tam ztratila, jaký měla smysl toho života, tak ona ho chtěla dodržet. K čemu všemu ji to vedlo, nevedlo a jak s tím třeba sama vnitřně bojovala. To muselo být brutální.“* Zvláštním případem je pak Příběh služebnice. U tohoto seriálu se dotazované shodly na tom, že se jedná o fikci. V průběhu rozhovoru ovšem došlo k rozvedení tématu a prostřednictvím kódování pak vyšlo najevo, že respondentky vidí v příběhu realitu, která je posunutá a vystupňovaná

do absurda. Participantky také připouští možnost, že v budoucnu dojde ke stejnému posunu a ženy budou žít v totalitním státě, kde budou drženy a nuceny k reprodukci.

Respondentka č. 2: „*A ta June řeší to, co se jí děje. Vlastně to tak není sci-fi. To nemůžeš vědět, jestli se do takový situace dostaneš.*“

Respondentka č. 3: „*Ale i Handmaide, i když to je dystopie, tak to je něco, co reflektuje to, co se teďka děje a co by se stát vlastně mohlo.*“

Respondentka č. 1: „*Přijde mi, že se tam dá najít spousta věcí, který vycházej z tý naší reality, jenom jsou prostě posunutý.*“

8.3 Vliv seriálů na jejich divačky

8.3.1 Módní styl a vlasový styling

Z výzkumu vyšlo najevo, že jsou divačky velmi ovlivněny sledováním seriálů. Všechny respondentky se shodly na tom, že seriálová produkce do jisté míry ovlivňuje jejich módní vkus a vlasový styling. Všechny respondentky reagovaly kladně na otázky týkající se inspirace seriálem v souvislosti s úpravou jejich vlastního vzhledu. Tři z dotazovaných nakupují své oblečení na základě toho, co vidí v seriálu. Z vybraných seriálových hrdinek nejvíce formuje módní styl divaček Carrie Bradshaw: „*Já jsem se celý mládí snažila z těch sekáčů oblíkat jako ona [...]*“, uvádí respondentka č. 2. Respondentka č. 3 se touto postavou také nejednou inspirovala a koupila si např. nové tričko, které postava v seriálu nosila. Nicméně ještě uvedla, že touží mít stejný šatník, jako všechny hlavní ženské postavy ze seriálu *Sex ve městě*. Dále participantky prostřednictvím seriálů objevují nové způsoby, jak nosit nebo kombinovat svoje oblečení.

Vlasový styling je dalším atributem, kterým se divačky u oblíbených hrdinek inspirují. V případě dotazovaných se nejedná o úplné napodobení, nýbrž o převzetí některých prvků účesu, jakými jsou pěšinka nebo splétání vlasů do copů: „*Nikdy jsem to ale nevzala a nezkopírovala 1:1, ale co se týče mejch vlasů, tak rapidně přibylo různých polo účesů a výčesů s divokýma copánkama podle Daenerys. Myslim si, že fakt jo,*“ uvádí respondentka č. 1. V tomto případě můžeme vidět určitou míru napodobení hrdinek, nikoliv

však přehnané a slepé. Participantky dokážou kriticky nahlížet na styling hrdinek a převzít jen takové prvky, které jim sluší.

8.3.2 Touha vypadat jako hrdinky seriálů

Dalším cílem bylo zjistit, jestli si respondentky přejí vypadat, jako některá ze zkoumaných seriálových hrdinek – ať už vzhledem, stylem oblečení nebo make-upem. Ke shodě ve dvou případech (respondentka č. 2 a 3) došlo u seriálu *Sex ve městě*. Respondentka č. 2 chtěla vypadat přesně jako hlavní hrdinka: „*U tý Carrie z toho Sexu ve městě jsem po celou pubertu po tom toužila a furt jsem jako cvičila. Jako teď, když na to koukám, tak si říkám, že už to je jako moc to tělo, ale tenkrát v období dospívání mi to přišlo úplně dokonalý a přišlo mi, že cokoliv, co se od toho odchyluje, je vlastně takový ošklivý.*“

U respondentky č. 3 můžeme pozorovat spíše touhu vlastnit šatník kterékoliv z čtveřice kamarádek. Nicméně i respondentka č. 3 má seriálový idol, kterému by se chtěla vzhledově podobat – je jím Jessa Johansson, ze seriálu *Girls*. U těchto dvou respondentek tedy můžeme pozorovat touhu vypadat jako některá z postav televizních seriálů. U zbylých dvou respondentek tento zájem není. Ani jednu z nich tato možnost nenapadla. Můžeme tedy pozorovat jasný vliv seriálů na touhu podobat se oblíbené postavě, ze kterého však kvůli malému vzorku nelze vyvodit jednoznačný závěr.

8.3.3 Promítání vlastního života do seriálu

Primárně respondentky hledají svůj život v seriálu, než že by hledaly seriál ve svém životě. Nicméně všechny dotazované se shodly na tom, že se ve svém životě nejdou ocitly v situaci, která jako by byla součástí jednoho ze čtyř zkoumaných seriálů. Dochází zde tedy k situaci, kterou popisuje Abu-Lughod (2002 cit. z Gotron, 2009, s. 67), a to, že ženské publikum promítá svůj život do života postav nebo život postav do vlastního. Zmíněná projekce jistě také souvisí s mírou vnímané reálnosti postav a děje seriálu. Z výzkumu vyšlo najevo, že ty postavy a seriály, které se dotazovaným jeví jako nejvíce reálné, promítají nebo vidí ve svých životech. V této práci jde zejména o *Girls* a *Sex ve městě*.

Respondentky také často uváděly, že aby je seriál vůbec bavil a chtěly se na něj dál dívat, musely se v postavách vidět. Zároveň to je aspekt, který dle jejich názoru přitahuje všechny ženské divačky: „*No, to je to, proč si myslím, že ty seriály jsou takový fenomény. Protože to jsou reálný věci, který prostě řešej všichni,*“ uvádí respondentka č. 3.

8.3.4 Řešení problémů

Dalším zajímavým zjištěním je působení seriálů na respondentky, konkrétně jejich vliv na řešení těžkých životních situací. Vybrané seriály inspirují respondentky v řešení vlastních problémů nebo problémů, které prožívají jejich přátelé. Respondentky díky sledování hrdinek v těžké životní situaci dokážou nalézt lepší řešení problému, dojít k jeho pochopení, a dokonce se s ním i lépe vyrovnat.

Sledování některé ze zkoumaných silných ženských hrdinek může mít dokonce i povzbuzující dopad – dotyčná si pak uvědomí, že v dané situaci není sama a někdo jiný, ač se jedná o fiktivní postavu, prožívá to samé. Můžeme zde pozorovat jev, o kterém hovoří Cvetkovich (1992, s. 3), a sice kolektivní sdílení emocí vedoucí ke společenskému řešení problémů. Autorka upozorňuje na průlom, který nastal, když ženy začaly vyprávět o svých traumatech, aby utišily svoji osobní bolest. Ulevily nejen sobě, ale přispěly také k tomu, že si spousta žen uvědomila, že obdobné problémy řeší i někdo jiný.

Respondentka č. 1: „[...] Ale, na druhou stranu, spíš jsem něco pochopila na základě toho, co bylo v tom seriálu. [...]“

Respondentka č. 2: „[...] To si pustím a dělá mi dobře, že tam jsou situace, který jsou modelový, a ve kterých se vidíš. A tak ti pomáhá, že máš pocit, že v tom jako nejseš sama a všichni, co se na to dívají, tak to mají asi stejně.“

Respondentka č. 3: „No, asi jo. Hlavně u toho Sexu ve městě. [...]“

Respondentka č. 4: „Věřím tomu, že se to asi stalo. V tom seriálu vždycky vidíš, jak ta jedna má problém a ty ostatní vědí, jak ho vyřešit a ono se nejlíp radí tomu druhému a když seš sama v té situaci, tak je to jako náročné to rozhodnutí udělat. [...]“

Jedna z respondentek (respondentka č. 3) také uvedla, že ve sledování seriálu *Girls* vidí jakousi výstrahu. Pokud se ocitla v nějaké situaci, ve které byla některá z hrdinek, udělala vše pro to, aby se z ní co nejrychleji dostala: „Když jsem si párkrát řekla, že to je jako v *Girls*, tak jsem se s tím okamžitě snažila něco dělat, aby to nebylo jako v *Girls*. Protože

mě to dostalo do docela špatnejch psychických stavů, když mi došlo, že to je jako v Girls.“

Z výzkumu je také patrné, že vybrané seriály pro respondentky znamenají rozptýlení od vlastních problémů. Dochází zde ke splnění premisy televizní zábavy, jejímž hlavním úkolem podle Browna (1983, s. 18, cit. z Cooper-Chen, 2005, s. 4) je rozptýlit, pobavit a relaxovat publikum.

8.4 Společenská témata, která seriály otevřely

Z výzkumu vyšlo najevo, že díky odvysílání těchto vybraných seriálů byla otevřená nebo alespoň více zviditelněná vážná společenská témata. Každá z respondentek na tuto otázku odpověděla kladně a vyjmenovala společenská témata, která ji v souvislosti se seriály napadla. V tomto případě můžeme pozorovat nastolování agendy prostřednictvím televizních seriálů, které bylo rozebráno ve třetí kapitole. Stejně jako odvysílání seriálu Černobyl, i tyto čtyři zkoumané seriály otevřely v médiích diskusi nad tématy, která jsou v nich zachycená. Dle respondentek jde zejména o témata feministické kritiky patriarchy, sexuálního zneužívání žen, body shamingu, neboli kritiky nedokonalého těla, nezávislosti žen a hrozby, které představují nedemokratické a totalitní smýšlení. Respondentky také uváděly, že v médiích vidají i popkulturní články odkazující na vybrané seriály.

Nejvíce témat dle výzkumu nastolily seriály Příběh služebnice a Girls. V případě prvního zmíněného můžeme pozorovat i jakýsi respekt a strach z toho, že se z fiktivního děje stane v budoucnu realita. U seriálu Girls můžeme v této části výzkumu vidět spíše pozitivní vliv zobrazování hlavní hrdinky s nadváhou. Dále pak respondentky oceňovaly články zachycující autentické výpovědi autorky Leny Dunham. Sama autorka otevřeně přiznává, že seriál je sondou do jejího života a zobrazuje realitu všedních dní a život takový, jaký je, bez přikrášlení.

Respondentky se také shodly, že se nad tématy samy zamýšlely a diskutovaly je i se svými blízkými nebo dalšími divačkami. Otevření tématu v médiích v nich mohlo podnítit větší zájem o diskusi, o čemž svědčí i fakt, že respondentky věděly, co je obsahem těchto článků. Z toho vyplývá, že dotazované divačky o téma jeví zájem a mediální výstup si prostudovaly.

Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, tak seriály a zejména jejich hlavní hrdinky ovlivňují ženské publikum. Pro výzkum byly vybrány čtyři seriály, které zobrazují silné ženské hrdinky a které jsou zároveň fenomény současnosti. Konkrétně se jednalo o Sex ve městě a jeho hlavní hrdinku Carrie Bradshaw, Hannah Horvath ze seriálu Girls, nejúspěšnější fantasy počin Hru o trůny a Daenerys Targaryen a June Osborne z dystopického dramatu Příběh služebnice. Práce byla rozdělena do tří hlavních částí. Úvodní, teoretická část, seznamuje čtenáře se základními koncepty potřebnými pro porozumění daného tématu. Metodologická část poskytuje informace o výzkumu, jeho metodách a výhodách i nevýhodách, které představuje. Závěrečná, praktická část seznamuje čtenáře s vybranými subjekty a interpretuje informace získané ve výzkumu. Výzkum je také navázán na teorii z první části. Zdroj výzkumných dat představují čtyři polostrukturované kvalitativní rozhovory s divačkami vybraných seriálů. Analýza a interpretace získaných dat umožnila naplnění cíle práce, tedy zodpovězení tří výzkumných otázek:

- 1) Formovaly zvolené hrdinky televizních seriálů pohled na ideál ženy? Pokud ano, jak?
- 2) Snaží se publikum nějakým způsobem vybraným hrdinkám přiblížit nebo vyrovnat? Pokud ano, jak?
- 3) Jaká společenská témata otevřelo vytvoření vybrané silné ženské postavy nebo natočení seriálu?

Zodpovězení první otázky vyžaduje komplexnější a obsáhlejší odpověď než pouhé ANO/NE. Z výzkumu vyšlo najevo, že respondentky nemají jasně stanovený ideál krásy. Spíše než fyzický vzhled, popisovaly nehmátelné aspekty, které by mohly být shrnuty do termínů charisma nebo osobní kouzlo. Pouze jediná z respondentek popsala svůj archetyp ideálu krásy, který má zafixovaný z médií. Nicméně, dotazované divačky dokážou zahrnout postavy seriálu do svého pojetí ideálu krásy. Spíše tedy, než že by seriály měnily jejich pohled na ideál, dokážou si v daných seriálech svůj ideál najít. Respondentky se také shodly na tom, že raději sledují hrdinky, které jsou prosté a přirozené, tzv. ženy z lidu. Tento typ hrdinek (mluvíme zde pouze o vzhledu) je jim sympatičtější a lépe se s nimi dokážou ztotožnit, jelikož je vidí jako reálné postavy. Respondentky také mnohokrát zmínily, že oceňují zobrazování ženského těla takového, jaké je. Bez retuší a s nedokonalostmi. Zobrazování hrdinek s oblejšími tvary nebo vyšší váhou v seriálech na ně působí povzbuzujícím dojmem. Díky tomuto reálnému

zachycení ženského těla s jeho nedokonalostmi v seriálech dochází u respondentek k lepšímu přijetí svého vlastního a také ke zvýšení sebevědomí. Nelze tedy jednoznačně potvrdit, že díky zobrazování ženských hrdinek z vybraných seriálů dochází u respondentek k formování pohledu na ideál krásy, ale spíš k lepšímu přijímání ženské krásy, která se stanovenému ideálu vymyká.

Na druhou otázku, zda se divačky seriálů snaží hrdinkám přiblížit nebo vyrovnat, lze jednoznačně odpovědět kladně. Výzkum potvrdil, že se respondentky do značné míry chtějí přiblížit vizáži hrdinek. Sledování seriálů je inspiruje k nákupu oblečení, vytvoření nových kombinací jednotlivých kusů šatníku nebo k vlasovému stylingu. Polovina respondentek také přiznala, že postavu Carrie Bradshaw považuje za módní ikonu a někdy ve svém životě nakupovala stejné oblečení, jako zvolená hrdinka. Co se týče rysů (očí, nosu, úst a podobně), většina respondentek netouží po tom, vypadat jako vybrané hrdinky seriálů. Jedna z respondentek (č. 3) ale uvedla, že má svůj seriálový idol a chtěla by vypadat jako ona. Respondentka č. 3 sice uvedla, že v pubertě chtěla vypadat jako Carrie, v dospělosti jí však tato potřeba opustila a dívá se na její postavu kriticky.

Třetí otázku týkající se otevírání vážných společenských témat prostřednictvím natočení seriálu lze také zodpovědět kladně. Respondentky se shodly na tom, že vybrané seriály a příběhy silných ženských hrdinek otevřely závažná témata, která začala být více medializovaná a o kterých se díky tomu začalo ve společnosti hovořit. I respondentky uvedly, že se nad nastolenými tématy samy zamýšlely a diskutovaly je se svými blízkými nebo dalšími divačkami. Těmito tématy jsou feministická kritika patriarchátu, sexuální zneužívání žen, body shaming, nezávislosti žen a hrozba v podobě nedemokratického a totalitního smýšlení. Respondentky také uvedly, že v médiích zaznamenaly i popkulturní články odkazující na vybrané seriály. Případ agenda settingu prostřednictvím televizních seriálů by tedy z výzkumu potvrzen. V tomto případě se nabízí otázka, zda by nebylo vhodné uvedené zjištění využít ve prospěch zviditelnění témat, která jsou tabu nebo se o nich ve společnosti tolik nehovoří.

Autorka si je vědomá, že na základě malého vzorku respondentek nelze získané poznatky generalizovat na celou společnost. Tento výzkum však může sloužit jako podklad pro detailnější zkoumání dané problematiky a může být obohacen i o další výzkumné otázky, které ještě více odkryjí vliv seriálů a silných ženských hrdinek na ženské divačky.

Summary

The aim of this work was to find out how TV series, especially their main heroines, influence the female audience. There were selected four TV series (Sex and the City, Game of Thrones, Handmaids Tale and Girls) and their strong female characters (Carrie Bredshaw, Daenerys Targaryen, June Osborne and Hannah Horvath) for the research. The work is divided into three main parts. Theoretical part introduces the reader to the basic concepts needed to understand the topic. The methodological part provides information on research methods and their advantages and disadvantages. Practical part acquaints the reader with selected subjects and interprets the information obtained in the research. The source of the research data are four semi-structured qualitative interviews with viewers of selected series. The analysis and interpretation of the obtained data made possible to answer three research questions:

- 1) Did the chosen heroines of the television series shape the view of feminine beauty ideal?
If so, how?
- 2) Is the audience inspired by selected strong female characters? If so, how?
- 3) What issues have the series, or selected strong female characters, open?

Answering the first question requires a comprehensive reply. The research revealed that the respondents do not have a clearly defined feminine beauty ideal. Rather than physical appearance, they described intangible aspects that could be summarized in terms of charisma or personal charm. However, the characters of the TV series, in some cases, fit into the described concept of the feminine beauty ideal. Respondents also mentioned that they appreciate the depiction of a woman's body with imperfections. The depiction of heroines with rounder shapes or higher weights encouraged them. Due to this real capture of a woman's body with its imperfections in the series, the respondents have a better acceptance of their own and their self-confidence increased. Thus, it cannot be unequivocally confirmed that thanks to the depiction of female heroines from selected series,

the respondents form a view of the ideal of beauty. But what the research revealed, these heroines with body imperfections influence self-confidence of female viewers which leads to better self acceptance.

The second question can clearly be answered in the affirmative. The research confirmed that the respondents largely want to get closer to the visage of the heroines. Watching the series inspires them to buy clothes, create new combinations of individual pieces of the wardrobe or make new hair style.

The third question can also be answered in the affirmative. The respondents agreed that the selected TV series and stories of strong female characters opened up serious topics that became more publicized and which, as a result, began to be discussed in society.

This research can serve as a basis for a more detailed examination of the issue and can be enriched with other research questions that will further reveal the influence of series and strong female heroines on female viewers.

Použitá literatura

ARTHURS, Jane. *Television and Sexuality*. Berkshire: Open University Press, 2004. ISBN 973355224104.

BEER, David. *Popular culture and new media: the politics of circulation*. New York: Palgrave Macmillan, 2013. ISBN 978-1-137-27004-7.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 8085947676.

BROE, Dennis. *Birth of the Binge: Serial TV and the end of leisure*. Detroit: Wayne State University Press, 2019. ISBN 978-0-8143-4597-9.

CONBOY, Martin. *Tisk a populární kultura*. Praha: Akropolis, 2018. ISBN 978-80-7470-229-7.

COOPER-CHEN, Anne. *Global Entertainment Media: Content, Audiences, Issues*.

Manhattan, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2005. ISBN 0-8058-5168-2.

CVETKOVICH, Ann. *Mixed Feelings: Feminism, Mass Culture, and Victorian Sensationalism*. New Jersey: Rutgers University Press, 1992. ISBN 9780813518572.

ČERVENKA, Jan, Markéta ŠKODOVÁ, Vlastimil NEČAS, František KALVAS, Paulína TABERY a Tomáš TRAMPOTA. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.

DEUZE, Mark. *Media life: Život v médiích*. Přeložil Petra IZDNÁ. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. Studia nových médií. ISBN 9788024628158.

ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Vyd. 1. [i.e. vyd. 2., V Argu 1.]. Praha: Argo, 2006. ISBN 9788072037063.

FEDROVÁ, Stanislava a Alice JEDLIČKOVÁ (eds.). *Intermediální poetika příběhu*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, 2011. ISBN 978-808-7481-561.

FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image*. Praha: Garda, 2006. ISBN 978-80-247-6015-5.

FISKE, John. *Jak rozumět populární kultuře*. Praha: Akropolis, 2017. POPs. ISBN 978-80-7470-190-0.

GOTRON, Kristyn. *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. ISBN 978 0 7486 2417 1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

HILL, Anette. *Reality TV: Audiences And Popular Factual Television*. New York:

Routledge, 2005. ISBN 9780415261524.

HOLMES, Su. *Entertaining Television: The BBC and Popular Television Culture in the 1950s*. Manchester: Manchester University Press, 2008. ISBN 9780719077913.

JERMYN, Deborah. *Sex and the City*. Detroit: Wayne State University Press, 2009. ISBN 9780814332887.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-802-6207-436.

JOHNSON, Merri Lisa. *Third Wave Feminism and Television: Jane Puts it in Box*. New York: Bloomsbury Publishing, 2007. ISBN 9781845112462.

KORDA, Jakub. *Úvod do studia televize 1: studijní text pro kombinované studium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4212-9.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přeložila Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 807184134x.

LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 9788072600304.

MANKEKAR, Purnima. *Screening culture, viewing politics: An ethnography of television, womanhood, and nation in postcolonial India*. Duke University Press, 1999.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. Eseje (Odeon). ISBN 80-207-0296-2.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Přeložil Marcel KABÁT, přeložil Jan JIRÁK. Praha: Portál, 2007. ISBN 9788073673383.

NDALIANIS, Angela. *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment (Media*

in Transition). Massachusetts: The MIT Press, 2005. ISBN 978-0262640619.

PROTESS, David a Maxwell E. MCCOMBS. *Agenda Setting Readings on Media, Public Opinion, and Policy making*. New York: Taylor & Francis, 2016. ISBN 9781138175990.

SILVERSTONE, Roger. *Television and Everyday Life*. London: Taylor & Francis, 1994. ISBN 9780415016476.

STRINATI, Dominic. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge, 2004. ISBN 9780415235006.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60.x.

TALLY, M. *The Rise of the Anti-heroine in TV's Third Golden Age*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2016. ISBN 9781443899369

ZILLMANN, Dolf a Peter VORDERER. *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000. ISBN 9780585310701.

ONLINE ZDROJE

ADRIAENS, Fien a Sofie VAN BAUWEL. Sex and the City: A Postfeminist Point of View? Or How Popular Culture Functions as a Channel for Feminist Discourse. *The Journal of Popular Culture* [online]. 2014, 47(1), 174-195 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2011.00869.x. ISSN 00223840. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1540-5931.2011.00869.x>

American Video Habits by Age, Gender and Ethnicity. *Nielsen Global Connect* [online]. USA: The Nielsen Company, c2020, 8. 1. 2011 [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2011/american-video-habits-by-age-gender->

[and-ethnicity/](#)

ATWOOD, Margaret. Haunted by The Handmaid's Tale. *The Guardian* [online]. UK: Guardian News & Media Limited, 2012, 20.1.2012 [cit. 2020-01-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2012/jan/20/handmaids-tale-margaret-atwood>

Černobyl jako šrapnel v nové studené válce? *Prima ZOOM* [online]. Praha: FTV Prima, 2019, 11. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://zoommagazin.iprima.cz/cernobyl-proklete-misto/cernobyl-jako-srapnel-v-nove-studene-valce>

Diváky seriálů tvoří ze dvou třetin ženy. Muže nejvíc zajímá Zdivočelá země. *Hospodářské noviny* [online]. Praha: Economia, c1996-2020, 2. 12. 2012 [cit. 2020-05-18]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-58888990-divaky-serialu-tvori-ze-dvou-tretin-zeny-muze-nejvic-zajima-zdivocela-zeme>

Difficult Women: How “Sex and the City” lost its good name. *The New Yorker* [online]. New York: The New Yorker, 2013, 22. 7. 2013 [cit. 2020-01-12]. Dostupné z: <https://www.newyorker.com/magazine/2013/07/29/difficult-women>

JANSOVÁ, Iveta. Proměnlivost pojmu populární kultura v prostředí britských kulturních studií i mimo ně / The Fluidity of the Term of Popular Culture in the Context of British Cultural Studies and outside of them. *Mediální studia / Media Studies* [online]. 2016, 10(1), 50-67 [cit. 2020-05-17]. ISSN 18019978. Dostupné z: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=583706>

KAMHAWI, Rasha a Maria Elizabeth GRABE. Engaging the Female Audience: An Evolutionary Psychology Perspective on Gendered Responses to News Valence Frames. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 2008, 52(1), 33-51 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1080/08838150701820783. ISSN 0883-8151. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838150701820783>

Lena Dunham's Girls: the show that turned TV upside down. *The Guardian* [online]. UK: Guardian News & Media Limited, 2017, 2. 2. 2017 [cit. 2020-02-07]. Dostupné z:

<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2017/feb/04/how-lena-dunham-show-girls-turned-tv-upside-down>

MARSH, Sarah. Game of Thrones' impact on TV will be felt long after finale, say experts. *The Guardian* [online]. UK: Guardian News & Media Limited, c2020, 12. 4. 2019 [cit. 2020-05-20]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/apr/12/game-of-thrones-revolutionised-british-tv-academics?fbclid=IwAR0marF2IEiTWLwxRAFnQjBxRxI7WakQSjkM-wEwtHjaufybh8QwbXBNW60>

OPPENHEIMER, Bonnie, Mark GOODMAN, Carolyn ADAMS-PRICE, Jim CODLING a Jill Davis COKER. Audience perceptions of strong female characters on television. *Communication Research Reports* [online]. 2003, 20(2), 161-172 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1080/08824090309388812. ISSN 0882-4096. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08824090309388812>

PERKINS, Claire a Michele SCHREIBER. Independent women: from film to television. *Feminist Media Studies* [online]. 2019, 19(7), 919-927 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1080/14680777.2019.1667059. ISSN 1468-0777. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2019.1667059>

Rozdávat jód po výbuchu Černobyli nemělo v ČSSR smysl, řekl odborník. *IDNES.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2019, 11. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/technika/cernobyl-cernobylska-havarie-priciny-nasledky-rozstrel-zdenek-rozlivka.A190605_130446_tec_technika_mla

RYNDA, Vojtěch. Černobyl odhaluje křehkou linii mezi pravdou a lží. Seriál je to sice historický, ale zároveň velmi aktuální. *Reflex* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2019, 5. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/filmy-a-serialy/95682/cernobyl-odhaluje-krehkou-linii-mezi-pravdou-a-lzi-serial-je-to-sice-historicky-ale-zaroven-velmi-aktualni.html>

Seriál Černobyl vypráví o klimatické změně. Ukazuje, co se stane, když svět neposlouchá

vědce. *Obnovitelně.cz: chytrá řešení pro život* [online]. Brno: obnovitelne.cz, 2019, 5. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://www.obnovitelne.cz/cz/clanek/830/serial-cernobyl-vypravi-o-klimaticke-zmene-ukazuje-co-se-stane-kdyz-svet-neposloucha-vedce/>

SCHUDSON, Michael. The New Validation of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia. *Critical Studies in Mass Communication* [online]. 1987, 4(1), 51-68 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1080/15295038709360112. ISSN 07393180. Dostupné z: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?authtype=shib&custid=s1240919&profile=eds>

SNELSON, Tim. From grade B thrillers to deluxe chillers: prestige horror, female audiences, and allegories of spectatorship in *The Spiral Staircase* (1946). *New Review of Film and Television Studies* [online]. 2009, 7(2), 173-188 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1080/17400300902816952. ISSN 1740-0309. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17400300902816952>

ŠÍMA, Milan. Jak blízko realitě byl seriál HBO o Černobyli? Komentáře pravých „likvidátorů“ jaderné katastrofy. *Seznam zprávy* [online]. Praha: Seznam.cz, 2019, 11. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/jak-blizko-realite-byl-serial-hbo-o-cernobyli-komentare-pravych-likvidatoru-jaderne-katastrofy-73789>

ŠTĚTKA, Jan. Jak komunistický režim mlčel o Černobyli: V USA bylo 2300 podobných havárií a závad, psal tehdy tisk. *Hospodářské noviny* [online]. Praha: Economia, a.s., 2019, 10. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: <https://zahranicni.ihned.cz/c1-66587020-jak-komunisticky-rezim-mlcel-o-cernobyli-v-usa-bylo-2300-podobnych-havarii-a-zavad-psal-tehdy-tisk>

TIGGEMANN, Marika, Amy SLATER, Belinda BURY, Kimberley HAWKINS a Bonny FIRTH. Disclaimer labels on fashion magazine advertisements: Effects on social comparison and body dissatisfaction. *Body Image* [online]. 2013, 10(1), 45-53 [cit. 2020-05-20]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2012.08.001. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144512000952>

TOTUŠEK, Jaroslav. Skutečnost byla zajímavější, vzpomíná černobylský biorobot. Jak hodnotí seriál HBO lidé z elektrárny. *LIDOVKY.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2019, 11. 6. 2019 [cit. 2020-04-21]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/kultura/skutecnost-byla-zajimavejsi-vzpomina-cernobylsky-biorobot-jak-hodnoti-serial-hbo-lide-z-elektrarny.A190610_153312_in_kultura_jto

ZILLICH, Arne Freya. Watching television with others: The influence of interpersonal communication on entertainment. *Communications: The European Journal of Communication Research* [online]. 2014, 39(2), 169-192 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.1515/commun-2014-0011. ISSN 03412059. Dostupné z: <https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1515/commun-2014-0011>

6 Ways 'Girls' Changed Television. Or Didn't. *The New York Times* [online]. New York: The New York Times, 2017, 2. 2. 2017 [cit. 2020-02-07]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/02/02/arts/television/girls-season-six.html>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s respondentkou č. 1 (přepis rozhovoru)

Příloha č. 2: Rozhovor s respondentkou č. 2 (přepis rozhovoru)

Příloha č. 3: Rozhovor s respondentkou č. 3 (přepis rozhovoru)

Příloha č. 4: Rozhovor s respondentkou č. 4 (přepis rozhovoru)

Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:
Veronika Dostálová

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2017

E-mail diplomantky/diplomanta:
93357307@fsv.cuni.cz

Studijní obor/forma studia:
Mediaální studia/prezenční

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	20 -06- 2018 -1-
Č.:	2829 Příloh:
Přiděleno:	

Předpokládaný název práce v češtině:

Zobrazení vybraných silných ženských postav v seriálech a jejich reflexe v reálném světě

Předpokládaný název práce v angličtině:

Showing Chosen Strong Female Characters In TV Series And Their Reflection In The Real World

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

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

LS 2018/2019

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

Konzumace médií je nedílnou součástí života jedince v moderní společnosti. V dnešní době již není cílem médií pouze informovat, ale také pobavit a poskytnout možnosti trávení volného času. Tyto aspekty vykazují nejen tištěná, ale také audiovizuální média, mezi něž patří například televize. Ta pro tyto účely používá nejrůznější nástroje a prostředky, jakými jsou zábavní soutěže, revue, dokumenty nebo televizní filmy a seriály. Právě poslední zmiňované televizní seriály jsou fenoménem současnosti. Nejenže mohou do značné míry ovlivnit své publikum, jeho chování, životní styl či pohled na svět, ale mohou také reflektovat různá společenská témata, nebo je přímo otevřít a nastolit tak určitou agendu.

Autorka se ve své diplomové práci bude věnovat problematice ovlivňování publika na vybraných příkladech silných ženských seriálových postav, tedy žen, které svým chováním či počínáním boří zažitě konvence či stereotypy a stojí si za svým názorem, který prosazují i navzdory odlišnému smýšlení společnosti. Autorka vybrala čtyři postavy ze známých amerických seriálů - Carrie Bradshaw ze seriálu Sex ve městě, June Osborne ze seriálu Příběh služebnice, Daenerys Targaryen ze seriálu Hra o trůny a Hannah Horvath ze seriálu Girls. Hrdinky a jejich seriály budou v práci prostřednictvím deksriptivní analýzy rozebrány a následně bude provedena jejich reflexe v reálném světě. Práce bude také doplněna o kvalitativní výzkum v podobě polo strukturovaného rozhovoru se 3-5 vybranými zástupci či zástupkyněmi publika. Respondenti budou vybráni na základě krátkého dotazníku, který zjistí, zda vybrané seriály sledovali a míru jejich zainteresovanosti. V následném rozhovoru budou respondenti odpovídat na otázky, které se budou týkat společenských témat rozebíraných v seriálech, jejich názoru na ně, jejich názoru na počínání hrdinek a následně na případné jednání respondentů samotných atd. Toto téma není na akademické půdě ještě zmapováno, což vedlo autorku právě k jeho zpracování.

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

Cílem práce je zjistit, jak vybrané seriálové hrdinky ovlivňují zvolené publikum. Na začátku práce autorka stanovila následující výzkumné otázky, které se v závěru práce bude snažit zodpovědět: „Formovaly zvolené hrdinky televizních seriálů pohled na ideál ženy? Pokud ano, tak jakým způsobem?“ a „Snaží se publikum nějakým způsobem vybraným hrdinkám přiblížit nebo vyrovnat? Pokud ano, tak jak?“ a „Jaká společenská témata otevřelo vytvoření vybrané silné ženské postavy nebo natočení seriálu?“ Tato diplomová práce by měla rozšířit povědomí o

dané problematice, prozkoumat ji a připravit půdu pro možné další akademické výzkumy.

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

Úvod

- důvod výběru tématu práce, uvedení do problematiky, stanovení výzkumných otázek

Teoretická část

- **Kultura, populární kultura a s nimi související pojmy**
- **Masová média**
 - teoretický rámec a obecné vymezení
 - televize a její specifika, televizní vysílání a pořady
 - televizní zábava
 - seriál a jeho charakteristika
- **Nastolování agendy**
- **Publikum**
 - vymezení pojmu, charakteristika a zasazení do kontextu
- **Pohledy na ženu**
 - stereotypy
 - pohled na ideál ženy
 - obrazování žen a silných ženských postav v médiích

Metodologie

- **Představení výzkumných metod**
 - výzkumný design
 - volba metod a jejich charakteristika
 - jejich výhody a rizika
 - semistrukturovaný rozhovor

Praktická část

- **Charakteristika vybraných subjektů a seriálů**
 - představení a charakteristika zvolených seriálových hrdinek
 - představení a charakteristika zvolených seriálů, ve kterých se vybrané hrdinky objevují
- **Výzkum a jeho výsledky**
 - výzkum
 - analýza výsledků
 - zhodnocení

Závěr

- zhodnocení, sumarizace
- zodpovězení výzkumných otázek
- podněty pro další zkoumání

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

Vybrané seriály, akademická literatura a konkrétní materiály týkající se zkoumaných subjektů.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Práce využívá dvě výzkumné metody. První z nich je deskriptivní metoda, jež bude použita jak v teoretické části k vysvětlení základních pojmů a uvedení do problematiky, tak i v praktické části pro charakterizování vybraných seriálových hrdinek. V praktické části bude následně použita

ještě metoda polo strukturovaného rozhovoru, který autorce umožní sesbírat data přímo z řad publika vybraných seriálů.

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

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

Kniha Úvod do masové komunikace od autora Denise McQuaila je základní literaturou pro studium masových médií. Je zaměřená nejen na klíčové oblasti teorie masových médií, ale také na jejich fungování a účelné používání.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

Tento titul se komplexně věnuje kvalitativnímu výzkumu a jeho jednotlivým disciplínám. Publikace je doplněna také o základní teoretická východiska, jak na kvalitativní výzkum nahlížet, ale také podrobně rozebírá jednotlivé druhy výzkumů, sběrů dat a jejich vyhodnocování. V knize samozřejmě nechybí ani příklady z reálné praxe.

KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-x.

Kniha od Michaela Kunczika s názvem Základy masové komunikace je taktéž jedním ze stěžejních děl týkající se tématu masových médií. Klade si za cíl dovést čtenáře k pochopení masových médií jako takových, ale také se snaží vyjasnit, jakou zodpovědnost vůči společnosti a svobodě mají jejich tvůrci.

JOHNSON, Merri Lisa. Third wave feminism and television: Jane puts it in a box. London: I.B. Tauris, 2007. ISBN 1845112466.

Jak již název knihy napovídá, titul se zabývá především feminismem a jeho reflexí v televizi. Mimo jiné nabízí odpověď na to, co může televize nabídnout fanouškům feminismu, ale také vytváří nový pohled na tuto tematiku ve snaze odvrátit téměř pesimistický trend, který můžeme pozorovat v mediálních studiích.

MCGRANE, Bernard a John G. GUNDERSON. Watching TV is not required: thinking about media and thinking about thinking. New York: Routledge, 2010. Contemporary sociological perspectives. ISBN 978-0-415-99487-3.

Tento titul se snaží přimět čtenáře k přemýšlení o všudypřítomnosti televize a jejím dopadu na společnost. Zabývá se také sociální konstrukcí reality v návaznosti na televizní vysílání. Ve svých kapitolách se dotýká i konzumerismu, identity TV a reality TV, které silně ovlivňují publikum.

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

JAROŠOVÁ, Anna. Způsob zobrazování ženských a mužských hrdinů v díle Stiega Larssona [online]. Olomouc, 2017 [cit. 2018-05-22]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/dz9kln/>>. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce doc. Daniel Bína, Ph.D.

JANÍRKOVÁ, Veronika. Analýza postavy Amy Pondové v seriálu Pán času [online]. Olomouc, 2018 [cit. 2018-05-22]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/cunez4/>>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. et Mgr. Jana Jedličková

BASLAROVÁ, Iva. Publikum soap opery Ordinace v růžové zahradě a jeho genderová vztahování se: etnografická studie [online]. Brno, 2012 [cit. 2018-05-22]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/d1u17/>>. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních

studii. Vedoucí práce.

MÁNKOVÁ, Zuzana. Mediální konstrukce mužské identity v českých seriálech: diskurzivní analýza [online]. Brno, 2011 [cit. 2018-05-22]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/th/li6xp/>>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jaromír Volek.

Datum / Podpis studenta/ky

20.8.2018 

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Nemám další doporučení

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Uvedená literatura dostačuje

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

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

KROML MILAN, PhDr.

20.6.2018 

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 PODÁTELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU/OBORU.