

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra školní a sociální pedagogiky

Genderové stereotypy v médiích

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Autor práce : Mária Muková

Vedoucí práce : PhDr. Michal Zvírotsky, Ph.D.

PRAHA 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedení pramenů a literatury.

V Praze dne 29. 3. 2009

.....

Poděkování

Děkuji PhDr. Michalovi Zvírotskému, Ph.D., za odborné vedení diplomové práce.

Anotace:

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí. První část je historický, psychologický, sociální a pedagogický pohled na feminizmu, média, gender a genderové stereotypy. Druhá část obsahuje přípravu, realizaci, analýzu a vyhodnocení projektu, didaktické aktivity a sociologický výzkum.

Klíčová slova:

Feminismus, gender, genderová role, genderová socializace, genderový stereotyp, média, multikulturalita.

Annotation:

The presented thesis consist of two parts. The first part is historical, psychological, sociological and pedagogical view of feminism, media, gender and gender stereotypes. The second part contains proposition of my project, its realization, analysis and evaluation, didactical activities and sociological research.

Key words:

Feminism, gender, gender role, gender socialization, gender stereotypes, media, multiculturalism.

Obsah

1 Úvod.....	6
2 Feminismus.....	7
2.1 Historie feminizmu.....	8
2.1.1 Feminismus v zemích západní Evropy a USA.....	9
2.1.2 Feminismus v Čechách.....	13
2.2 Teorie feminizmu.....	14
3 Gender.....	17
3.1 Gender a biologie.....	19
3.2 Gender a společnost.....	20
3.2.1 Genderová socializace.....	22
3.3 Gender a psychoanalýza.....	24
3.4 Gender a jeho vymezení v RVP.....	26
4 Média.....	27
4.1 Druhy médií.....	28
4.1.1 Tištěná média.....	29
4.1.2 Rozhlas.....	30
4.1.3 Televize.....	31
4.1.4 Filmy.....	32
4.1.5 Nová média.....	34
4.2 Přínosy a rizika médií.....	35
4.3 Mediální výchova a její vymezení v RVP.....	36
4.4 Genderové stereotypy a média.....	37
4.4.1 Genderové stereotypy a publicistika.....	38
4.4.1.1 Zpravodajství.....	39
4.4.1.2 Časopisy a deníky.....	40
4.4.2 Internet.....	42
4.4.3 Reklama.....	43
4.4.4 Televize a film.....	45
5 Projekt.....	46
5.1 Cíl projektu a stanovení pracovní hypotézy.....	47
5.2 Charakteristika a popis zkoumaného vzorku.....	49
5.3 Metody výzkumu.....	50
5.4 Didaktická řada.....	51
5.5 Analýza dat a jejich vyhodnocení.....	66
6 Závěr.....	70
7 Seznam literatury a internetových odkazů.....	71
Přílohy.....	74

1 Úvod

Svou diplomovou práci jsem se rozhodla věnovat tématu genderových stereotypů a médiím. Genderové stereotypy proto, že jsem v nich žila a byla vychovávána. Média proto, že ačkoliv si to nepřipouštím, ovlivňují má osobní rozhodování.

O problematiku genderu se zajímám již čtvrtým rokem. První setkání probíhalo formou diskuze se známou, která se podílela na zpracování projektu rovných příležitostí v pedagogické praxi a žádala o dotaci u Evropského sociálního fondu. Nejprve mi její myšlenky přišly naivní a až utopické. Hledala jsem argumenty k jejich, pro mě, nesmyslnému počínání.

Svůj názor jsem změnila až na seminářích pro rovné příležitosti. Přednášek se účastnili přední vědci/vědkyně z oblasti pedagogiky, sociologie, psychologie. Se svými životními zkušenostmi zde vystupovali vyučující základních a středních škol různých aprobací. Svým pohledem na věc obohatili semináře též ženy a muži na rodičovských dovolených nebo ženy v domácnosti. Všichni toužili po uplatnění a seberealizaci, kterých jim bylo, vzhledem k jejich stavu, odepřeno.

Média jsem zvolila záměrně, protože jsou významným nositelem genderových stereotypů. Zasahují do našich životů, mění naše hodnoty, postoje. Podvědomě ovlivňují naše touhy, představy a sny. Avšak dnešní doba se bez nich neobejde, a proto je musíme ve svém životě akceptovat a musíme se naučit vhodně s nimi pracovat.

Cílem diplomové práce bylo zpracovat projekt, pokusit se o jeho realizaci. Analyzovat nasbíraná data a provést vyhodnocení. Přínosem pro praxi je zpracovaná didaktická řada s aktivitami, které je možno využít ve výuce.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části. První část je teoretická, která zahrnuje témata feminismu, genderu a médií, jejich charakteristiku, historii, teorie, dělení a klíčové pojmy. Druhá část je zahájena výzkumem formou zúčastněného pozorování a rozhovory s dětmi. Slouží jako ukazatel vědomostí prekonceptů dětí v oblasti genderové problematiky. Případně z něj můžeme vycházet v koncipování dalších projektů týkající se této problematiky. Dále uvádím analýzy a vyhodnocení dat, porovnání se stanovenou hypotézou a nakonec závěrečné shrnutí.

2 Feminismus

Feminismus, či lépe řečeno feminismy, jsou i v dnešní moderní době často nahlíženy s předsudky a spíše s jakýmsi pejorativním nádechem. Otázky týkající se feminismu bývají dávány do souvislostí s jeho radikální podobou představovanou americkými ženami. Za feministky jsou většinou považovány ženy, které trpí komplexy méněcennosti, ženy lesbické nebo ženy, které mají problémy v partnerství, jejichž důsledky jsou rozpady rodiny: „Hlavní pohromou, kterou s sebou moderní feminismus přináší, však je podněcování žen k rozvodu nebo k samostatnému mateřství, k vyšachování otce z účasti na výchově dítěte a destrukce klasické rodiny.“¹

Negativní postoje vůči feminismům nezaujímají jen muži, ale dokonce i ženy. Emancipací dosáhly téměř rovného postavení s muži. Zaujímají vysoké pracovní pozice, pracují v oblasti informačních technologií nebo ve výzkumných ústavech. Podílejí se na nových vědeckých objevech a vynálezech. Přesto v nich zůstala zakotvená tradiční role matky, na kterou se mnohá z nich těší. A s ní i spojená starost o domácnost a manžela. Ženy tuto roli přijímají většinou bez výhrad jako společenskou a kulturní danost.

Není podstatné, jakou ženskou či mužskou roli budeme zastávat. Důležité je, abychom si uvědomili, že za to, čeho dnes ženy mohou dosáhnout, vděčíme jiným ženám a mužům, kteří za své ideály položili mnohdy i vlastní životy. Období to bylo těžké a dlouhé a ani dnes nemůžeme definitivně říct, že jsou ženy a muži rovnoprávní. Není to jen Islám nebo Afrika, jsou to též vyspělé země, kde se neustále potýkáme s problémy např. rovných příležitostí.

¹ HAUSMANN, J., Nahota feminismu, s. 7

2.1 Historie feminizmu

Feminismus, stejně jako jiné směry či politická hnutí, se vyvíjel poměrně dlouho a byl provázen řadou problémů. Na jeho vývoji se podílely velké osobnosti z oblasti filozofie, sociologie, literatury a pedagogiky. Vyvíjel se v kontextu historickém, kulturním a společenském. Některé epochy mu byly více nakloněny jiné jej naopak potlačovaly. Jeho formy byly v USA radikálnější, v Evropě spíše umírněné.

Historii feminizmu jsem v následujících kapitolách rozdělila na vývoj v zemích západní Evropy a v zemích USA. Americká feministická hnutí se vyvíjela mnohem rychleji než hnutí evropská. USA obecně reagovala pružně na změny a rychlý vývoj společnosti. Evropa byla spíše tradiční a emancipační hnutí se zde prosazovala hůře.

2.1.1 Feminismus v zemích západní Evropy a USA

Přelom 15. a 16. století přináší do společenských a politických podmínek řadu změn v postavení mužů a žen. Končí středověk, lidé se odklánějí od římskokatolické víry a pozornost se pomalu přenáší na člověka samotného. Mění se názory a pohledy na ženu, manželství a domov. Nejvýznamnější období jsou rozdělena do tří úseků: první období od roku 1540 do 1640, které je označováno za prehistorii feminismu, druhé období v 19. století a třetím obdobím je současnost. Druhé a třetí období se vyznačuje aktivním přístupem žen v otázkách feminismu, které se organizovaly v nově vznikajících ženských spolcích.

V letech 1540 – 1640 vzrostla rovnoprávnost mezi pohlavími zejména v oblasti obchodu a podnikání. Žen, které podnikaly, bylo poměrně dost a ve svém podnikání dosahovaly stejné míry svobody a odpovědnosti jako muži.² Společnost tyto změny vnímala dvojným způsobem: jedna část nahlížela na rovnoprávnost mužů a žen jako na hrozbu, druhá část naopak rovnoprávnost vítala.

V roce 1620 vyšly dvě brožury, které představují odlišnost názorů na rovnoprávnost mužů a žen. První brožura: „*Hic Mulier: Or, the Man-woman: Being a Medicine to cure the Coltisch Disease of the Staggers in the Masculine-Femininens of our Times (Hic Mulier neboli mužatka: lék proti hřiběcí jankovitosti dnešních pomužštěných žen) a Haec Vir: Ort he Womanisch-Man (Haec Vir neboli zženštilec)*“.³ První z nich se staví proti hnutí osvobozených žen. Lidé, převážně muži, se obávají, že ženy za získání své nezávislosti obětují svůj rodinný život. Strach mužů vyústil až v prohlášení, kdy bylo ženám zakázáno se scházet. Naopak druhá brožura je silně feministická. Zdůrazňuje, že ženy a muži jsou si rovni. Mají stejná práva jako muži na svobodný život a nárok na stejné zacházení.

Trvalo to dalších téměř 200 let, než vystoupila veřejně první žena s požadavkem rovnosti mužů a žen. Psal se rok 1792 a byla to Mary Wollstonecraft (1744 – 1793), která se zabývala výchovou a vzděláváním děvčat. Byla ovlivněna anarchistickým hnutím. Její nejznámější dílo se nazývá *Obrana ženských práv*.⁴ Ženám jsou podle ní přisuzovány

² OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 15.

³ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 15-16.

⁴ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 17.

jejich role na základě tradic a výchovy. Řeší zde i otázky morálky a kultury společnosti. Její vystoupení se zasloužilo o vznik emancipačního hnutí.

Nejrychleji se šířil feminismus v Americe. Prvními feministkami byly černošky. Ženské hnutí se rozvíjelo ruku v ruce s abolicionistickým hnutím, které bojovalo proti otrokářství. Ženy vytvářely vlastní struktury a účastnily se formálních politických aktivit. Roku 1826 byla otevřena střední škola pro dívky a semináře na vysokých školách pro ženy. Požadavkem feministek byl rovnoprávný přístup k povolání. Aby se ženy staly součástí společenského dění a nebyly od něj odříznuty. Přály si dozvědět se o nových technologiích, získávat přístup k více informacím. Nejprve se ženy uplatňovaly jako hospodyně, pečovatelky a učitelky. Postupně začaly pronikat i do dalších povolání jako byl obchod, účetnictví a administrativa.

Nejdiskutovanější téma, volební právo pro ženy, se stalo předmětem spolupráce Elizabeth Cady Stantonové (1815 – 1902) a Susan B. Anthonyové (1820 – 1906), které založily roku 1869 Národní sdružení za volební právo žen a Julia Ward Howeyová (1819 – 1910) a Lucy Stoneová (1818 – 1893) zorganizovaly Americké sdružení za volební právo žen. Z tohoto popudu následně 4. 6. 1919 přijal americký Senát Devatenáctý dodatek k ústavě, který po 14-ti měsících jednotlivé státy ratifikovaly.⁵

Dalším cílem hnutí byl dodatek k ústavě týkající se rovnosti práv mužů a žen včetně úpravy na ochranu pracujících žen.

V Evropě se začal feminismus rozvíjet paralelně s osvícenstvím, které zdůrazňuje svobodu člověka jako takového a uvolňuje se z pout náboženství. Francouzská revoluce, která vypukla v roce 1789, oslovila také řadu žen a vyvolala tím jejich obrovský zájem o zrovnoprávnění. Nejbojovnější ženou se stala Olympe de Gouges, která v 80. letech 18. století veřejně vystoupila s předpovědí velké společenské revoluce, která osvobodí ženy z nadvlády mužů. V roce 1791 vydala „Deklaraci práv ženy a občanky“ jako protiklad k „Deklaraci lidských práv“. Byla však označena za nepřijatelnou pro společnost a v roce 1793 byla popravena gilotinou.

Z evropských států se nejdále dostala Anglie a severské země. Anglické feministky zakládaly školy a organizovaly se do ženských spolků. Získaly podporu poslance Johna Stuarta Milla. John Stuart Mill popisuje ve své knize *On the Subjection Of Women*

⁵ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 20-21.

(O poddanství žen, 1869), že žena, stejně jako člověk jiné barvy pleti či národnosti, je vyloučena z některých společenských činností.⁶ Prosazoval, aby se k ženám přistupovalo stejně jako k mužům.

Tehdy atraktivní otázka ženských práv a jejich veřejná podpora se stala také předmětem volebních programů dalších britských poslanců. Jelikož však po vyhraných volbách slib nedodrželi, vedlo to roku 1902 k masovému vystoupení feministek – sufražetek - pod vedením Emmeline Parkhurstové⁷ (1858-1928). Ženy ve Velké Británii byly nakonec zrovnoprávněny až v roce 1928. Ve Francii to bylo později, až v roce 1945, Finsko a Norsko udělilo volební právo ženám již v roce 1905 a 1907.

Zrovnoprávnění však nepomohlo ženám změnit jejich společenskou roli, která nepřestává být spojována s domovem, výchovou a péčí o děti a pracujícím manžela. Mužům je přiřazena role živitele rodiny. Ve Velké Británii veřejně vystupovaly ženy s protifeministickými názory, které tvrdí, že podřazenost žen je dána přírodními zákony. Ztvrzují to navíc prosazením zákona o péči o děti⁸ z roku 1839, který si prosadila Caroline Nortonová. Tímto určila ženám jejich roli a definitivně je uvrhla do stínu mužů.

Období od roku 1830 až do prvních let 20. století bylo obdobím hledání odpovědí na otázku jak dosáhnout rovného postavení mužů a žen. Argumenty se hledaly v oblasti politické, společenské, právní i rodinné. Neustále docházelo ke konfrontacím mezi zastánci a odpůrci feminismu. Ani sama doba nepřála emancipaci žen. Společnost byla kastována. Svobodu měl pouze bohatý lid. Postavení nevolníků, otroků a vlastně i žen napomohlo až zrušení otroctví v Americe a Francouzská revoluce, které sebou přinesly svobodu každému člověku bez ohledu na rasu, náboženství, postavení nebo pohlaví.

Minulé století bylo provázáno řadou událostí, které poznamenaly život snad každého člověka. Snaha dosáhnout míru a svobody pro jednotlivce se tak stala prvořadým cílem. Emancipace žen probíhala v otevřeném dialogu mezi příznivci a odpůrci. Čím více byly argumenty opodstatněné a trefné, tím více se společnost obávala nežádoucích změn, které by feminismus mohl způsobit, a razantně se proti tomu stavěla.

⁶ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 18.

⁷ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 23.

⁸ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 17.

V 50. a 60. letech 20. století se lidé pomalu vzpamatovávají z válečných hrůz. Ženy získávají kvalitní vzdělání a touží pracovat mimo dům a uplatnit tak své nové zkušenosti. Touha po výměně informací a podpoře je vede k zakládání ženských spolků. Ženám není lhostejná ani politika a začínají vstupovat do věcí veřejných.

V 70. letech se proměňuje kulturní a hospodářská situace. V hodnotovém žebříčku zaujímá rodina a domov přední příčky. Zárukou udržení je tradiční postavení ženy. Současně vzniká levicová kritika feminismu. K rozvoji dochází až v druhé polovině 80. let. Na amerických univerzitách vznikají katedry „ženských studií“. Ženská otázka tak přestává být tabu a stává se předmětem veřejně diskutovaným, která má základ na akademické půdě.

V současnosti došlo k výrazným změnám v postavení žen a mužů a přesto jsou naše nové role neustále konfrontovány s rolemi tradičními. Co se stalo předmětem řešení dnešního feminismu? Je to hledání odpovědí na to, jak jsou definovány role muže a ženy? Jak mohou muži a ženy trpět nedostatkem osobní svobody? Nebo jak odbourat stereotypy, které máme zažité?

Právě dnešní doba je vhodná na to, abychom společně hledali odpovědi na tyto otázky. Plánované rodičovství umožňuje mladým párům připravit se na budoucí rodinu. Předškolní a školní zařízení nám pomáhají starat se o naše děti, abychom se my mohli seberealizovat a rozvíjet. Sociální politika přichází s inovacemi, jak zlepšit a zajistit snadný start mladým rodin

2.1.2 Feminismus v Čechách

Zaměříme-li se na feminismus v českých zemích, tak v porovnání se západní Evropou či USA měl velmi mírný průběh a první náznaky se objevují až v pozdějších letech.

Mezi průkopnice českého feminismu patřila Magdalena Dobromila Retigová, kterou následovaly významné české ženy jako např. B. Němcová a její návaznost na G. Sandovou, K. Světlá, E. Krásnohorská, senátorka F. Plamínková a další. Nebyly to však jen ženy. Je důležité zmínit i Karla Slavoje Amerlinga, významného organizátora českého školství, zakladatele školy v Budči, která byla i pro dívky. Další osobností byl prezident T. G. Masaryk, který byl ženským otázkám velmi nakloněn. Jeho zásluhou se podařilo zakotvit roku 1920 volební právo žen do ústavy. Ženám se postupně dařilo pronikat do parlamentu, do novin a časopisů (např. M. Horáková, M. Jesenská).

K dosahování a upevňování feministických ideálů pomáhaly ženám ženské spolky. V roce 1863 byl díky Vojtovi Náprstkovi založen Český výrobní spolek, dále pak Městská dívčí škola v Praze. V roce 1871 začaly vycházet Ženské listy. Významné datum v dějinách českého vysokého školství je 23. 3. 1897, kdy bylo povoleno ženám studovat na vysoké škole, mimo studium práv, které bylo povoleno až po roce 1918.

Válečná ani poválečná období nebyla ženským otázkám příliš nakloněna. Nacistickou diktaturu vystřídala diktatura komunistická. Ženy sice zastávaly práci v těžkém strojním průmyslu, ale zároveň musely fungovat i v domácnosti a od politického života byly zcela odříznuty. Ke změně došlo až po roce 1989.

2.2 Teorie feminismu

Definice feminismu: „sociální hnutí, které se začalo formovat v 18. století. Upozornilo na nerovnoprávné postavení žen ve společnosti a vneslo nároky na rovnoprávný status žen i dalších diskriminovaných a ponižovaných skupin obyvatelstva.“⁹

Autorkou hesla feminismus je česká senátorka a feministka Františka Plamínková (1875 – 1942), která feministické snahy shrnuje takto: „Hlavní složky hnutí emancipačního jsou:

1. Úsilí o uvolnění individuálního s praktickým požadavkem neobmezovaného vzdělání pro ženy;
2. Sociální a etické s požadavkem přístupu ke všem povoláním a oborům lidské práce, odstranění dvojí morálky, nuceného celibátu, prostituce;
3. Politické, bojující právo volného sebeurčení ve státě, tedy volební právo, změny některých zákonů;
4. Rodinné, snažící se o mravní a právní rovnost v rodině, nezávislost hospodářskou a rodičovskou moc...“¹⁰

Feminismus se vyvíjí ve třech vlnách. První vlna přichází zhruba v polovině 19. století. Je spojena s požadavkem stejných občanských a politických práv (volební právo, rovný přístup ke vzdělání a majetku). Ženy si tak myslí, že dosáhnout autonomie. Spisovatelka a psycholožka, Betty Friedan, která později založila Národní organizaci žen v USA, napsala knihu *Ženská mystika*, jež je ideologií, která staví ženu do role pasivní hospodyně. Atmosféru této doby je možno zažít s filmem *Hodiny* (USA 2002) podle stejnojmenné knihy Michaela Cunninghama s Meryl Streepovou v hlavní roli.

Druhá vlna probíhala v šedesátých letech a bývá spojována s hnutím hippie, jako negativní reakcí na válku ve Vietnamu. Žena se stává ústředním tématem výzkumu. Objevuje se syndrom prázdného hnízda, žena ztrácí smysl pro život, který vedla jen v domácnosti při péči o dítě. Připadá si neužitečná. Vzniká tak nová role matky, která odmítá tradiční model, kdy je žena primárně odpovědná za péči o děti.

⁹ BABANOVÁ, A., MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 148

¹⁰ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 18

Třetí vlna probíhá v současnosti. Je kritikou druhé vlny a začala v osmdesátých letech. „Třetí vlna se na ženu dívá jako na v jazyce vytvořenou kategorii. S ženou je spojována síť slov (rodina, péče, dítě, cit, slabost, příroda...), která jí dává její význam. Svou síť má i pojem muž (práce, obživa, profese, rozum, agresivita, kultura...). Problém je v udržování oddělenosti obou sítí. Proto se feminismy třetí vlny snaží prostřednictvím proměny uvedených jazykových vazeb návazných na pojmy žena a muž měnit pojmy samotné. K analýze postavení žen, mužů, gayů, leseb je využívána kategorie gender stejným způsobem, jako sociologie pracuje s rasou či třídou. Gender jsou všechny sociální a kulturní vlivy formující odlišně mužství a ženství v dané společnosti.“¹¹

Rozdělení feministických teorií do tří typů¹² dle socioložky Judith Lorber:

1. **Genderové reformní feministické teorie:** založeno na zdůrazňování podobností mezi muži a ženami a snaha o poskytnutí stejných možností mužům i ženám na společenském dění. Tato skupina zahrnuje tyto proudy:

a) **Liberální feminismus** – nejsilnější proud, který podporuje rovnoprávnost žen, bojuje za jejich možnost prosazovat se stejně jako muži podle jejich individuálních zájmů a předpokladů (představitelkami byly Cynthia F. Epstein, Elizabeth Janeway aj.)

b) **Marxistický feminismus** – klade důraz na vykořisťování dělnické třídy a ženy, prosazuje rovné přístupy k zaměstnání a finančním zdrojům (Sheila Rowbotham, Nancy M. Hartsock aj.)

c) **Rozvojový feminismus** – zaměřený na specifické problémy žen v rozvojových zemích

2. **Feministické teorie genderově motivovaného odporu:** základem je dosáhnout rovnosti v oblasti zákonného práva, vymanit se z nadvlády mužů a soustředit svou pozornost na ženské otázky formou zakládání ženských spolků. Sem můžeme zařadit tyto proudy:

a) **Radikální feminismus** – zaměřuje se na samotné kořeny patriarchy, hledá řešení v oblasti sexuálního vykořisťování a zneužívání žen (Mary Daly, Ti-Grace Atkinson aj.)

¹¹ PAVLAS, T., Proč se u nás bojíme feminizmu, s. 7

¹² SOKOLOVÁ, V., Současné trendy feministického hnutí

b) **Psychoanalytický feminismus** - zaměřuje se na socializaci v ženu a muže během dětství a dospívání

c) **Lesbický feminismus**

d) **Hlediskový (stand-point) feminismus**

3. **Feministické teorie genderově motivované vzpoury:** je založený na vzájemných vztazích mezi nerovnostmi, které vycházejí z genderu, rasy, etnické příslušnosti, sexuální orientace či společenské třídy. Řadíme sem tyto proudy:

a) **Multirasový feminismus** – diskriminace žen kombinovaná s řešením pozic různých etnických skupin

b) **Mužský feminismus**

c) **Feminismus sociální konstrukce**

d) **Postmoderní feminismus aj.**

Další feministické směry jsou:

a) **Ekofeminismus** – poukazuje na podobnosti panského přístupu k přírodě a k ženě

b) **Spirituální feminismus** – zahrnuje různé duchovní směry, odmítá patriarchální náboženství, která diskriminují ženy

c) **Poststrukturální feminismus** – mužství a ženství fungují jako proměnlivé kategorie, odkazuje k teoriím genderových studií

d) **Anarchofeminismus** – rovnost žen a mužů v souvislosti s kritikou kapitalismu

e) **Kyberfeminismus** – zdůrazňuje význam komunikačních a informačních technologií a klade důraz ne na jeho úlohu při řešení problematiky nerovnosti pohlaví.

Toto je jen základní přehled směrů feminismů, ve skutečnosti je jich však daleko více.

3 Gender

Slovo **gender** pochází z řeckého slova **rod**. V českém jazyce se slovo rod objevuje ve více významech: sex a pohlaví, rod nebo rodina, případně rod v gramatice.¹³ Pro vědecké účely se ponechal jeho anglický název gender, který je někdy „... nazýván sociálním pohlavím. Na rozdíl od pojmu pohlaví, který je chápán výhradně v biologickém smyslu, pojem gender označuje kulturně a historicky proměnlivé charakteristiky a modely přiřazované mužskému nebo ženskému biologickému pohlaví. Soubor mužských (maskulinních) či ženských (femininních) vlastností společnost všeobecně přijímá jako něco „přirozeného“ a „neměnného“. Tím se společensky ospravedlňuje jejich přímé či nepřímé vynucování. Žena, která se dostatečně nestará o domácí krb, nebo muž, který dostatečně finančně nezabezpečuje rodinu, nejsou považováni za „plnohodnotné“ ženy a muže.“¹⁴

Historie genderu souvisí s ženským hnutím, které se otázkami nerovností mužů a žen systematicky zabývalo. Je dáván do souvislostí s rozvojem sociálně-vědních disciplin jako např. antropologie, sociologie či psychologie. Hledá odpovědi na dvě základní otázky:

1. Proč jsou lidé společností děleni na základě genderu?
2. Proč téměř každé společnosti dominují muži?

Gender vyjadřuje asymetrii, kdy maskulinita je nadřazená femininně. Jedná se tedy o mocenský vztah, kdy obecně platí, že muži jako sociální skupina vládnou větší mocí než ženy. Na úrovni sociálních vztahů a struktur se to odráží v podobě genderových nerovností ve společenské hierarchii, kdy muži zaujímají vyšší společenské postavení.¹⁵

Pod pojmem sex a pohlaví se rozumí základní fyziologické rozdíly mezi ženou a mužem, zejména tedy rozdíly pohlavích orgánů a schopností reprodukce. Sex a pohlaví jsou tedy biologickými kategoriemi, naproti tomu gender je kategorií sociální, ke které jsou připisovány očekávané sociální role, chování, stereotypy, hodnocení, předsudky a představy o tom, co je a není správné pro muže či ženy. „Lidé obvykle

¹³ MAŘÍKOVÁ, H. a kol., Společnost žen a mužů z aspektu gender, s. 9

¹⁴ BABANOVÁ, A., MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 148

¹⁵ SMETÁČKOVÁ, I.; PAVLÍK, P. a kol., Gender ve škole, s. 9

*reflektují svoje sociální postavení, svůj třídní původ, rasu, národnost, etnikum stejně jako předsudky k těmto kategoriím vázané, ale neuvědomují si, že obdobně jsou determinovány i tím, ke kterému pohlaví potažmo rodu náležejí.*¹⁶

Stát se z dítěte ženou nebo mužem vyžaduje značné úsilí. Kromě biologických předpokladů je také kladen důraz na výchovu. Ženou nebo mužem se stáváme **genderovou socializací**. Náš vzhled, oděv, účes, způsoby chování a vyjadřování jsou výsledkem sociálního učení, které by nás měly jasně zařadit mezi dívky/ženy nebo chlapce/muže. Existují však lidé, jejichž fyziognomie obličej a postavy či chování a vystupování není jasně zařaditelné (např. transvestité).¹⁷

¹⁶ MAŘÍKOVÁ, H. a kol., Společnost žen a mužů z aspektu gender, s. 10

¹⁷ BABANOVÁ, A., MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 14

3.1 Gender a biologie

Pohlaví člověka je určeno jedním z 23 chromozomů obsažených v našem těle. Tento chromozom má variantu X nebo Y. Vajíčka ženy obsahují chromozom X, spermie buď chromozom X nebo Y. Dojde-li po oplodnění ke kombinaci chromozomů XY, narodí se chlapec. Pokud bude kombinace XX, narodí se dívka. Až do sedmého týdne prenatalního vývoje jsou genitálie obou pohlaví stejné.

Dále se na našem vzhledu, kromě genů, podílejí i hormony. Ty jsou produkovány žlázami s vnitřní sekrecí (hypofýza, štítná žláza, slinivka břišní, nadledvinky, vaječníky a varlata). Množství a skladba hormonů vylučována muži nebo ženami je přibližně stejná. U žen převládají ženské pohlavní hormony – estrogen a progesteron, u mužů testosteron a androgeny, tedy mužské pohlavní hormony. U některých jedinců se však mohou objevit ve větší míře hormony druhého pohlaví, proto dochází k tzv. intersexualitě, kdy se např. u genetického muže objeví ženské druhotné pohlavní znaky a ženské genitálie.

Hormony se dále podílejí na růstu a tělesné stavbě lidského těla. Muži bývají většinou vyššího vzrůstu než ženy a mají více svalové hmoty. Není to však pravidlem. Existují řady primitivních národů, kde je tělesná stavba mužů a žen velmi podobná. Stejně tak i fyzická zdatnost není vždy výsadou pouze mužů. Naopak, existují kmeny, kde těžkou práci na poli, v lese a na lovu vykonávají ženy a muži zůstávají ve vesnicích a starají se o děti.

Produkce pohlavních hormonů vrcholí v období puberty. V pozdějším věku je produkce omezená a hormony se začínají vzájemně sblížovat. Kolem šedesátého roku přestávají vaječníky a varlata produkovat hormony a lidé se tak vracejí do období dětství.¹⁸

Genderová nerovnost je tedy dána biologickou odlišností muže a ženy. Gender i pohlaví jsou **sociální konceptem**, pomocí něhož chápeme rozdíly mezi lidskými těly. Abychom byli schopni definovat mužské či ženské tělo, museli jsme nejprve vytvořit koncept femininity a koncept maskulinity. Lidské tělo totiž nemusí být jasným ukazatelem mužskosti či ženskosti.

¹⁸ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 23 -30

3.2 Gender a společnost

Gender je jedním ze základních sociálních konstruktů a promítá se do všech oblastí společenského života. Lidé si formují vlastní identitu na základě kulturních představ o femininitě a maskulinitě. Jsou ve vzájemné interakci a vytvářejí mezi sebou vzájemné vztahy. Do sociálních vztahů vstupují s konkrétními genderovými koncepty, které ovlivňují jejich chování, jednání a zároveň je tak udržován gender jako sociální struktura. Gender nám tak umožňuje orientovat se v sociálních vztazích, nabízí jasná pravidla, normy pro sociální interakci a zároveň je omezuje tak, aby byly v dané kultuře akceptovatelné.

O **genderu** je možno uvažovat **ve třech rovinách**:¹⁹

1. **Rovina individuální** – na jejímž základě konstruujeme základní otázky genderové identity (jsem žena nebo muž). Naše identity, tedy i ty genderové, jsou situovány kulturně a jazykově. Při jejich formování vycházíme z kulturních daností. Ženská identita se vytváří upřednostňováním druhých před sebou samým, mužská identita je založena na prosazování sama sebe a dominanci.

Maskulinita a femininita jsou na individuální úrovni „materializovány“ naším chováním a vzhledem. Hovoříme o tzv. somatizaci nadvlády, kdy ženy mají tendenci zaujímat menší prostor než muži. Jinak sedí, jinak se pohybují. Ženské tělo bylo historicky vystavováno mnohem menší fyzické zátěži a je na něj pohlíženo jako na něco křehkého, subtilního. V případě mužů hovoříme o somatizaci dominance, která je ztělesněním síly a fyzické zdatnosti. *„Odlišné formy somatizace jsou výrazem „dělání“ femininity/maskulinity v souladu s generovými normami. Opakování kulturně přijatelného feminního/maskulinního chování je zpětně legitimuje a reprodukuje.“*²⁰

2. **Rovina interakce** – kdy je gender situovaná činnost, během níž se vytvářejí formy chování, které jsou ostatními vnímány jako maskulinní/femininní. Situace genderové interakce probíhají různě v závislosti na věku daného jedince. Začíná již v nejtělejší věku, pomocí pokynů: *„Neplač, nebuď přece baba, pláčou jenom holčičky!“* Zásadní je zde také kontext rasový, třídní, věkový apod.. Důležité období pro vývoj genderové interakce je pro děti školní věk. Škola má v této oblasti možnost působit na děti tak, aby

¹⁹ SMETÁČKOVÁ, I.; PAVLÍK, P. a kol., Gender ve škole, s. 10

²⁰ SMETÁČKOVÁ, I.; PAVLÍK, P. a kol., Gender ve škole, s. 10

byly genderové rozdíly eliminovány a byl tak umožněn rozvoj obou pohlaví bez předsudků a stereotypů.

3. Rovina institucionální – gender a genderová interakce probíhá ve společenském prostředí. Rodina, škola nebo pracovní trh se tak podílejí na růstu genderových rozdílů a nerovností. Gender, jako organizující princip, směřuje ženy a muže do nerovných pracovních pozic, ovlivňuje i kritéria hodnocení mužů a žen při jejich výkonech, kdy je jedno pohlaví před druhým zvýhodňováno.

3.2.1 Genderová socializace

Genderovou roli a genderovou identitu si dítě neosvojuje mechanicky, ale různými způsoby se do ní identifikuje. Prvním vzorem pro dítě jsou jeho rodiče, které napodobuje, řadí se do stejného genderu, tím iniciuje určité mechanismy chování, nejprve nevědomě, později vědomě. Existují **čtyři procesy vývoje genderových rolí**:²¹

1. **Socializace manipulací** – u dětí od jednoho do pěti let, kdy si děti pomocí matek vytvářejí pohled na sebe sama (např. maminka češe dceru, obléká ji do dívčích šatů a říká, že je hezká holčička).
2. **Zaměřování pozornosti na určité objekty** – znamená např. směřování dětí k výběru hraček rozlišených dle pohlaví (s autíčkem si hrají chlapci).
3. **Verbální pojmenovávání** – je podmíněno pohlavně (zlobivý kluk nebo hodná holčička). Tyto poznámky dále vedou k utváření vlastní identity jako součásti pohlaví. Dítě v sobě vidí ženu či muže a identifikuje se tak s ostatními ženami nebo muži.
4. **Vystavení činnosti** – setkávání chlapců a dívek s tradičními mužskými nebo ženskými činnostmi. Podněcování k těmto činnostem vede k identifikaci s daným pohlavím, pro které je tato činnost typická.

Identifikace s mužskou či ženskou rolí se děje na základě:

- 1.) **Teorie sociálního učení** – zde se předpokládá, že dítě uvažuje takto: „*Chci odměnu a vždycky mě odmění, když dělám chlapecké (dívčí) věci. Takže chci být chlapec (dívka).*“²²
- 2.) **Kognitivní teorie** – předpokládá opačný postup než je u teorie sociálního učení: „*Jsem chlapec (dívka), proto chci dělat chlapecké (dívčí) věci a proto za ně budu odměněn.*“²³ Zde se vychází z toho, že dítě se postupným zráním identifikuje do muže či ženy.

²¹ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 132 - 133

²² OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 135

²³ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 135

Genderová socializace probíhá na třech úrovních:

1. **Genderová polarizace** – přirozené rozdíly mezi muži a ženami jsou brány jako základní organizační princip ve společnosti
2. **Androcentrismus** – vychází z předpokladu, že mužství je normou lidství a ženství je od něj odvozeno
3. **Biologický determinismus** – navazuje na dvě předchozí úrovně a dané jevy vysvětluje jako přirozený výsledek biologických rozdílů.²⁴

Z výše uvedených skutečností tedy vyplývá, že eliminace genderových rozdílů je věc velmi složitá, kterou „...nelze v kultuře splnit. Také nelze docílit zrušení či zmizení rodové diference a ani dalších dichotomií. Je ale možné – a v současné době se o to snaží jisté proudy filosofického, sociologického i politického myšlení – relativizovat jednu, povinnou rodovou diferencí ve prospěch mnohosti diferencí a rozšíření kulturní komunikace, intersubjektivitu, dialogu.“²⁵

²⁴ SMETÁČKOVÁ, I.; PAVLÍK, P. a kol., Gender ve škole, s. 12

²⁵ FULKOVÁ, M., Diskurz umění a vzdělávání, s. 158

3.3 Gender a psychoanalýza

Jiný pohled na determinaci pohlaví nám umožňuje psychoanalýza. Vývoj genderové identity podle ní závisí na vývoji pohlavního sebeuvědomění jedince jako chlapce nebo dívky. Podle S. Freuda je základem pohlaví a genderu „sexualita“. Emocionálním poutem je pak „identifikace“, která „...vzniká jako prostředek vyřešení Oidipova komplexu – chlapec se identifikuje s otcem, protože se otce obává jako agresora (vidí v něm překážku svému sexuálnímu tíhnutí k matce a protagonistu dramatu hrůzy z kastrace). Protože dívka se ani nebojí kastrace, ani není sexuálně přitahována k matce, základna její identifikace s matkou je jiná než základna identifikace chlapce s otcem. Je založená na strachu, aby nepřišla o matčinu lásku. Námitkou proti freudovskému pohledu na věc jsou však nezvratné důkazy, že genderová role se v definitivní podobě vytváří už před třetím rokem života dítěte a před tím, než může nastoupit oidipovský konflikt. Rozlišení pohlaví v identifikaci dítěte s rodičem nevyplývá z oidipovského konfliktu, ale ze struktury rodiny.“²⁶ Dle Freuda tak dívky svou genderovou identitu získávají rychleji a trvale, chlapci naopak cítí přílišnou odlišnost od matky a jejich modelem se stává citově vzdálený otec.

Sexuální život člověka Freud dělí na tři období:²⁷

1. **Infantilní sexualita** – období 0 – 7 let, kulminuje oidipovským komplexem a dělí se dále na tři fáze:

a) **orální**

b) **anální**

c) **falická**

2. **Období latence** – mezi 7 – 12 rokem věku, začíná vyřešením oidipovského komplexu a vytvářením superega.

3. **Puberta** – mezi 12 – 14 rokem věku, zrání genitálu, heterosexuální volba objektu a pohlavní styk.

²⁶ OAKLEYOVÁ, A., Pohlaví, gender a společnost, s. 136

²⁷ HORNEYOVÁ, K., Ženská psychologie, s. 19

Genderová nerovnost mezi muži a ženami je tedy podle Freuda dána „vlastnictvím“ penisu či vagíny. Toto dále rozvíjí ve své teorii „závisti penisu“, kdy ženy mužům penis závidí, proto potlačují svou sexualitu i ženskost a přejí si stát se mužem. V závisti penisu též Freud viděl původ typického rysu žen – žárlivosti: *„Žárlivost jistě není vlastní pouze jednomu pohlaví a spočívá na širší základně, ale domnívám se, že přece jen hraje mnohem větší úlohu v duševním životě ženy, protože čerpá nesmírnou posilu ze zdroje odvráceného závidění penisu...brzy po tom, co děvče odhalí újmu na genitálu, vystoupí žárlivost vůči jinému dítěti, které matka údajně miluje více, čímž je získána motivace pro uvolnění vázanosti na matku.“*²⁸

Proti Freudově teorii vystoupila psychoanalytička Karen Horneyová, která se zabývala ženskou psychologií a sexualitou. Jeden z důvodů, proč nesouhlasila s Freudovými teoriemi, byl mužský pohled na věc.

Ve své teorii „o závisti penisu“ hovoří o tom, že malá děvčátka sice svým otcům penis závidí, ale vidí jej nikoliv ve spojitosti sexuální, ale spíše společenské, kdy muž zaujímá vyšší sociální status než žena. Tento problém nazývá komplexem maskulinity: *„Následkem dosud čistě mužského charakteru naší civilizace je pro ženy mnohem obtížnější dosáhnout jakékoli sublimace, jež by skutečně uspokojila jejich přirozenost, protože všechny běžné profese zaplnili muži. To muselo rovněž ovlivnit ženské pocity méněcennosti, protože přirozeně nemohly dosáhnout stejných výkonů jako muži v těchto profesích.“*²⁹

Dále pak vyzdvihuje mateřství, které mužští psychoanalytici označili za kompenzaci ztráty penisu. Ženská role tak je v procesu reprodukce mnohem důležitější než role mužská a muži tak ženám, naopak, závidí schopnost porodit dítě.³⁰ U mužů tak vznikají tendence ženy intelektuálně či jinak snižovat.

²⁸ BARŠA, P., Panství člověka a touha ženy, s. 59

²⁹ HORNEYOVÁ, K., Ženská psychologie, s. 68

³⁰ HORNEYOVÁ, K., Ženská psychologie, s. 60

3.4 Gender a jeho vymezení v Rámcově vzdělávacím programu

Problematika genderu by se měla stát nezbytnou součástí nejen pedagogické praxe, ale i obsahem vzdělávání budoucích učitelů i učitelek a v neposlední řadě i součástí nových vyhlášek a předpisů vydávaných Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy.

Cílem by mělo být vytvoření takových podmínek a nástrojů, které by zvýšili citlivost české společnosti ke změně postojů v rovnosti mužů a žen. Toto lze efektivně prosazovat prostřednictvím výchovy a vzděláváním žáků a žákyň již od nejranějšího věku. Zaměřit se na tuto oblast by měli všichni vyučující, převážně však učitelé a učitelky občanské nauky, rodinné výchovy a případně i českého jazyka.

Genderovou problematiku je možno řešit v rámci průřezového tématu multikulturní výchova. Ta umožňuje žákům a žákyním seznámit se s rozmanitostí různých kultur, jejich tradicemi a hodnotami a posílit tak vědomí jejich vlastní kulturní identity. Podporuje žáky a žákyně v překonávání předsudků a stereotypů. Vede je k toleranci vůči odlišným kulturám a respektování jiných hodnotových systémů.³¹

Genderovou problematiku je možno řešit v rámci multikulturní výchovy formou projektu případně samostatnými vyučovacími jednotkami v rámci předmětů občanské nauky či rodinné výchovy.

³¹ BURYÁNEK, J., První dojem

4 Média

Média jsou podle Hany Havelkové: „...nejen kratší, ale i přesnější označení útvarů zvaných „hromadné sdělovací prostředky“, neboť lépe vystihuje jejich úlohu zprostředkováním, ale i vytvářením prostředí pro komunikaci. Média jsou neoddělitelně spjata se vznikem veřejnosti v počátcích moderní společnosti a veřejnost je hlavním garantem její otevřenosti. Otevřenost pak má dvojí význam: znamená jednak kulturní sebereflexi a zpětnou vazbu a jednak kontrolu občanské a politické plurality. Jinak vyjádřeno, je nástrojem kultivace a demokratizace společnosti. Média jsou tedy nejen produktem, ale především podmínkou otevřené společnosti.“³²

Média plní, podle sociologa J. Habermase, „tyto úkoly:

- dohlížet na společensko – politické prostředí,
- vysvětlovat problémy,
- zprostředkovat dialog více stran a více úhlů pohledu,
- být mechanismem, který nutí politika být odpovědným,
- umožnit občanům participaci na veřejném životě,
- snažit se narušovat rutinní zaběhanost některých politických procedur.“³³

Médiím se podařilo proniknout téměř do každé domácnosti. Ovlivňují naše rozhodování, naše chování a postoje, naši představu o světě i představu o nás samých. Nelze se jim vyhnout, musíme je akceptovat, ale zároveň si uchovat jistý odstup a kriticky je nahlížet.

³² HAVELKOVÁ, H., Rod, kultura a demokracie v českých médiích, s. 4

³³ MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, s. 44

4.1 Druhy médií

Média a jejich fungování mají v kompetenci hodnoty společnosti, legislativa a kulturní prostředí. Největší vliv však na ně mají mediální technologie a jejich možnosti zaznamenávání a přenosu dat k divákovi/divačce nebo posluchačovi/posluchačce.

Zdokonalení technologie tisku, elektrotechnika, radiotechnika a elektronika přinesly velký pokrok, jehož využití se později projevilo v první televizi. Další vynálezy jako např. tranzistor, laser, počítače a s nimi i období mikroelektroniky se podílely na vzniku tzv. nových médií – internetu, elektronické pošty, chaty apod.. „*Mediální technologie přispěly nejvýznamněji ze všech vynálezů moderní společnosti ke zcela novému vnímání časoprostoru a oproti předcházejícím obdobím vývoje tradiční společnosti zásadním způsobem vstoupily do prostředí praktické lidské existence.*“³⁴

Rozdělení mediálních technologií³⁵ podle J. Jiráka, B. Köpplové:

1. Tištěná média
2. Rozhlas
3. Televize
4. Film
5. Nová média

³⁴ JIRÁK, J.; KÖPPOVÁ, B., Mediální technologie

³⁵ JIRÁK, J.; KÖPPOVÁ, B., Mediální technologie

4.1.1 Tištěná média

Pro tištěná média měl významný vliv vynález tisku, který se poprvé objevil v 5. století našeho letopočtu v Číně jako tzv. deskový tisk. Pro evropské poměry měl význam vynález knihtisku J. Gutenberga v 15. století, který umožnil tisk ve větším nákladu a text mohl být, díky vyjímatelným písmenům, snadno obměňovatelný. Technologie tisku se postupně vyvíjela dál. S vývojem elektřiny se přešlo ke strojní výrobě papíru a zdokonalení sázecího stroje. S vývojem počítačových technologií a digitalizací se práce zjednodušila, zmenšil se počet pracovníků obsluhující stroje a tisk se zpřístupnil běžným uživatelům.

Tisk byl oblíbený pro svou jedinečnou možnost uchování a snadného šíření potřebných informací. Předmětem tisku byly a jsou knihy, časopisy, kalendáře, letáky, billboardy atd. Tisknou se informace z oblasti politické, hospodářské, kulturní i sociální. Tištěná média „zmasověla“ a výrazně se uplatňují například „...*různé obsahové a formální postupy přinášející publiku méně náročnou, nediferencovanou zábavu a vzrušení (např. překračováním mravních a společenských bariér v zobrazení lidského soukromí, posílením hovorových i nespisovných prvků v mediálních textech, větším množstvím obrazových složek obsahů)*.“³⁶ Toto je typické pro bulvární žurnalistiku.

Tištěná média jsou dnes vydávána v podobě speciální „internetové mutace“, která bývá aktualizována několikrát denně. Právě aktuálnost se stala výhodou nad tištěnou podobou. Dostupnost informace je též vysoká, neboť téměř každý člověk pracuje s internetem. Navíc jsou informace doplněny o hypertextové odkazy, které dále umožní dohledání relevantních informací. Umožňují využít článků pro další zpracování, díky archivaci je možné dohledat články staršího data.³⁷

³⁶ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., SEKERA, M., Mediální technologie – tištěná média

³⁷ MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, s. 25

4.1.2 Rozhlas

První přenos lidského hlasu radiovými vlnami se podařil kanadskému elektrotechnikovi R. A. Fessendenovi roku 1901. Spolu s Dánem Poulsenem vynalezli lampový vysílač schopný přenášet zvukově modulované rozhlasové vlny. *„V čem bylo toto médium jiné než ostatní existující média? Stejně jako později televize je rozhlas založen na principu centrálního vysílání, které je určeno lidem v dosahu působení rozhlasového či televizního přijímače. Novinka spočívá v tom, že zástupci veřejnosti mohou v též okamžik přijímat sdělení o událostech nebo dějích právě probíhajících (jsou tak pasivními svědky např. rozhovoru, koncertu, sportovního utkání a různých jiných akcí, např. pohřbu prezidenta nebo soudního přelíčení s exemplárním podvodníkem). Protože tato vysílací média vyžadují složitou technickou organizaci (včetně přidělení vysílacích pásem), byla a jsou v tomto směru koordinována veřejnými (nebo státními) institucemi, která jednotlivým vysílatelům přidělují licence (povolení) k činnosti. Tato výsada se brzy změnila prakticky v jednu z možností kontroly a regulace těchto médií. Záhy po začátku vysílání se totiž ukázalo, že rozhlas i TV mohou být využity v politice k různým účelům. Počínaje realizací osvětových záměrů a konče tvrdou politickou propagandou.“³⁸*

Dnešní rozhlas má složku veřejnoprávní nebo soukromou. Jednotlivé stanice rozhlasu se dělí podle žánrů např. klasická hudba, country, zpravodajské vysílání, moderní hudba apod.. Témata vysílání jsou z oblasti sociální, politické nebo umělecké. Součástí rozhlasového vysílání je též reklama.

³⁸ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., SEKERA, M., Mediální technologie – rozhlas

4.1.3 Televize³⁹

Významný posun ve vývoji masových médií mělo ve 40. letech 20. Století v USA masové rozšíření televize. Televize se tak dostala přímo do domácností, do intimního prostředí rodiny. Lidem se tak zjednodušila forma přenosu sdělení. Televize jim tak umožnila zároveň sledovat obraz i zvuk, pasivně přijímat informace. Televize se tak stala středem zájmu politického spektra. Mocenské struktury tak dostaly do rukou nástroj, jak manipulovat s lidmi. Účinky televize mají na lidskou populaci nedozírné následky. Nejedná se pouze o zdravotní rizika, ale i povrchnost a nepravdivost mediálních sdělení.

První elektromechanické televize vznikly v Londýně v polovině dvacátých let zásluhou Skota J. L. Bairda a Američana C. F. Jenkinsena. První pravidelné vysílání bylo zahájeno ve Velké Británii, dne 2. 11. 1936, kde začala vysílat stanice BBC (British Broadcasting Corporation) jako první stanice na světě. Druhá světová válka rozvoj televizního vysílání přerušila. Technologické inovace se dočkala televize až v roce 1954, kdy byly verze černobílá nahrazena barevnou, dále pak v šedesátých letech začalo fungovat družicové vysílání a postupně se budovala kabelová televize. Kabelová síť a satelitní vysílání tak umožnila lidem sledovat více kanálů.⁴⁰

V Československu se poprvé předvedla televize na veřejnosti 15. Května roku 1948 v Praze na Mezinárodní výstavě rozhlasu (MEVRO). Veřejné zkušební vysílání televize u nás bylo zahájeno 1. Května 1953, ale až 25. Února 1954 se začalo vysílat pravidelně. Po roce 1993 došlo ke zrušení monopolu na televizní vysílání a tím byl umožněn vstup nových soukromých podnikatelských subjektů např. TV Prima, TV NOVA.

Dnes probíhá přeměna analogového vysílání do digitální podoby, která umožní divákovi/divačce sledovat své oblíbené pořady přes internet a v předstihu před televizním vysíláním, s možností hypertextových odkazů, které podávají vyčerpávající informace ke sdělení, umožní tak legálně stahovat oblíbené pořady.

³⁹ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., SEKERA, M., Mediální technologie – televize

⁴⁰ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., SEKERA, M., Mediální technologie – televize

4.1.4 Film

Filmu se podařilo naplnit dávné sny lidí o možnosti zachytit a opakovaně zobrazit bytost nebo předmět v pohybu. První snahy vycházeli již od Leonarda Da Vinci (1452 – 1519) a jeho stínového divadla nebo tzv. camera obscura (temná komora). Teprve až s objevem elektrického proudu jako zdroje světla a energie k mechanickému pohybu (T. A. Edison) a s objevy z oblasti optiky a fotografie můžeme hovořit o počátcích filmu.

„V roce 1824 vydal v Londýně Peter Mark Roget práci "O zachování obrazu pohybujících se předmětů" pojednávající o tzv. doznívání zrakového vjemu - vlastnosti lidského oka, díky níž jsme schopni vnímat sled obrázků zachycujících jednotlivé fáze nějakého pohybu jako souvislý pohyb. Překrýváním obrazu minulého s přítomným v rozdílu desetin vteřiny vzniká na sítnici vjem pohybu. Na tomto objevu byly postaveny především v druhé polovině 19. století nejrůznější mechanické pomůcky demonstrující pohyb věcí: například stroboskop, zoetrop či bioskop aj..

Jejich princip byl obdobný - na stěně válce z papíru byly nakresleny obrázky živého objektu v různých pohybových fázích. Ve válci byl umístěn zdroj světla (lampa, svíčka) a jakmile se jím začalo točit, spatřili pozorovatelé na prosvíceném pozadí pohyb - skok, krok rozkreslené postavy. Z českých vědců se spojením izolovaných fází pohybu zabýval Jan Evangelista Purkyně (1787 - 1869), který k tomu využil i fotografii své vlastní tváře.“⁴¹ První filmová projekce je spojována s datem 28. prosince 1895 v Paříži a s bratry Lumiérovými. Prvního ozvučení se film dočkal v roce 1932.

Hlavní funkcí filmu byla a dodnes je zábava, příkladem jsou i dnešní multikina, která jsou zábavním a relaxačním centrem zároveň. Film se stal mezi lidmi rychle oblíbeným a umožnil tak rozvoj filmového průmyslu. S vývojem televize došlo u filmu ke krizi. Divák dával přednost sledování televize z pohodlí domova, a proto se film musel televiznímu médiu přizpůsobit. Postupně se filmy začaly šířit pomocí videa a DVD. Současné např. české filmy vznikají ve filmových studiích za podpory České televize, jako mediálního partnera.

⁴¹ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., SEKERA, M., Mediální technologie – film

Filmy opět zahrnují širokou paletu žánrů např. dokumentární filmy, komedie, seriály, dramata. Stávají se předmětem kritiků, jsou jim udělovány ceny za jednotlivé kategorie např. režie, zvuk, střih, kamera.

4.1.5 Nová média

Jako nové médium v současnosti vystupuje internet a jeho možnosti v podobě e-mailu, chaty apod.. Přístup k tomuto médiu je podmíněn vlastnictvím počítače a dostupností internetové sítě. I klasická média jsou již zpracována do digitalizované podoby, aby bylo možno pracovat s nimi na internetové síti, rychleji informace aktualizovat, dávat větší prostor čtenářům pro aktivní vstup do diskuse, archivace starších čísel. „Existují též internetové časopisy (tzv. e-ziny) nejrůznějšího zaměření.“⁴² Mezi nová média je též možno zařadit digitální televizi a mobilní telefon.⁴³

První myšlenky o vytvoření internetu se datují do doby studené války 60. let 20. století, které vznikly v americkém ministerstvu obrany jako výsledek snahy utajit a ochránit informační systém. Dalším zdrojem byly vědecké týmy, které potřebovaly zajistit rychlý a snadný přenos velkého množství informací.

„Technickým základem internetu je předávání multimediálních informací mezi počítači. Podstatou funkce tohoto zatím nejnovějšího komunikačního nástroje je ovšem nikoliv technika, nýbrž organizační řešení, založené na myšlence celosvětové volně vytvářené sítě bez centra a prakticky bez výrazného hierarchického členění.“⁴⁴

Internet má však kromě svých nesporných výhod také své zápory. Patří mezi ně nepřehlednost a někdy i nekvalitní zdroje informací. Internet se také stává součástí zločinecké sítě se svými ilegálními obsahy, které odporují legislativě. Jedná se například o šíření drog, organizovaný zločin a podpora terorismu, šíření dětské pornografie apod.. Obsahuje cenné informace soukromého charakteru, které mohou být zneužity k podvodům. Posledním negativem je též závislost, kterou dlouhodobé používání internetu vyvolává.⁴⁵

⁴² JIRÁK, J., Mediální technologie – nová média

⁴³ BREZINA.I.; DOBAL, V. a kol., Moc a digitální média, s. 75

⁴⁴ MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, s. 31

⁴⁵ MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, s. 40

4.2 Přínosy a rizika médií⁴⁶

Média spadají do oblasti ekonomické sféry. A stejně jako např. zdravotnictví, doprava, finanční služby nebo obchod přinášejí určitá rizika či zisky. Mezi jejich **pozitivní stránky** patří:

- zpřístupnění kultury širokým vrstvám obyvatelstva
- zvýšení aktuálnosti informací
- bezprostřednější poznání např. politiků, závažných událostí apod.
- informační i názorová homogenizace společnosti na regionální, národní i mezinárodní úrovni
- okamžité rozšíření závažných informací

Negativní stránky médií nebo přímo riziko jejich zneužití:

- zpřístupnění kultury považují někteří lidé za její vulgarizaci
- působivá bezprostřednost audiovizuální informace umožňuje účinnou manipulaci
- šíření poplašných zpráv

⁴⁶ MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, s. 42

4.3 Mediální výchova a její vymezení v Rámcově vzdělávacím programu

Rozvoj mediálních technologií a nezbytnost jejich využití v dnešní době vyžaduje začlenění mediální výchovy do pedagogické praxe. Počítačová gramotnost se stala nezbytnou součástí lidských dovedností. S médii se děti dostávají do styku již od raných dětských let. Naším úkolem je zajistit jim kvalitní výuku v této oblasti a umožnit tak rovný přístup k informacím pro všechny děti.

Mediální výchova bývá v Rámcově vzdělávacím programu zařazena jako průřezové téma. Jejím cílem je poskytnout žákům a žákyním základy mediální gramotnosti. Nabízí poznatky týkající se mediální komunikace a také základní dovednosti práce s médii. Učí žáky a žákyně vyhodnocovat mediální sdělení z hlediska jejich záměru a vztahu k realitě. Dále se věnuje kritickému vnímání prezentovaných mediálních sdělení a jejich interpretaci. Nemalou část věnuje též fungování a vlivu médií ve společnosti a praktické tvorbě mediálních sdělení s využitím multimédií.

Hlavní cíle a principy mediální výchovy podle J. Jiráka⁴⁷

Hlavním cílem mediální výchovy je rozvoj mediální gramotnosti do takové úrovně, aby byl jedinec schopen mediální nabídky maximálně využít a zároveň ji měl pod kontrolou. Základní principy:

- sociální prostředí, v němž se pohybujeme, je zaplňováno mediálními produkty
- zprávy nejsou věrným odrazem skutečných událostí
- úlohou reklamy je vytvářet iluzi
- každý z nás je součástí několika publik, ovlivňují společnost
- představy pomáhají mediální produkty interpretovat a dodávat jim smysl
- média představují významné sekundární, zprostředkované poznání.

Mediální výchovu je možno realizovat v rámci předmětu informatika nebo ve výtvarné výchově.

⁴⁷JIRÁK, J., Mediální výchova – inspirace k realizaci

4.4 Genderové stereotypy a média

Média se přizpůsobují historicko-kulturním a ekonomicko-politickým podmínkám. Jsou obrovským zdrojem informací. Utvářejí určité vzorce norem pro dané společnosti. Fungují na základě klasického modelu selektivní pozornosti, který vychází z individuálních rozdílů vnímání mediálních obsahů, nazýváno jako „mentální filtr“. Ten vyloučí nepříjemná nebo rušivá sdělení. Selektivní princip je ovlivněn zájmy, znalostmi, vzděláním a hodnotovou škálou.

Uveřejňovaný obsah je ovlivněn výběrem mediálních pracovníků (jejich vzděláním, názory, postoji apod.). Většinou jsou to redaktoři. Redaktorky se uplatňují spíše jen v okrajových rubrikách (zdraví životní styl, vaření, dekor apod.).

Masová média používají ve velkém měřítku stereotypy. Stereotypy „...jsou nevyhnutelnou součástí sociální konstrukce skutečnosti...jsou ovšem také zdrojem utváření předsudků a odsudků a hlavně reprezentují mocenské vztahy, napětí a konflikty...“⁴⁸Jedná se o stereotypy etnických menšin, stereotypy stárnutí, stereotypy genderové.

Genderové stereotypy znamenají „zjednodušující, omezené a zaujaté předpoklady týkající se vlastností, názorů a rolí žen a mužů. O mužích se například stereotypně předpokládá, že nikdy nepláčou, jsou nepořádní, agresivní a soutěživí. Ženám se naopak paušálně přisuzuje citlivost, empatie, pořádkumilovnost a poddajnost. Zevšeobecňování mužských a ženských vlastností může často vést k diskriminaci jedinců, kteří svým chováním vybočují z daného stereotypu.“⁴⁹Existují tři hlediska, jak se můžeme dívat na „vztah gender a médií“:

- a) jak média prezentují maskulinitu a femininitu a jak se podílejí na jejich utváření,
- b) jak média prezentují feminismus a genderovou problematiku,
- c) co jsou to feministická média a ostatní média, jejichž hlavní náplní jsou genderové vztahy a příbuzná problematika, jak s těmito tématy zacházejí.⁵⁰

⁴⁸ JIRÁK, J., O stereotypech v médiích aneb Svět, který vidí média

⁴⁹ BABANOVÁ, A., MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 149

⁵⁰ MAŘÍKOVÁ, H. a kol., Společnost žen a mužů z aspektu gender, s. 132

4.4.1 Genderové stereotypy a publicistika

Velkým problémem nejen médií, ale i komunikace obecně, je jazyk.⁵¹ „Jazyk je nositelem kultury, je tedy i nositelem kultury vztahů mezi pohlavími.“⁵² Jazyk se též podílí na šíření genderových stereotypů. Nepřítomnost žen v jazyce se projevuje zejména ve:

- způsobu oslovování např. „chlapci a děvčata“, „muži a ženy“, kdy jsou ženy automaticky řazeny na druhé místo za muže
- nadužívání tzv. generického maskulina např. „milí žáci“
- užívání genderových jazykových stereotypů např. „ženská logika“

Abychom se těmito problémům vyhnuli, jsou zde uvedeny následující zásady genderově korektního vyjadřování:

- uvádět tvary obojího rodu tam, kde je to možné (např. vážené kolegyně a kolegové)
- užívat ženské názvy profesí a pozic (např. koordinátorka projektu, manažerka, hlavní ekonomka)
- užívat slovesná adjektiva a obourodé názvy osob (např. studující, vyučující)
- zařadit názvy abstrahující od biologického rodu (osoba, osobnost).

Český jazyk též disponuje malým množstvím mužských podstatných jmen zakončených na –a s neutrálním obsahem. Většina těchto slov jsou pejorativní (bačkora, nekňuba). Obdobně je na tom také koncovka ženského příjmení – ová, která tak ženu přivlastňuje muži. Také v oblasti filosofie, sociologie, náboženství i literárních teorií je středem zájmu člověk, tedy muž.

⁵¹ ČMEJRKOVÁ, S., HOFFMANOVÁ, J., Jazyk, média a politika, s. 16

⁵² SMETÁČKOVÁ, I.; PAVLÍK, P. a kol., Gender ve škole, s. 42

4.4.1.1 Zpravodajství

Před rokem 1993 se témata feminismu ve zpravodajství téměř neobjevovala. Nejvíce zpráv o ženských hnutích se objevovala v ČTK ve spojení s Mezinárodním dnem žen dne 8. března. Informační embargo prolomila až sametová revoluce. Dalším průlomovým rokem byl rok 1995, kdy OSN uspořádala Světovou konferenci o ženách. Zprávy týkající se žen byly převážně přebírány ze zahraničí.⁵³

Pro porovnání českých televizních zpravodajství si vybereme, podle Jana Jiráka, Českou televizi a komerční televizi Nova. Důležité je odlišit cíl obou televizí. U komerční televize jde především o udržení diváka u televizních obrazovek a sledovanost. Veřejnoprávní televize a její komunikační strategie je podřízena z větší míry zákonům. Jejím cílem je např. zájem o minoritní skupiny vymezené etnicky, vzdělávání, zájmy a jiné kulturně-sociální parametry. Televize též určuje publikum, které se do jisté míry identifikuje s hodnotami, které jsou prezentovány.⁵⁴

Pokud jde o profesionální moderátory nebo moderátorky a jejich zastoupení ve zpravodajství, teorie se zde liší. Podle T. Trampoty: *„...platí nerovná reprezentace mužů a žen ve zpravodajských obsazích...ženy promlouvají jen v jedné pětině promluv, zatímco celé čtyři pětiny vyplňují muži. Promluvy žen jsou navíc v průměru u všech tří českých celoplošných televizí kratší než promluvy mužů...témata, která získávají více prostoru a jsou tak médiu označována jako důležitější, jako je politika, ekonomika, jsou reprezentována více ve spojitosti s muži. Ženy jsou častěji ve zpravodajských příbězích reprezentovány jako představitelky služeb, administrativy, nevýdělečné osoby – ženy v domácnosti.“*⁵⁵

Současnému stavu však více odpovídá teorie J. Jiráka, kdy je zastoupení žen a mužů ve zpravodajství stejné. V České televizi moderuje jeden den zprávy muž a druhý den žena. Nova naopak preferuje rodinnou atmosféru, kdy zprávy moderují žena a muž dohromady. Konec zpráv je vždy provázen a odlehčen humornou poznámkou.

⁵³ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 54

⁵⁴ HAVELKOVÁ, H.; VODRÁŽKA, M., Žena a muž v médiích, s. 28 – 30

⁵⁵ TRAMPOTA, T., Zpravodajství, s. 95

4.4.1.2 Časopisy a deníky

Dnešní časopisy se již více věnují ženskému tématu. Polemiky zabývající se feminismem můžeme zaznamenat v časopise Respekt. Samostatnou rubriku Ona zavedl roku 1992 časopis Reflex. Dále ji od 36. čísla z roku 1992 přejmenoval na MADAMR. Základní pilíř tvořila reklama (kosmetika, zdraví životní styl, jak se líbit apod.). Začínají se objevovat rubriky *Jak na něho*, *Sex poradna*, *Svěříte se*, *Moje tělo*. Přibývá více portrétů významných žen. Později tato rubrika zanikla, protože se začínala podobat průměrnému ženskému časopisu.

Časopisy určené ženám jsou založeny na genderové vazbě, to znamená, že kladou důraz na témata, která jsou považována za typicky ženská (kosmetika, móda, vaření apod.). Jsou na rozdíl od deníků psány v ICH formě. Periodika zaměřená na mladší věkovou kategorii obsahují kosmetické rady, články o vzhledu, dietách, hledání partnera, o sexu, o domácích zvířatech, cestování, film, hudba atd. Periodika pro starší čtenářky jsou kombinací článků o módě, zdraví, vaření, vedení domácnosti, doplněny jsou rozhovory s herci, zpěváky a právní poradnou.

Srovnáme-li týdeníky např. *Vlasta*, *Katka*, *Tina* s časopisy *Elle*, *Cosmopolitan* nebo *Harper's Bazar*, v případě prvním je kladen důraz na ženskou pracovitost, zručnost v domácích činnostech, péče o rodinu, které jsou jasně vidět na obsahu týdeníků, jehož nezbytnou součástí je rubrika vaření, dekorace do bytu s nadcházejícím ročním obdobím apod.. Druhá část časopisů se více identifikuje se západním vzorem ženství. Ženy jsou nezávislé ve svém rozhodování, touží po „úspěchu na pracovním trhu a v osobním životě, a tím se liší od tradičního směru, o němž byla řeč výše – seberealizace v domácnosti.“

V ženských časopisech jsou ženy stejně ambiciózní jako muži, „...ovšem očekává se od nich, že osobní aspirace a úspěch budou omezovat na přísně vymezenou oblast – úspěch v partnerském vztahu, vybudování šťastné rodiny a krásného domova a pěstění atraktivního těla...vymezení ženské a mužské sféry seberealizace je v moderní společnosti nemožné.“⁵⁶

Změn se dočkaly i mužské časopisy. Rozšířilo se spektrum mužských rolí a mužských zájmů. Středem zájmu je však ženské tělo i nadále: „S rostoucím významem mužů souvisí, a jakousi odvrácenou stranou tohoto návratu manželek je, zveřejnění

⁵⁶ MAŘÍKOVÁ, H. a kol., Společnost žen a mužů z aspektu gender, s. 139

ženského těla jako sexuálního objektu a jeho instrumentalizace v reklamě a médiích.“⁵⁷
Důkazem je např. časopis pro muže Esquire. Jeho stránky jsou plné polonahých modelek, doplněných otázkami např. „Zeptejte se vaší ženy, proč také nevypadá takto?“

Mužské časopisy kladou důraz na majetnický vztah ženy. Jsou spojovány s pornografií. Do této oblasti se řadí např. časopisy Playboy nebo Penthouse. Obsah článků směřuje k uspokojení potřeby zájmu muže. Důraz je kladen na péči o vzhled, atraktivitu, zdraví, řešení problémů v partnerském životě. Je zde posilována sebestřednost.⁵⁸

Feminismus se v denících stává diskutovaným a akceptovaným tématem, ale na druhé straně se zde objevují stejné stereotypy jako u časopisů. Titulky článků jsou koncipovány často ironicky a nutí ženy bránit samy sebe např. „*Jsou české ženy chudinky?, České buchty a kuchty, Po feminismu zatím není společná objednávka, Feminismus je jen zvláštní odrůda šovinismu, Feministky ohrožují pohodlí mužů.*“⁵⁹

⁵⁷CHŘIBKOVÁ, M., Feminismus devadesátých let českýma očima, s. 85

⁵⁸MAŘÍKOVÁ, H. a kol., Společnost žen a mužů z aspektu gender, s. 138

⁵⁹OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 69 - 70

4.4.2 Internet

Feminismus se objevil i na internetové síti a to ve **třech podobách**⁶⁰:

- a) Elektronická podoba vycházejících periodik.
- b) Specializovaná, pouze internetová periodika.
- c) V podobě serverů zájmových skupin.

Z internetových časopisů se feminismu věnuje časopis Ikaros.

Internetová oblast je z médií ženám nejvíce vzdálena. Internet bývá spojován s technikou a tím vznikají předsudky o ženách a jejich práci s technikou, např. „...nebezpečí je manželka, která omylem smaže data. Ženy jsou monstra, která chodí a vymazávají harddisky.“ Tento mýtus se potom přenáší i do oblastí inzerce, např.: hledáme programátora, IT technika apod..

„Kulturně jsou dívky vedeny k tomu, aby byly více sociální, pomáhaly a staraly se o své nejbližší okolí a rodinu. Obecná představa uživatele globální sítě jako fanatika, který u počítače prosedí celé hodiny, prohlíží si obrázky a komunikuje s virtuálními bytostmi, může ženy odrazovat. Virtuální vztahy jsou pro ženy příliš imaginární, vazby žen jsou většinou kratší.“⁶¹

Internet je pro ženy výzvou. *„Velkým nebezpečím, že muži tento prostor zcela ovládnou, může být malý zájem ze strany žen nebo jejich obecná tendence ustoupit před nepříjemnými konflikty. Kyberprostor však rozhodně není místem válek mužů proti ženám, sexuální agrese a záměrného vytěsňování žen. Mnohé z nerovností, které na Internetu jsou, mají svůj původ v naší reálné skutečnosti, mnohé může právě kyberprostor odbourat.“⁶²*

⁶⁰ OSVALDOVÁ, B., Česká média a feminismus, s. 80 - 83

⁶¹ HAVELKOVÁ, H.; VODRÁŽKA, M., Žena a muž v médiích, s. 48

⁶² HAVELKOVÁ, H.; VODRÁŽKA, M., Žena a muž v médiích, s. 48

4.4.3 Reklama

Reklama je odrazem společenského klimatu. Jedná se o placenou aktivitu, jejímž cílem je prodat zboží nebo službu. Nosiči reklamy bývají převážně televize, časopisy, billboardy a rádia.

Reklama se stala všudypřítomným jevem. Soustřeďuje se na význam a funkci ženského těla. *„Kvalita života se pojí s prožíváním tělesnosti v jiném smyslu než je zdravotní aspekt, vzniká zde obrovské pole existenciálního charakteru, v němž tělesnost začíná hrát rozhodující úlohu.“*⁶³ Feministické myšlení *„tvrdě stíhá mýtus ženské krásy, moci, která je druhotná, protože závisí na mužích, efemérní, protože musí nutně zeslábnout s věkem, a konečně nezasloužená a frustrující, protože je z převážné části „darem“ přírody. Mýtus krásy nenastoluje království druhého pohlaví, ale pouze stvrzuje „moc bezmocných“ a podrobení žen mužům.“*⁶⁴

Posedlost po krásném, štíhlém a zdravém těle se stala pro průmysl zdrojem vysokých zisků. Atraktivní vzhled se stává jedním z požadavků na uchazeče či uchazečky o zaměstnání. Ve velkém nakupujeme prášky na hubnutí nebo krémy proti stárnutí pleti, platíme si hodiny cvičení ve fitness centrech apod.. *„Postmoderní praktiky tělesné drezury však mají opačné důsledky: jejich výsledkem jsou konstrukce gotického stylu, budované výlučně z excesů a krajností, tlaků a protitlaků a proti zhroucení chráněné vzájemným rušením napětí, z nichž každé samo o sobě by ke zhroucení konstrukce stačilo, kdyby zůstalo bez protiváhy. Jinak se tedy rýsují i lidské potřeby, jež jsou těmito praktikami vyvolány v život. Nejde už o únik před napětím a tenzemi, ale o jejich vyhledávání a poté o jejich dovedení do extatické krajnosti, o vyždímání poslední kapky rozkoše, jež je v této extázi přítomna.“*⁶⁵

Reklama je největším zdrojem prezentací genderových nerovností. Muži jsou spojovány s přívlastky rozhodný, fyzicky zdatný, autoritativní, chápavý, rodinný typ a schopen řešit problémy. Muži symbolicky zastupují sílu, odvahu a statečnost. Jsou jim přisuzovány role podnikatele, manažera, z pohledu rodiny jsou to ti, kteří staví stan nebo malují byt. Po vizuální stránce bývají zobrazováni stereotypně, s krátkým účesem,

⁶³ HOGENOVÁ, A., Kvalita života a tělesnost, s. 7

⁶⁴ LIPOVETSKY, G. Třetí žena, s. 141

⁶⁵ BAUMAN, Z., Úvahy o postmoderní době, s. 86

slušně upraveni, oblíbeným atributem je mobilní telefon nebo kufřík. Nejvíce využíváni jsou v reklamě na tabákové výrobky např. Marlboro.⁶⁶

Ženy v reklamě charakterizují přívlastky jemnost, citlivost, krása, něha, smyslnost. Dále se ve velké míře využívá zdvořilost a eufemismů (zjemnělého vyjadřování) např. bříšku bude nádherně ploché apod..⁶⁷ Zastupují symbolicky mateřskou lásku, jistotu, eleganci, krásu a svůdnost. Bývají jim často přisuzovány role pečovatelek o domácnost, např. reklamy na prací prášky, na vaření apod.. Po vizuální stránce bývá žena často zidealizovaná. Je mladá, krásná, tělesně dobře disponovaná, pochází spíše ze střední či vyšší vrstvy. Dalším atributem je bílá barva, která bývá spojována s čistotou.⁶⁸

Identita současné ženy, představovaná značkovou kosmetikou, je svůdnost, elegance, samostatnost, solventnost a luxus. Na první pohled reklama genderově citlivá. Otázkou je, zdali se žena cítí být sama sebou a je krásná jen pro sebe nebo má-li být krásnou pro muže, který se mihne v závěru scény a žena mu věnuje svůj úsměv.⁶⁹

Existují však některé společnosti, které přinášejí do reklamy snahy o genderovou vyrovnanost. Proti stereotypnímu zobrazování žen vystoupila se svou reklamní kampaní např. společnost Dove, která pro svou reklamu jako objekt zájmu vybrala starší ženy s plnoštíhlou postavou. V reklamě na prací prášek Vanish reprezentuje prací prášek mladý muž. Je to otázka času, kdy se začnou postupně přidávat další společnosti a kdy reklamní agentury změní svou strategii.

⁶⁶ HAVELKOVÁ, H.; VODRÁŽKA, M., Žena a muž v médiích, s. 35

⁶⁷ BOHDANA, R., Jazyk reklamy: krásné ženy, inteligentní muži

⁶⁸ HAVELKOVÁ, H.; VODRÁŽKA, M., Žena a muž v médiích, 35 - 36

⁶⁹ FULKOVÁ, M., Když se řekne Gender III, s. 14

4.4.4 Televize a film

Filmy a televizní seriály jsou ukazatelem televizní kultury. Před rokem 1989 u nás představovaly fenomén filmy seriály J. Dietla, ve kterých ženy vystopovaly ve svých pracovních profesích, nikoliv jako ženy v domácnosti, např. Nemocnice na kraji města. Eliška Balcerová zde hraje lékařku orotpedie, která se snaží obstát mezi muži – lékaři a zvládnout tak fyzicky náročné povolání. Mužské postavy byly prezentovány charakterním hrdinou, který fungoval jako vzor, v tomto případě např. doktorem Strossmayerem v podání Miloše Kopeckého.

Typ mladého atletické hrdiny se začal objevovat až v pozdějších letech. Západní kultura rozšířila filmové žánry o akční filmy a hrdiny např. Supermana, kteří se tak staly symbolem síly, nadvlády a patriarchy. Ženám vznikl naopak žánr v podobě nekonečných filmových seriálů, které jsou zaměřeny na rodinný život, lidské vztahy apod..

Západní kultura se však dokáže rychle identifikovat s novými požadavky, které jsou produkovány společností. Genderové stereotypy se snaží eliminovat seriály, ve kterých hrají hlavní roli ženy, které preferují kariéru a svobodomyšlný život před životem v rodinném kruhu, např. seriál Sex ve městě. Sexuálním objektem a terčem nářek se stávají muži. Americkému feminismu neuniknou ani děti, plíživě se k nim dostává v podobě stále oblíbenějšího seriálu Simpsonovi, kde je malá Líza představitelkou radikálního feminismu.⁷⁰

Současný film má možnost překonávat nejen pohlavní, ale i rasové nerovnosti. Věci, o kterých se dříve příliš nemluvalo, přestávají být tabu a filmovými náměty se často stávají sociální témata jako např. feminismus a diskriminace a sociálně-patologické jevy např. drogy a alkohol. Filmy s ženskou tematikou jsou typické např. pro českou režisérku Věru Chytilovou. Film *Hra o jablko* (1976) řeší otázku „zodpovědnosti muže ve vztahu k ženě...“⁷¹ nebo film *Faunovo velmi pozdní odpoledne* (1983), který je „studii životní filozofie a pocitů stárnoucího donchuána.“⁷²

⁷⁰ HAUSEROVÁ, E., Jsi přece ženská, s. 78

⁷¹ BERNARD, J.; FRÝDLOVÁ, P., Malý labyrint filmu, s. 189

⁷² BERNARD, J.; FRÝDLOVÁ, P., Malý labyrint filmu, s. 189

5 Projekt

Název projektu je „**Genderové stereotypy v médiích**“. Jeho částečná realizace probíhala během pedagogické praxe, kterou jsem absolvovala na ZŠ Korunovačnická od 6. do 31. října roku 2008. Realizace probíhala v hodinách občanské výchovy, rodinné výchovy a výtvarné výchovy.

V sestavování projektu jsem vycházela především z vlastní zkušenosti, kterou jsem získala na seminářích nadace Žába na prameni, která zabývá rovnými příležitostmi v pedagogické praxi a z předchozích pedagogických praxí. Některé aktivity jsem měla možnost si sama vyzkoušet a prožít. Tyto aktivity jsem též, s laskavým svolením hlavní koordinátorky projektu, využila i ve svém projektu. Většinu aktivit jsem přizpůsobila svým požadavkům a rozšířila je o další kategorie.

Vlastní projekt jsem realizovala jako součást celoškolského projektu nazvaného **Lidská práva a diskriminace**.

5.1 Cíl projektu, formulace problému a stanovení pracovní hypotézy

Cíl

Mým cílem bylo naučit žáky a žákyně citlivě vnímat genderové nerovnosti. Blíže je seznámit s problematikou gender. Vysvětlit jim pojmy a definice, které se k tématu váží. Naučit je identifikovat stereotypy, ať už se jedná o genderový, rasový, náboženský apod..

V oblasti mediální kultury bylo cílem naučit je kritickému myšlení, práci s textem a vizuálním obrazem. Schopnost číst nejen text, ale i obraz. Zhodnotit relevantnost informací. Dávat informace do souvislostí. V neposlední řadě práce s médii, zejména s internetem a tiskem.

Mezi další cíle patří formulace a řešení problémů, komunikace, rozdělení rolí ve skupinové práci apod..

Hlavním cílem bylo využít znalostí žáků a žákyně v dané problematice. Vyzkoušet si práci redaktorů/redaktorek a navrhnout dvoustranu genderově korektního časopisu, včetně obrazových i textových příloh. Případně upravit stávajícího školního časopis, pokud jím škola disponuje.

Hypotéza

Pro svůj výzkum jsem si vybrala osmé třídy, u nichž jsem předpokládala jisté znalosti a dovednosti potřebné pro realizaci projektu, potřebnou zralost, dostatek zkušeností, kritické myšlení, schopnost formulace problému a komunikace, umění prezentace vlastních názorů.

Předpokládala jsem, že žáci a žákyně vzhledem k tradičnímu společenskému uspořádání nebudou genderově citliví. Téma gender tedy pro ně bude zřejmě něco nového, neznámého. Domnívala jsem se, že i prostředí školy a její sociální klima bude genderově stereotypní, a spíše svým přístupem bude stereotypy prohlubovat. Z předchozích zkušeností jsem si představovala školu klasickou, s převahou frontálního vyučování. Více zaměřenou na osvojování teoretických poznatků bez důrazu na praktické dovednosti. Individualita jedince zde nebude příliš rozvíjena.

Ve škole byl již několikrát projekt „Diskriminace“ realizován, proto jsem předpokládala, že děti zvládnou definice pojmů a rozlišit druhy diskriminací. V oblasti médií jsem očekávala u dětí dobré znalosti internetu a dalších mediálních technologií.

5.2 Charakteristika a popis zkoumaného vzorku

Pro svůj výzkum jsem si vybrala třídu 8.A a 8.B. Ve třídě 8.A bylo 15 dětí, z toho je 7 dívek a 8 chlapců. Ve třídě 8.B bylo 16 dětí, z toho 5 dívek a 11 chlapců. Věk dětí se pohyboval od 13 – 14 let.

Žáci i žákyně pocházejí z různých sociálních prostředí, převážně však z rodin neúplných a sociálně slabších. V obou třídách byli integrováni žáci a žákyně s poruchami učení a také žáci jiných národností. V 8.A to byl chlapec z Běloruska, v 8.B Ind.

Prospěchově byly obě třídy vyrovnané, v menším měřítku byli zastoupeni žáci a žákyně nadprůměrní a podprůměrní, ve větším průměrní. Ve třídě 8.A vynikaly spíše dívky. Ve třídě 8.B naopak prospěchově lepší byli chlapci. Kázeňsky byla horší třída 8.B, kde problémové byly více dívky.

5.3 Metody výzkumu

Jako metody výzkumu jsem, vzhledem k časovým možnostem, zvolila pozorování a rozhovor.

Pozorování

Pro svůj výzkum jsem zvolila pozorování zúčastněné, které jsem realizovala v průběhu náslechové hodiny a během svých výstupů. Zaměřila jsem se na komunikaci vyučujících s třídou, na sociální klima třídy a školy, tedy především na mezilidské vztahy. Dále jsem sledovala prostředí školy a její vybavení. Posledním bodem bylo prostudování školních dokumentů.

Rozhovor

Jako další výzkumnou metodu jsem zvolila strukturovaný rozhovor. Kvůli nedostatku času jsem byla nucena klást otázky pouze uzavřené, s možností odpovědi ano nebo ne. Otázky mi měly sloužit jako ukazatel zažitých stereotypů, které děti mají. Rozhovor jsem neprováděla osobně, ale v rámci diskuze, kdy jsem třídě kladla otázky a na odpovědi ano nebo ne reagovali zvednutím ruky. Počet odpovědí jsem si potom zaznamenala.

5.4 Didaktická řada

Součástí projektu je vypracovaná didaktická řada. Obsahuje aktivity, které mají žáky a žákyně naučit pracovat s genderovou problematikou s využitím médií. Aktivity jsou řazeny od jednoduchých po složité. Pořadí je nutno dodržet, neboť některé aktivity vyžadují již určité znalosti problematiky a jejich kritické zhodnocení. Realizované aktivity jsem reflektovala. Didaktická řada je koncipována tak, aby mohla sloužit vyučujícím jako soubor námětů do výuky.

Pravidla jednotlivých her jsou většinou neomezená.. Samozřejmě platí dbát pokynů vyučujícího a chovat se tak, aby mohly všechny skupiny nerušeně pracovat.

Z vlastní zkušenosti doporučuji před zahájením skupinové práce vytvořit pravidla skupinové práce, která by se měla striktně dodržovat vzhledem ke klidnému průběhu hodiny. Na tvorbě by se měla podílet celá třída a pravidla by se měla přečíst nahlas. Nejúčinnější je pravidla napsat na tabuli nebo je mít připravené na papíře a vyvěsit je ve třídě (CD obr. 1).

Realizaci projektu bych, vzhledem k obtížnosti tématu, věnovala přibližně 1 – 2 měsíce. Záleží též na možnostech školy, schopnostech dětí a na množství vyučovacích jednotek, které budou k dispozici. Přehled jednotlivých aktivit a jejich časovou dotaci jsem zpracovala do tabulky (tab. 1).

1. Co děláme v neděli?⁷³

Klíčová slova: genderová socializace

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ

Pomůcky: potřeby na kreslení a malování, papír

Časová dotace: 90 minut

Motivace: Představte si sebe a svou rodinu v neděli, řekněme za 30 let. Jak to bude asi u vás vypadat? Co právě budou členové rodiny dělat?

⁷³ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 106 - 107

Zadání: Žáci a žákyně pracují během této aktivity individuálně. Jejich úkolem je namalovat, nakreslit fiktivní rodinu (je možné se všemi rodinnými členy i zvířaty) nebo rodinu, jak bude vypadat za 30 let při různých činnostech v neděli během dne. Úkol mohou ztvárnit i pomocí komiksu.

Cíl aktivity: umět odhalit genderové stereotypy, které se vytvářejí v rodinném životě

Mezipředmětové vazby: výtvarná výchova

Reflektivní otázky:

1. Jak jste na svých obrázcích zobrazili ženy/muže?
2. Co dělají ženy/muži na vašich obrázcích?
3. Činnosti, které vykonávají muži/ženy na obrázcích se podobají těm, které dělají i doma?
4. Myslíte si, že činnosti, které jste přisoudili mužům/ženám jsou „tradičně“ mužské nebo ženské?
5. Objevuje se na vašem obrázku muž/žena v nějaké roli, která není „tradičně“ mužská nebo ženská?

2. Kluci a holky, jak je neznáme⁷⁴

Klíčová slova: genderová role, genderová socializace

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ

Pomůcky: papír, pomůcky na kreslení a malování, lístečky s charakteristikami „typického“ chlapce a dívky (rodově neutrální):

- a) zajímá se o počítače, je aktivní, řeší věci po svém, rozumí matematice, má dobré orientační schopnosti, jezdí na kole a plave
- b) pracuje spolehlivě a pečlivě, plní všechny úkoly, pomáhá druhým, zůstává spíše vzadu, hodně čte a maluje, dbá o svůj vzhled.

Časová dotace: 90 minut

⁷⁴ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 110

Motivace: Podle zadaných charakteristik vytvořte portrét osoby. Jak bude podle vás vypadat?

Zadání: Žákům a žákyním rozdáme lístky s charakteristikami dvou osob. Ty jsou popsány tak, aby nebylo jasné, hovoříme-li o dívce/chlapci. První ukázka je (podle zažitých představ) stereotypním popisem chlapce a druhá dívky.

Cíl aktivity: uvědomit si, že při hodnocení lidí často podléháme genderovým stereotypům

Mezipředmětové vazby: výtvarná výchova

Reflektivní otázky:

1. Jaké jsou stereotypní názory na chování dívek a chlapců?
2. Znáte někoho ve svém okolí, kdo by se těmto stereotypům vymykal? (např. dívky, které hrají fotbal)
3. Jaký dopad pro společnost má stereotypní vnímání chlapců a dívek?

3. Chování ženských a mužských postav v seriálu Simpsonovi⁷⁵

Klíčová slova: genderová socializace, genderová role

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: DVD s vybranou ukázkou, televize, DVD přehrávač, psací potřeby, papír

Časová dotace: 45 minut (20 minut na seriálovou ukázkou)

Motivace: Nyní se spolu podíváme na jeden díl seriálu Simpsonovi .Během sledování se zaměřte na mužské a ženské postavy. Podobají se v něčem např. vaší rodině?

Zadání: Žáci a žákyně mají za úkol všimnout si během sledování seriálové ukázky, které role zastávají muži/ženy, případně si tyto postřehy poznamenat na papír. Po skončení ukázky následuje diskuze o tom, co si poznamenali, a zároveň se píše na tabuli do jednoho sloupce ženské role a do druhého sloupce mužské role. Nakonec by měli

⁷⁵ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderové aktivity

porovnat to, jak jsou genderové role prezentovány v médiích (konkrétně v dané ukázce) a jak v reálném životě. Zdali média odrážejí skutečnost nebo jen zkreslují realitu. Zdali nás tyto poznatky mohou nějak ovlivnit do budoucna.

Cíl aktivity: rozvinout v žácích a žákyních schopnost identifikovat genderové stereotypy ve filmu nebo seriálu

Reflektivní otázky:

1. Jaké činnosti vykonávali v ukázce muži/ženy?
2. Které z činností, které jste uvedli jsou „tradičně“ mužské/ženské?
3. Naleznete tam muže/ženu v nějaké „netradiční“ roli?
4. Které činnosti mužů/žen z ukázky nechcete vykonávat a proč?
5. Které činnosti mužů/žen by vám naopak nevadilo vykonávat a proč?
6. Podobají se seriálové postavy v něčem postavám z reálného života, které znáte?
7. Jak a v čem vás ovlivňují rodiče? (oblékání, přání do budoucna, koníčky...)
8. Jak a v čem vás ovlivňují média?

4. Koláž z novinových titulků a fotek⁷⁶

Klíčová slova: genderové stereotypy

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ

Pomůcky: 2x noviny (seriózní a bulvární tisk), arch papíru, lepidlo, nůžky, psací potřeby

Časová dotace: 35 minut (z toho 10 minut na reflexi)

⁷⁶ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderové aktivity

Motivace: Když sledujete zprávy nebo čtete noviny či vaše oblíbené časopisy, díváte se na to, kolik je tam vyobrazeno dívek/chlapců nebo žen/mužů? Co prezentují? Jak jsou oblečení? Kolik jich je tam zastoupeno?

Zadání: Žáci a žákyně budou rozděleni do skupinek po čtyřech. Skupinky mohou být i smíšené. Jako další krok jim rozdáme dvojce noviny (jeden tisk je seriózní a druhý bulvární). Z novin budou vystříhat fotky mužů a žen tak, jak jsou tam zobrazováni a dále je budou lepit na čistý arch papíru. Doplnovat je mohou novinovými titulky případně svými texty. Během práce mohou komunikovat, sdělovat si své dojmy. Na závěr zvolí jednoho/jednu mluvčí, který/-á danou koláž popíše a zhodnotí.

Cíl aktivity: nalézt v novinách genderové stereotypy, porovnat bulvární a seriozní tisk

Mezipředmětové vazby: tuto aktivitu je možné zadat v hodinách českého jazyka, občanské výchovy, rodinné výchovy

Reflektivní otázky:

1. Jak jsou v novinách zobrazováni muži/ženy?
2. Podíváte-li se na přední stranu, jsou tam víc muži/ženy?
3. V jakých situacích můžeme vidět muže/ženy v novinách? V politice? Na stránkách o hubnutí?
4. Kde vám obrázek ženy/muže chybí nejvíce?
5. Proč myslíte, že tam vyobrazeno méně žen/mužů?
6. Jaké rozdíly jste našli v porovnání seriozního a bulvárního tisku?

Reflexe:

Tuto aktivitu jsem dělala v 8.A i 8.B (CD obr. 2, 3, 4). Děti si do hodiny přinesly sice dvojce noviny, ale jednalo se o deník Metro a ČT 24, které vzaly cestou z metra. Ostatně, jak jsem předpokládala, a tak jsem raději koupila několik výtisků novin. Největší zájem byl o deník Blesk.

Zadání práce mi připadalo jasné, ale děti se v průběhu činnosti neustále ptaly, co tam mají nalepit. Někdy mi to připadalo, že o každém obrázku příliš přemýšlejí, nedokážou být spontánní a možná v tom je i určitý strach z neúspěchu. Třeba, že to

zkazí nebo tam nalepí něco špatně. Snažila jsem se procházet třídou a povzbuzovat je k činnosti.

Výsledek dopadl velice dobře. Koláže byly zdařilé a aktivita nakonec splnila svůj účel, protože si děti během ní uvědomily, že se ženy v denících příliš nevyskytují, a pokud ano, tak většinou ve stereotypních rolích. Uvádím některé zaznamenané citace: „Vždyť tady skoro žádný ženský nejsou.“, „To jsou jenom samý modelky, žádný političky.“

5. Jak se žije s „nálepkou“?⁷⁷

Klíčová slova: diskriminace - pohlaví, etnického původu, sexuální orientace atd.

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: lepicí štítky s nápisy: *těhotná žena, Romka, atraktivní žena, zženštilý homosexuál („teplouš“), mentální anorektička, HIV pozitivní, ukrajinský dělník, otec na rodičovské dovolené, důchodkyně, manažer, politik, vědkyně, rozvedená žena, malá dívka, malý chlapec, bezdomovec atd.*

Časová dotace: 30 minut

Motivace: Zažili jste někdy na vlastní kůži diskriminaci? Umíte si představit, jak těžké by to pro vás bylo ocitnout se sami v jiné zemi, bez znalosti jazyka apod.. Myslíte si, že by vás jiná společnost přijala?

Zadání: Každému se nalepí na čelo štítek s názvem určité charakteristiky, ale dotyčný jej nesmí spatřit. Pohybují se po třídě. Dále se jim zadá: „Reagujte stereotypně, bez ohledu na váš vlastní postoj, na lidi označené danou charakteristikou.“ Po 10 minutách se hra ukončí a žáci i žákyně mají vydedukovat, kterou charakteristiku měli.

Cíl aktivity: zamyslet se nad termínem diskriminace, rozlišovat její druhy, umět se vcítit do diskriminované osoby

⁷⁷ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 117

Mezipředmětové vazby: aktivitu je vhodné zařadit do občanské výchovy, případně do multikulturní výchovy

Reflektivní otázky:

1. Jak jste se cítili v konkrétních rolích?
2. Podle čeho jste poznali svou charakteristiku?
3. Bylo pro vás těžké umět reagovat genderově stereotypně nebo nestereotypně?
4. Co to je diskriminace?
5. Setkali jste se někdy ve svém životě s diskriminací?
6. Jaký je rozdíl mezi genderově stereotypním přístupem a diskriminací?
7. Co znamená „nálepkování“ a jak můžete změnit to, aby na vás společnost hleděla jinak?

Reflexe:

Na tuto aktivitu s dětmi jsem se těšila nejvíc. Hrála jsem ji s dětmi v 8.A (CD obr. 5) i 8.B (CD obr. 6). Aktivita měla veliký úspěch, protože děti běhaly s cedulkami na čele ještě druhý den a v jiných třídách, kde jsem měla praxi, se ptaly, kdy budou hrát také hru s cedulkami.

Pro mě však byla trochu zklamáním. Děti se ukázaly jako neférové. Nerespektovaly pravidla a neustále podváděly. Nicméně výsledky se dostavily. Na konci hodiny jsem je požádala o malou reflexi. Na papírek měly napsat svůj handicap a pocity, které prožívaly (doslovné citace): „Já se cítila úžasně“ (černoška), „Spoustu lidí za mnou chodilo a říkalo, že seš tlustá, s kým to čekáš a už ti praskla voda?“ (těhotná žena), „Jo, cejtla jsem se trapně, protože dělník je pěkně trapný povolání a Ukrajinci jsou divný!“ (ukrajinský dělník), „Spoustu lidí říkalo, jestli nepotřebuji berli.“ (důchodkyně), „Někdo mi řekl, že mi pomůže do schodů.“ (vozičkář), „Normálně, mě to nevadí, protože to ani nevnímaj.“ (mentálně postižený / -á)

6. Svět chlapců a svět dívek

Klíčová slova: genderová socializace, genderové stereotypy, genderová identita

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: časopisy, letáky, reklamy, velký arch papíru, potřeby na kreslení a malování, nůžky, lepidlo

Časová dotace: 90 minut (z toho 10 minut na reflexi)

Motivace: Ve škole, ale i mimo ni, se denně setkávají chlapci s dívkami, muži s ženami. Zkusme se teď na chvíli vcítit do opačného pohlaví. Co asi prožívá? Co cítí? Jak se dívá na věci kolem sebe? Co si o tom asi myslí? Jak vlastně žije?

Zadání: Žáci a žákyně se rozdělí do dvou skupinek podle pohlaví. Skupinka by měla mít maximálně 6 dívek nebo 6 chlapců. Do každé skupinky je rozdán jeden velký arch papíru. Na jeden se obkreslí silueta dívky a na druhý silueta chlapce, případně se obkreslování může vynechat a nakreslit jen neutrální siluety pro obě pohlaví. Skupinka dívek dostane siluetu chlapce a naopak. Úkolem je vytvořit koláž, která bude představovat svět chlapců nebo dívek tak, jak si jej představuje druhé pohlaví. Žáci a žákyně budou siluetu polepovat věcmi, o kterých si myslí, že patří do světa opačného pohlaví. Využívat k tomu mohou časopisy, noviny, reklamní letáky apod.. Dále mohou siluetu doplnit barevně nebo dopsat dovnitř siluety důležité informace, které nenašli v připravených materiálech a myslí si, že tam neodmyslitelně patří.

Cíl aktivity: schopnost vcítit se do druhého, uvědomit si, jaké genderové stereotypy jsou nám předkládány v médiích (konkrétně v časopisech, se kterými žáci a žákyně pracovali), jak média prezentují ženský a mužský svět

Mezipředmětové vazby: tuto aktivitu je možné zadat v hodinách výtvarné výchovy, rodinné výchovy nebo občanské výchovy

Reflektivní otázky:

1. Popište nám svou dívku / chlapce.
2. Podívejte se, jak vás vyobrazilo druhé pohlaví, souhlasíte s tím? A co konkrétně vám vadí?
3. Jsme opravdu tak rozdílní nebo naleznete i nějaké společné věci?

4. Které věci jste v letáčích a časopisech nenašli a přitom byste je tam rádi dali?
5. Bylo pro vás těžké vcítit se do druhého pohlaví?
6. Myslíte si, že druhé pohlaví znáte dobře?
7. Zajímáte se o to, co druzí cítí a o čem přemýšlejí? Nebo jsou vám lhostejní?

Reflexe:

Tuto aktivitu jsem dělala s žáky třídy 8.B v hodině výtvarné výchovy (CD obr. 7, 8, 9). Celkem jich bylo třináct. Rozdělila jsem je do čtyř skupinek. Tři dívky tvořily jednu skupinku, další dvě skupinky byli chlapci po třech a poslední skupinka byla po čtyřech. První problém nastal v obkreslování figury. Dívky i chlapci se styděli lehnout si na papír a nechat obkreslit svou siluetu. Proto jsem navrhla siluety neutrální, které je možno nakreslit předem.

Jako další následovalo vystřihování objektů z časopisů a jejich lepení do připravených figur. Záměrně jsem vybrala časopisy, které čte široká veřejnost. Obsahovala noviny klasické i bulvár, módní časopisy, časopisy pro ženy i pro muže, hobby časopisy, reklamní letáky.

Celá výuka probíhala za hlasitých projevů dětí. Pracovala jen dívčí skupinka, chlapci se věnovali spíše prohlížení časopisů. Přemluvit je k činnosti bylo prakticky nemožné. Práce jim šla velice pomalu a já jsem se postupně rozloučila s představou figury, která bude zaplněná objekty denní potřeby mužů a žen.

Výsledné práce nedopadly moc dobře. Když jsem se snažila o reflexi od dětí, řekly mi, že je opačné pohlaví nezajímá. Vzhledem k výsledkům si myslím, že jsem měla zvolit menší formát, který by byly schopni vyplnit. Přemýšlela jsem i o vhodnosti zvoleného tématu, vzhledem k věku dětí. Možná by bylo lepší nejprve zjistit jejich vyzrálost k tématu. Aktivitu jsem uvedla jako první, nyní bych ji raději realizovala později, až po zvládnutí minimálního teoretického základu.

7. Titulky v novinách⁷⁸

Klíčová slova: genderová korektnost a nekorektnost

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: psací potřeby, papír, lepidlo

Časová dotace: 20 minut

Motivace: Vymyslete si novinový titulek, který bude genderově nekorektní.

Zadání: žáci a žákyně mají za úkol vymyslet genderově nekorektní novinový titulek, který po zhotovení nalepí na velký arch pod sebe (např. pacienti gynekologické ordinace). Společně si je potom přečtou a následuje diskuze.

Cíl aktivity: objevit genderovou nekorektnost v jazyce, prezentované formou generického maskulina a pokusit se ji nahradit jiným slovem.

Mezipředmětové vazby: český jazyk

Reflektivní otázky:

1. U jakých slov bylo užito generického maskulina?
2. Je možné slovo nahradit?
3. Čeho český jazyk využívá, aby v sobě slovo zahrnuo oba rody?

8. Ženy a muži v obrazech⁷⁹

Klíčová slova: genderová identita, genderová role

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: uvolnit prostor ve třídě pro pohyb

Časová dotace: 20 minut

Motivace:

⁷⁸ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderové aktivity

⁷⁹ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderově citlivá výchova: Kde začít?, s. 104 - 105

Zadání: děti se rozdělí do menších skupinek (maximálně po pěti), úkolem je ztvárnit muže nebo ženu za použití gest, pantomimy, zvuků, pohybu atd. v těchto situacích:

- a) všedního dne
- b) kdy je jasné, že je to žena / muž
- c) netypická situace všedního dne

Cíl aktivity: uvědomit si existenci konkrétních genderových stereotypů a to jak nás ovlivňují v běžném životě.

Mezipředmětové vazby: dramatická výchova, občanská výchova

Reflektivní otázky:

1. Jsou nějaké činnosti typicky mužské / ženské?
2. Jak souvisí naše biologie s činnostmi, které vykonáváme? (např. močení ve stoje)
3. Jak je to v jiných zemích? Chovají se tam lidé stejně jako u nás?
4. Jsou rozdíly v chování dívek a chlapců dány od přírody nebo výchovou?

9.. Reklama a gender

Klíčová slova: reklama, gender, obraz, text, podtext, dvojznačnost, symbol, znak

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

Pomůcky: papír, tužka nebo pastelky, reklama vybraná pro žáky a žákyně, jeví se genderově nekorektně

Časová dotace: 45 minut

Motivace: Nyní si zahrajeme na kreativní pracovníky / pracovnice v reklamní agentuře. Budeme vymýšlet slogan vhodný k danému obrázku a naopak k textu hledat vhodný obrázek.

Zadání: Žáci a žákyně se rozdělí do skupinek. Dvě skupinky dostanou stejné východisko pro práci. Jedna bude zpracovávat text reklamy a druhá obrazovou část. První skupinka s textem má za úkol k zadaným pojmům navrhnout vizuální ztvárnění

reklamy, která je vhodně doplňuje. Z výsledku by mělo být patrné, o jaký produkt se jedná, na jakou cílovou skupinu je zaměřen. Druhá skupinka, která má obraz, má za úkol navrhnout k obrazu vhodný reklamní slogan, který jej vystihuje. Z výsledku by mělo být patrné, o jaký produkt se jedná, na jakou cílovou skupinu je zaměřen.

Cíl aktivity: naučit se vnímat znaky ve vizuálním zobrazení a porozumění textu

Mezipředmětové vazby: výtvarná výchova, český jazyk, mediální výchova

Reflektivní otázky:

1. Byl pro vás text / obraz jednoznačný?
2. Jaký znak byl pro vaši práci určující? Proč jste si vybrali tento znak?
4. Myslíte si, že vaše reklama je genderově vyrovnaná?
5. Je zaměřená reklama na muže / ženy?
6. Jak jste si rozdělili role ve skupině?
7. Shodli jste se na postupu a výsledku práce?
8. Tvořil se vám lépe text / obraz? – Co je podle vás složitější?
9. Čte se vám lépe význam textu nebo obrazu?
10. Je genderová problematika řešena ve vaší reklamě v textu, v obrazu nebo v obojím?
11. Všimáte si obecně obsahu, ztvárnění reklam?
12. Vyvolala některá z nich ve vás emoce? – jaké a proč?

10. Poslech ukázek z rozhlasového vysílání⁸⁰

Klíčová slova: genderová socializace

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ, dospělí

Pomůcky: připravené ukázky z vysílání Českého rozhlasu, CD přehrávač, psací potřeby, papír

Časová dotace: 45 minut

Motivace: Když někdy posloucháte vaše oblíbené moderátory nebo moderátorky v rádiu, přemýšlíte o tom, co říkají? Vnímáte obsah zpráv? Myslíte si, že se vyskytují v jejich projevu nějaké chyby? Co vám na tom vadí?

Zadání: Žáci a žákyně si vyslechnou tři ukázky z vysílání Českého rozhlasu (CD přísp. 1, 2, 3). Jejich úkolem bude zaměřit se na obsah ukázek a mluvení redaktorů / redaktorek a odhalovat užité genderové stereotypy. Své postřehy si mohou zaznamenávat na papír. Tato aktivita je poměrně těžká na genderovou sensitivitu účastníků i účastnic a vyžaduje kritické myšlení, proto je vhodné zařadit tuto aktivitu spíše ke konci didaktické řady.

Cíl aktivity: odhalit různé formy mýtů a stereotypů týkajících se mužství a ženství, naučit se kriticky myslet

Mezipředmětové vazby: tuto aktivitu je možné zařadit do českého jazyka, dále do občanské i rodinné výchovy, jako průřezové téma v mediální výchově

Reflektivní otázky:

1. Jakých chyb u redaktorů / redaktorek jste si všimli?
2. Myslíte si, že to běžný posluchač / posluchačka postřehne?
3. Jak nás to může ovlivnit?

⁸⁰ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderové aktivity

11. Vlastní rozhlasový pořad⁸¹

Klíčová slova: genderová citlivost a necitlivost, magazín

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ, dospělí

Pomůcky: diktafon, psací pomůcky

Časová dotace: 45 minut

Motivace: Zahrajeme si na moderátory a moderátorky vašeho oblíbeného pořadu v rádiu. Vymyslete obsah pořadu tak, aby byl genderově citlivý.

Zadání: žáci a žákyně se rozdělí do skupinek po čtyřech a mají za úkol vytvořit vysílání rozhlasového magazínu vysílaného v čase od 10 do 11 hodin, od 15 do 16 hodin a večerní vysílání od 20 do 21 hodin. Potom se odeberou na klidné místo, kde to nahrají na diktafon. Je-li to možné, stáhnou se ukázky do počítače, aby bylo možné je pustit nahlas. Potom se diskutuje a jednotlivé ukázky se vyhodnocují.

Cíl aktivity: kriticky přemýšlet o genderové korektnosti či nekorektnosti, vyhýbat se generovým stereotypům.

Mezipředmětové vazby: český jazyk, mediální výchovy, informatika

Reflektivní otázky:

1. Jaká část aktivity a proč vám připadala nejtěžší?
2. Jak se vám spolupracovalo?
3. Jak jste si rozdělili role ve skupině?
4. Bylo pro vás těžké uvědomit si genderové stereotypy?

12. Tvorba časopisu

Klíčová slova: genderové stereotypy, média, publicistika

Cílová skupina: 2. stupeň ZŠ, SŠ

⁸¹ BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J., Genderové aktivity

Pomůcky: papíry, pomůcky na psaní, kreslení, malování, noviny, časopisy, nůžky, lepidlo.

Časová dotace: minimálně 90 minut (na tvorbu dvoustrany), jinak čas neomezený, možnost pracovat v průběhu celého školního roku

Motivace: Zkusme si zahrát na redaktory a redaktory nějakého časopisu. Vytvořme časopis, který bude pro chlapce i pro dívky. Najděme společná témata.

Zadání: Žáci a žákyně na základě nově získaných informací mají za úkol vytvořit dvoustranu časopisu, kde by měli genderově korektně zobrazit muže i ženy. K tomuto jim poslouží noviny a časopisy, ze kterých mohou vystříhovat fotografie. Dále mohou pracovat s texty, které přepíšou nebo upraví. Důležitou roli zde hraje komunikace a volba kompromisu.

Cíl aktivity: Vytvořit dvoustranu časopisu, která bude genderově korektní.

Mezipředmětové vazby: český jazyk, výtvarná výchova, informatika

Reflektivní otázky:

1. Jaké chyby prezentované v médiích jste zde vyřešili?
2. Myslíte si, že stránky pro ženy mohou psát muži a naopak?
3. Jak jste si rozdělili role v „redakci“?

5.5 Analýza dat a jejich vyhodnocení

Pozorování

Prvního pozorování jsme se zúčastnila ve třídě 8.A, během rodinné výchovy, kde vyučující je žena. Ve třídě bylo přítomno jedenáct dětí, z toho čtyři dívky a sedm chlapců (čtyři děti chyběly). Tématem hodiny byly „Moje silné a slabé stránky“. Žáci a žákyně seděli v lavicích se svým kamarádem nebo kamarádkou. Klima třídy působilo přátelským dojmem. Atmosféra byla pracovní a celkem příjemná.

V případě rozdělení do dvojic, nečinilo dětem žádný problém vytvořit namíchané dvojice chlapec a dívka. Podle mého názoru byla třída osobnostně vyvážená. Děti byly schopni vzájemné komunikace. Harmonii třídy nepatrně narušovala skupinka tří chlapců, kteří se označovali za „elitu“ a ostatním to dávali slovně najevo. Zbytek třídy se bránil a docházelo tak ke slovním potyčkám. Na dotaz, co znamená slovo elita, nebyli chlapci schopni odpovědět. Skupinka se vytvořila kolem podprůměrného žáka, syna bohatého právníka, který disponoval penězi a chlapcům nakupoval dárky.

Vztahy vyučující k dětem hodnotím velmi kladně. Její styl výuky byl velice demokratický. Přistupuje ke všem dětem stejně. Svou pozornost také věnuje žákům i žákyním s poruchami učení. Činí tak během práce ostatních, velice diskrétně. V hodnocení nepreferuje pohlaví, hodnotí individuálně. Snaží se zapojit celou třídu, vyvolává děti, které dosud nic neřekly. Děti oslovuje jménem, hovoří-li ke třídě, používá oslovení „chlapci a děvčata“, generickému maskulinu se vyhýbá. Děti, které vyučuje, velmi dobře zná. Ví, jaké mají koníčky, co je baví. Zná i jejich rodiny a rodinné prostředí. Kromě rodinné výchovy vyučuje také občanskou nauku a dějepis.

Třídu 8.B jsem měla možnost pozorovat také během rodinné výchovy, kterou vedla stejná vyučující jako třídu 8.A. Kolektiv třídy působil více roztržštěně. Vztahy ve třídě byl velice napjaté. Panovala zde rivalita mezi chlapci a dívkami. Možná to bylo způsobeno nevyrovnaným počtem chlapců a dívek ve třídě. Chlapci mezi sebou vzájemně utvářeli malé skupinky podle stejných zájmů. Vynikali ti s atletickou postavou a inteligenčně nadprůměrní. Menší skupinku tvořili chlapci spíše nevýrazní, tiší. Dívky naopak tvořily silnou skupinu, protože je jich ve třídě málo. Začlenily mezi sebe též dívku handicapovanou, kterou chlapci opovrhovali. Kvůli tomu nebylo možné vytvořit namíchané skupinky chlapci a dívky dohromady. Dívky musely zůstat vždy pohromadě.

Sociální vztahy sice byly napjaté, ale na atmosféře třídy se to příliš neodráželo. Třída dokázala pracovat jako kolektiv. Byla mnohem aktivnější než třída 8.A. Nadprůměrní žáci byli spíše chlapci. Dívky se řadily k průměru, až podprůměru. Ve srovnání s 8.A byla třída horší i v kázní. Problémy s kázní měly více dívky.

Obě třídy spolu komunikují a děti se během přestávek navštěvují. Třída 8.A je pracovitá a méně problematická. Třída 8.B je kázeňsky horší, méně motivovaná, v počtu chalců a dívek nevyrovnaná, přesto dosahuje ve studiu lepších výsledků než 8.A. Je tak pro vyučující větší výzvou a myslím si, že i větším pocitem úspěchu, když dokáže zaujmout jejich pozornost.

Dále jsem svoji pozornost zaměřila na klima školy. Ředitel školy se k otázkám genderu vyjadřoval neutrálně. Preferuje individuální přístup k dětem. Jeho cílem je vytvořit školu, ve které budou integrováni děti s poruchami učení, handicapovaní a cizinci. Snaží se proto děti vychovávat ke vzájemné úctě a respektu. Vzhledem k množství dětí ve škole se to ale nedaří realizovat. Integrované děti se stávají spíše cílem šikany.

Vztahy mezi vyučujícími vzájemně též nejsou příliš dobré. Primárně jsem se zaměřila na vztah ředitele školy a vyučujících, kde tato vazba nefunguje. Prvořadě jsou děti a jejich rodiče, neboť bez nich by škola nemohla fungovat. Na druhém místě jsou vyučující. Nemají tak oporu a žádné nástroje k tomu, aby mohli kázeň ve škole řídit.

Budova školy podporuje spíše genderové stereotypy, např. růžové papíry pro dívky a modré pro chlapce. Školní dokumenty také zahrnují chlapce a dívky pod generické maskulinum – žáci. Z vyučujících tvoří většinu ženy.

Rozhovor

Rozhovor se skládá ze šesti jednoduchých otázek, které mi sloužily jako ukazatel předsudků a genderově stereotypního přemýšlení. Otázky jsou uzavřené, s možností odpovědi ano nebo ne. Otázky jsem položila v obou osmých třídách. Ve třídě 8.A bylo celkem čtrnáct dětí (jeden chlapec chyběl), ve třídě 8.B bylo patnáct dětí (jeden chlapec chyběl).

Otázky rozhovoru:

1. Jsou si podle vašeho názoru ženy a muži v české republice rovni?

2. Je u vás hlavou rodiny otec?
3. Podílí se na domácích činnostech u vás v rodině i muži?
4. Žena má být s dětmi doma a muž živí rodinu. Je to tak správně?
5. Bývají na rodičovské dovolené i muži?
6. Dostávají ženy stejné peníze jako muži v té samé pracovní pozici?

Vyhodnocení odpovědí (tab. 2):

Ad 1.) U této otázky jsem očekávala odpovědi v poměru 1:1. Předpokládala jsem, že děti, které rády sledují televizi, si budou všimnat např. případů ženského týrání apod.. Všechny děti odpověděli plnými hlasy tzn. ANO. Podle nich jsou si muži i ženy v ČR rovni.

Ad 2.) U této otázky jsem předpokládala, že vzhledem k tradičnímu nastavení rodin, bude hlavou rodiny otec. Překvapil mě opak. V 8.A je hlavou rodiny otec jen ve dvou případech u třídy 8.B v pěti případech. Relevantnost otázky se však může zdát zavádějící, neboť mohou děti mít na mysli spíše péči o chod domácnosti.

Ad 3.) Zde jsem opět očekávala, že se domácím činnostem budou věnovat více ženy. Rovné zastoupení sil v domácnosti potvrdili děti svými hlasy, kde u 8.A odpovědělo kladně deset dětí a u 8.B dokonce čtrnáct dětí.

Ad 4.) Nabídla jsem dětem tradiční stereotyp pohledu na mužskou a ženskou roli. Odpovědi byly též plnými hlasy kladné.

Ad 5.) Tato otázka též vycházela ze znalostí dětí v oblasti sociálních poměrů společnosti. Kladně odpověděly v 8.A jen tři děti, v 8.B pět dětí.

Ad 6.) Zde hlasovali děti 8.A kladně v sedmi případech, v 8.B v devíti případech. Argumentovaly zkušenostmi rodičů z jejich zaměstnání.

Výsledky rozhovoru mi sloužily jako podklady pro zpracování teorie, kterou jsem chtěla prezentovat. Snažila jsem se tak zaměřit svou pozornost více do oblastí, které nejsou dětem tak známé např. rovné příležitosti v zaměstnání, prezentace mužů a žen v médiích apod..

Shrnutí

Zkoumaný vzorek a nasbíraná data byla v malém množství, přesto mi posloužila alespoň k základnímu seznámení s dětmi a jejich znalostmi. Stanovené hypotézy tak mohu potvrdit. Genderová problematika byla pro děti nová. Některé genderové stereotypy si sice uvědomují, ale nedokáží je pojmenovat. Toto je dnes velký problém na základních školách - nedostatečná slovní zásoba, neschopnost problémy pojmenovat a zaujmout kritické stanovisko.

V rámci projektu jsem měla možnost vyzkoušet realizovat aktivity. Některé se mi osvědčily, jiné musíme zvažovat vzhledem k věku a znalostem dětí. Škola již má zkušenost s projektem na téma „Diskriminace“, ale nepotvrdilo se mi, že by děti v této oblasti nějak vynikaly. Diskriminace zde byla řešena, vzhledem k integraci dětí z ciziny, jen spíše rasová. Já jsem se snažila ji rozšířit i do jiných oblastí (CD obr. 10, 11, 12).

Obdobně jsou na tom též v oblasti médií. Sledují spíše komerční televizi a komerční zpravodajství. Toto příliš neovlivní, je to dáno preferencemi rodiny. Zaznamenávají zprávy typu „senzace“ např. incestní vztah J. Fritzla nebo vražda člena mafie V. Kočky. Ve zprávách politického charakteru parafrázují své rodiče, aniž by problematice rozuměly. Škola v oblasti mediální techniky také zaostává. Disponuje pouze jednou počítačovou učebnou. Internet sice využívají denně, ale neumí jej obsluhovat funkčním způsobem. Problémy jim dělalo i vyhledávání pojmů.

Stanovený cíl projektu se mi vzhledem k časovým možnostem nepodařilo splnit.

6 Závěr

Genderové stereotypy ve společnosti byly, jsou a stále budou. Naším cílem je vytvořit pro děti prostředí, ve kterém se budou vyvíjet svobodně a bez předsudků. Naučit je chovat se k druhým lidem, respektovat je, znát nejen svá práva, ale i povinnosti.

Změna v „tradiční“ rodině je pomalá. Efektivněji by mohla přijít shora, z oblasti politiky a veřejného mínění, dále od vyučujících ve školách. Děti by měly být vychovávány v genderově citlivém prostředí, které jim předem neurčuje jejich role.

Vyučující by měli využívat takových učebních pomůcek, které vedou k rozvoji osobnosti bez ohledu na pohlaví jedince. Cíleně vybírat texty, hračky a ukázky, které podporují rovné postavení. Upozorňovat na genderové stereotypy okolo nás. Zlepšit komunikaci mezi rodinou a školou a vysvětlit rodičům náš záměr. Naučit se genderově citlivě hodnotit. Začít bychom měli nejprve sami u sebe.

7 Seznam literatury a internetových odkazů

- BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J. *Genderově citlivá výchova: Kde začít?* Praha : Žába na prameni, 2007. 151 s. ISBN 978-80-239-8798-0.
- BABANOVÁ, A.; MIŠKOLCI, J. Genderové aktivity v pedagogické praxi. [Internet] 28. 12. 2007, [31. 3. 2009]. <<http://www.rppp.cz/index.php?c=4-genderove-aktivity-v-pedagogicke-praxi&s=2-sem...>>
- BARŠA, P. *Panství člověka a touha ženy*. 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 2002. 323 s. ISBN 80-86429-06-7.
- BAUMAN, Z. *Úvahy o postmoderní době*. Dotisk 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995. 163 s. ISBN 80-85850-12-5.
- BERNARD, J.; FRÝDLOVÁ, P. *Malý labyrint filmu*. 1. vyd. Praha : Albatros, 1988. 508 s. ISBN 13-734-88.
- BOHDANA, R. Jazyk reklamy: krásné ženy, inteligentní muži. [Internet] 25. 2. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3jazykreklamy.html>>
- BREZINA, I., DOBAL, V., DOLEŽAL, J.X. aj. *Média a moc*. Praha : Votobia, 2000. 151 s. ISBN 80-7220-085-2.
- BURYÁNEK, J. První dojem. [Internet] 20. 11. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/277/991>>
- ČMEJRKOVÁ, S.; HOFFMANOVÁ, J. *Jazyk, média, politika*. 1. Vyd. Praha : Academia, 2003. 258 s. ISBN 80-200-1034-3.
- FULKOVÁ, M. *Diskurz umění a vzdělávání*. 1. vyd. Praha : H&H, 2008. ISBN 978-80-7319-076-7.
- FULKOVÁ, M. *Když se řekne gender III*. In *Výtvarná výchova*. 44, č. 2, 2004, s. 14.
- HAUSEROVÁ, E. *Jsi přece ženská*. 1. vyd. Praha : Grada, 1998. 116 s. ISBN 80-7169-690-0.

HAUSMANN, J. *Nahota feminismu*. 2. rozšíř. vyd. Ústí nad Labem : Reneco, 2002. 101 s. ISBN 80-86563-03-0.

HAVELKOVÁ, H., VODRÁŽKA, M. *Žena a muž v médiích*. Praha : Nadace Gender Studies, 1998. 50 s. ISBN 80-902367-2-3.

HOGENOVÁ, A. *Kvalita života a tělesnost*. Praha : Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0457-4.

HORNEYOVÁ, K. *Ženská psychologie*. 1. vyd. Praha : Triton, 2004. 291 s. ISBN 80-7254-501-9.

CHŘIBKOVÁ, M. *Feminismus devadesátých let českýma očima*. Praha : Marie Chřibková, 1999. 278 s. ISBN 80-902443-6-X.

JARKOVSKÁ, L., PAVLÍK, P., SMETÁČKOVÁ, I. aj. *Gender ve škole*. 1. vyd. Praha : Otevřená společnost, 2006. 67 s. ISBN 80-903331-5-X.

JIRÁK, J. Mediální výchova – inspirace k realizaci. [Internet] 7. 9. 2004, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/-23>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/546>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie – nova média. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/547>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie – tištěná média. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/548>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie - Film. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/549>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie - Rozhlas. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/550>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; SEKERA, M. Mediální technologie - Televize. [Internet] 11. 5. 2006, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/-551>>

JIRÁK, J. O stereotypch v médiích. [Internet] 13. 9. 2005, [31. 3. 2009]. <<http://www.rvp.cz/clanek/284>>

LIPOVETSKÝ, G. *Třetí žena*. 2. vyd. Praha : Prostor, 2007. 287 s. ISBN 978-80-7260-171-4.

MAŘÍKOVÁ, H.; VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E. *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha : Open Society Fund, 1999. 171 s.

MUSIL, J. *Úvod do sociální komunikace*. 2. Vyd. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. 124 s. ISBN 978-80-86723-44-0.

OAKLEYOVÁ, A. *Pohlaví, gender a společnost*. 546. publ. Praha : Portál, 2000. 171 s. ISBN 80-7178-403-6.

OSVALDOVÁ, B. *Česká média a feminismus*. 1. Vyd. Praha : Libri v koedici se Sociologickým nakladatelstvím, 2004. 158 s. ISBN 80-7277-263-5 (Libri), ISBN 80-86429-31-8 (Slon).

PAVLAS, T. *Proč se u nás bojíme feminismu*. In *Nový prostor*. 303, 2004, s. 6.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

8 Přílohy

Tab. 1: Časový přehled aktivit didaktické řady (str. 51)

Název aktivity	Čas v minutách
Co děláme v neděli	90
Kluci a holky, jak je neznáme	90
Chování ženských a mužských postav v seriálu Simpsonovi	45
Koláže z novinových titulků a fotek	35
Jak se žije s nálepkou	30
Svět chlapců a svět dívek	90
Titulky v novinách	20
Ženy a muži v obrazech	20
Reklama a gender	45
Poslech ukázek rozhlasového vysílání	45
Vlastní rozhlasový pořad	45
Tvorba časopisu	min. 90

Tab. 2: Přehled odpovědí ano/ne na otázky rozhovoru (str. 68)

Třída	Odpověď	Číslo otázky					
		1.	2.	3.	4.	5.	6.
8.A	ANO	14	12	10	14	3	7
	NE	0	2	4	0	11	7
8.B	ANO	15	10	14	15	5	9
	NE	0	5	1	0	10	6

Obrazové ukázky a hudební příspěvky jsou v příloze na CD.