

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA TEORIE KULTURY (KULTUROLOGIE)
OBOR: KULTUROLOGIE

Mgr. Markéta Poláková

Gender, identita, kultura

Gender, identity and culture

DISERTAČNÍ PRÁCE

VEDOUCÍ PRÁCE: PhDr. Václav Soukup, CSc.

PRAHA 2011

Poděkování

Poděkování patří PhDr. Václavu Soukupovi, CSc., vedoucími disertační práce, za odborné vedení a všestrannou pomoc.

Prohlašuji, že jsem disertační práci napsala samostatně s využitím pouze uvedených a řádně citovaných pramenů a literatury a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze 23.3.2011

.....

ABSTRAKT:

Disertační práce *Gender, identita, kultura* představuje analýzu obrazu muže a ženy v současné české společnosti. Stěžejním výzkumným tématem je proměna genderové identity pod vlivem kulturních změn probíhajících od konce 19. století. V teoretické části práce je zmapován výzkum biologických i kulturních faktorů, které mají vliv na utváření naší genderové identity. Větší důraz je přikládán moderním technologiím a médiím, která mají v životě dnešních lidí čím dál tím větší význam. Genderová identita se promítá nejenom do toho, jak lidé vnímají sami sebe, ale také do vytváření mezipohlavních vztahů. Tomuto tématu byla věnována empirická část práce, zaměřená na analýzu genderové identity promítající se do seznamovacích inzerátů na internetu. Nástrojem empirického výzkumu byla obsahová analýza v kombinaci s hloubkovými rozhovory s lidmi, kteří tento způsob namlouvání partnera přímo podstoupili.

Klíčová slova: gender, pohlaví, identita, genderová dekonstrukce, virtuální realita, antropologie

ABSTRACT:

The dissertation work *Gender, identity, culture* presents an analysis of a picture of a man and a woman in the contemporary Czech society. The fundamental research theme is a transformation of gender identity under influence of cultural changes which have been in progress since the end of 19th century. In the theoretical part of the work, a research of biological and cultural factors that influence the creation of our gender identity is mapped. More emphasis is put on modern technologies and media, which have bigger and bigger importance in the lives of contemporary people. Gender identity is projected not only into how people perceive themselves but also into creation of intersexual relations. The practical part of the work is devoted to this theme. This part is focused on an analysis of gender identity being projected into dating advertisements on the internet. The tool of the practical research was a content analysis in combination with depth interviews with people who have undergone this way of dating.

Key words: gender, sex, identity, gender deconstruction, virtual reality, anthropology

Obsah

Úvod.....	7
1 Muž a žena v autoritě náboženských systémů – kulturní a historické rozdíly	10
1.1 Muž ženě bohem	12
1.1.1 Kulturní oblast Indie.....	12
1.1.2 Judaismus	14
1.1.3 Křesťanství	17
1.1.4 Islám	20
1.2 Žena nečistá.....	22
1.3 Nadvláda ženy?	24
2 „Být mužem, být ženou“ aneb co nás determinuje	30
2.1 Koncept identity	30
2.2 Norma maskulinity a feminity.....	31
2.3 Paradigma biologického determinismu	34
2.3.1 Arthur Schopenhauer – cílem vůle je pouhé zplození potomka.....	34
2.3.2 Sociobiologie Edwarda O. Wilsona	36
2.3.3 Experiment izraelských kibuců	38
2.3.4 Gen versus mem	39
2.4 Paradigma kulturního determinismu	39
2.4.1 Pohlaví kontra gender.....	40
2.4.2 Genderové stereotypy.....	41
2.4.3 Pohlaví a temperament ve třech primitivních společnostech – analýza vlivu kultury Margaret Meadové	44
2.4.4 Kulturní materialismus – vliv prostředí na utváření genderových rolí	45
2.4.5 Má se žena k muži jako příroda ke kultuře?.....	47
2.4.6 Role feministických hnutí	48
2.4.7 Výzkumy biologických abnormalit	52
2.5 Kritika a transformativní pojetí vývoje genderu	54
3 Utváření mužské a ženské identity v procesu socializace	58
3.1 Diferenciace rolí v raném dětství	58
3.1.1 Hračky, dětské knížky a televizní pohádky.....	60
3.2 Vliv vrstevníků a školy	63
3.3 Sociolingvistický přístup Deborah Tannenové	65
3.4 Porucha genderové identity	66
4 Teorie vzniku pohlavní a genderové identity.....	69
4.1 Sigmund Freud	69
4.2 Karen Horneyová	70
4.3 Nancy Chodorowová.....	70
4.4 Teorie sociálního učení	72
4.5 Kognitivně-vývojová teorie.....	73
4.6 „Optická skla kultury“ Sandry Bemové	74
5 Krize identity v postmoderním světě?	77
5.1 Formování genderové identity prostřednictvím médií	81
5.1.1 Média a ideál muže a ženy	84
5.1.2 Reklama.....	88
5.1.3 Časopisy	93
5.1.4 Důsledky ideálu krásy	99
5.2 Ztráta přechodových rituálů	101

5.3 Manželství a rodina	107
5.3.1 Rodina v současné západní společnosti	111
5.3.2 Role mužského vzoru v rodině	113
5.3.3 Rodina z pozice strukturálního funkcionalismu	114
5.3.4 Teorie sociální směny	116
5.3.5 Fenomén singles	117
5.3.6 Rodina budoucnosti?	124
6 Tržiště partnerských vztahů – každé zboží má svého kupce?	127
6.1 Zprostředkované a přímé seznamování	127
6.2 Zdánlivě svobodná volba v procesu namlouvání	129
6.3 Role internetu při seznamování	135
6.4 Speed dating	138
6.5 Moderní dohazovači	139
6.6 Seznamování prostřednictvím reality show	143
7 Empirická část	146
Genderová identita v seznamovacích inzerátech na internetu.....	146
7.1 Obsahová analýza a hloubkové rozhovory jako nástroj výzkumu	148
7.2 Prezentace výsledků obsahové analýzy	153
7.2.1 Věk hledajícího	153
7.2.2 Bydliště hledajícího	155
7.2.3 Sebe prezentace hledaného	158
7.2.4 Obraz hledaného protějšku – jaký by měl být ideální partner?	164
7.3 Ověření hypotéz	169
7.4 Prezentace výsledků hloubkových rozhovorů	171
7.4.1 Vzorek respondentů	171
7.4.2 Profily respondentů a jejich zkušenosti s internetovou seznamkou	172
7.4.3 Proč hledat partnera přes internet? (Motivace)	174
7.4.4 Podání inzerátu vs odpověď na něj	175
7.4.5 Strategie vytváření inzerátu	175
7.4.6 Jaký inzerát zaujme?	178
7.4.7 Setkání v reálném životě – vystoupení z virtuální reality	179
7.4.8 Výhody a nevýhody internetového seznamování	181
7.4.9 Nabídka vs poptávka – typy mužů a žen hledajících seznámení přes internet	185
7.4.10 Získávání důvěry	190
7.4.11 Zkušenosti s jinými formami zprostředkovaného seznamování	193
7.4.12 Jaký partner je atraktivní? (Vztahové priority respondentů)	194
7.4.13 Vlivy na utváření představy o ideálním partnerovi	201
7.4.14 Současný životní styl a schopnost se přizpůsobit	202
7.4.15 Jak a kde se vidí respondenti za deset let?	204
7.4.16 Shrnutí	205
Závěr.....	209
Bibliografie.....	218

Úvod

Muži a ženy – jejich vzájemné vztahy a rozdílnost v prožívání určitých situací – je tématem, které od nepaměti přitahovalo pozornost vědců i laické veřejnosti. Proběhla celá řada výzkumů, které se snažily zjistit, nakolik je mužství a ženskost ovlivněno kulturně a nakolik biologicky. Biologické kořeny způsobily, že mnohé z evolučně starších prvků lidské sexuality přetrvávají a mají tak transkulturní a univerzální charakter. Avšak snad každá kultura si určuje svá vlastní kritéria a specifika týkající se vztahů mezi muži a ženami a z toho důvodu ukládá členům dané společnosti příslušné normy chování a sociokulturní regulativy, které řídí projevy intimního a rodinného života. Co je v jedné kultuře normální a přirozené, může být v jiné tvrdě sankcionalizované. Každá kultura však musí zajistit alespoň v minimální míře fyzické přežití a reprodukci svých členů. Pravidla sexuálního chování jsou závislá na řízení a uchování stability sociální struktury a tím i fungování a existenci společnosti (Skupnik 2002: 24). Pro zdůraznění kulturní konstrukce sexuální odlišnosti se používá pojmu gender. Tento pojem vyjadřuje, že vlastnosti a chování spojované s obrazem muže a ženy jsou více formovány kulturou a společností, nežli biologickou determinací. Na rozdíl od pohlaví, které je univerzální biologickou kategorií, gender ukazuje, že určení rolí, chování a norem, které se vztahují k ženám a mužům, je v různých společnostech, v různých obdobích, rozdílné (Dohnalová a Malina 2006: 235–236).

Cílem mé disertační práce je analýza obrazu muže a ženy a jejich identity v současné české společnosti. V úvodu práce se věnuji srovnávacímu rozboru vztahu muže a ženy v náboženských a filosofických systémech, které se z hlediska vývoje lidských společností staly dominujícími. Uvádím příklady koncepcí pojetí muže nadřazeného ženě a následně si pokládám otázku, zdali bylo v minulosti člověka období, které by bylo charakteristické koncepcí zcela opačnou – tudíž žena vládnoucí muži.

V další části práce rozebírám teorie biologického a kulturního determinismu a transformativního pojetí genderu. Značnou pozornost věnuji tématu genderu a socializace a teoriím pohlavní a genderové identity. Uvádím, jak je člověk společností, ve které žije, utvářen k tomu, aby byl mužem a ženou od primárního vlivu rodiny a hraček a pohádek, se kterými se setkává od raného dětství, přes působení školy a vrstevníků. Pokládám si otázku, která byla již nejednou vyslovena – co by se stalo

v případě, že by se holčičky a chlapečci nevychovali podle zavedených genderových stereotypů? Opravdu platí, že pokud se někdo nechová tak „žensky“ či „mužsky“, jak očekává naše společnost, je na něj utvořen tlak, aby své chování změnil? A pokud by mělo dojít ke skutečné změně, musí k ní dojít na úrovni hodnot dané společností, ne na úrovni jedince? Můžeme signály takové změny dnes pozorovat?

S touto otázkou se následně přesouvám do stěžejní části práce, která mapuje obraz muže a ženy v současné české společnosti, společně s faktory, které přispívají k jeho utváření. V dnešní společnosti se se setkáváme s názorem, že dochází k čím dál větší genderové dekonstrukci – rodové rozdíly se stále více prolínají a stírají. Rozebírám, jaký vliv na utváření genderové identity mají v dnešní společnosti média, utvářející obrazy, z jejichž hlediska dnešní muži a ženy definují svůj vztah k sobě i k opačnému pohlaví. Tyto obrazy jsou nejvíce viditelné skrze reklamy či časopisy. Na jedné straně jsou zde patrné přetrvávající vlivy tradičních obrazů mužů a žen ve zpodobnění ženy, která má nejvýznamnější funkci v domácnosti a muže jakožto živitele rodiny a „drsného chlapa“ s přirozeným zájmem o ženy a rychlá auta. Můžeme ale vidět s proměnou společnosti i jiné obrazy, které se přetrvávajícím vymykají? Dále se věnuji důležitosti přechodových rituálů, které mají význam při utváření genderové identity hlavně u chlapců. Nejen „primitivní společnosti“ kladly důraz na to, aby se chlapec v určitém věku vyčlenil z vlivu matky, přetvořil svůj dosavadní systém a přijal (i za cenu bolestivých rituálů) identitu muže. U dívek se tento přechod může zdát logickým a plynulým prostřednictvím „mluvy“ těla, kdy menstruace jasně určuje to, že se z děvčátka stala žena, která může mít děti. Jaké problémy může vyvolávat absence těchto rituálů?

Všechny tyto faktory hrají důležitou roli nejen z hlediska utváření vlastní identity, ale promítají se i do utváření vztahů mezi mužem a ženou a stanovení si požadavků, jak by měl ideální partner vypadat. Nakolik jsou však muži a ženy při hledání svého protějšku ovlivněni tradičními představami, a nakolik zde hraje vliv moderního obrazu ženskosti a mužskosti? Jaký význam vůbec má pro dnešní mladé lidi založení vlastní rodiny? Stále výrazněji se mezi lidmi kolem třiceti let vyčleňuje generace singles dlouhodobě žijící bez partnera a je možné, že budoucnost nám přinese i další alternativní životní styly.

Proměnou prochází i samotný proces namlouvání partnera. Může se zdát, že v tomhle směru máme neomezené možnosti, ale jakou roli zde hraje pravidlo homogamie, které nám říká, že většina lidí, kteří uzavírají sňatek, si nevybírají partnera

nebo partnerku náhodně, ale hledá si jej na základě podobnosti sociálních charakteristik? Podle tohoto předpokladu si lidé ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodnění si vybírají své protějšky zase mezi lidmi ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodněnými; lidé dobře společensky postavení si vybírají své protějšky mezi lidmi dobře společensky postavenými. Zamýšlím se rovněž nad metaforou sňatkového trhu, která poukazuje na skutečnost, že v každé společnosti dochází k setkávání, vzájemnému oceňování, zvažování a vytrídování párů, které by potenciálně mohly směřovat k manželství. Na takzvaném sňatkovém trhu jde pak o totéž jako na každém jiném tržišti: směnit co nejlépe. Tuto myšlenku podporují čím dál tím víc rozmanitější způsoby namlouvání. Není to již pouze podání inzerátu na internetové seznamce, ale lidé mají možnost vyzkoušet speed dating, rady wingmana či dokonce touhu po partnerovi dovést do extrému a spojit ji s možností stát se televizní hvězdou skrze účast v seznamkové reality show.

V empirické části práce se soustředím na analýzu genderové identity promítající se do seznamovacích inzerátů na internetu. Lze tímto způsobem nalézt partnera, který by odpovídal daným požadavkům? Jak se do prezentovaných inzerátů promítají staré genderové stereotypy a s vývojem naší společnosti nově vzniklé parametry ideálních mužů a žen? Potvrzuje se zde pravidlo homogamie? Nástrojem výzkumu mi byla obsahová analýza v kombinaci s hloubkovými rozhovory s lidmi, kteří tento způsob namlouvání partnera přímo podstoupili.

1 Muž a žena v autoritě náboženských systémů – kulturní a historické rozdíly

Role, chování a normy, které byly mužům a ženám ukládány, byly často propojeny s náboženstvím, které daná kultura vyznávala. Na jejich dodržování hleděla mocná autorita božské bytosti a skrze tyto náboženské systémy se pak také utvářela identita mužů a žen.

V některých kulturách se setkáváme s přístupem k ženě jako k něčemu nižšímu, často ani nemajícímu status člověka. Dodnes v mnoha jazycích, včetně jazyků naší kulturní oblasti, dochází ke ztotožňování pojmů „lidská bytost“ a „muž“¹. Zatímco právo uctívat boha pak mnohdy přísluší jenom muži, ženě je bohem muž samotný a musí se podřizovat jeho přáním a příkazům. Historickými příklady, které si podrobněji uvedeme níže, nám mohou být náboženské kodexy v Indii, v islámském či v křesťanském světě. Německý filosof a sociolog Georg Simmel (1858–1918) v této souvislosti zmiňoval, „že větší význam připisovaný mužům ze sociologického hlediska pravděpodobně vyplývá z jejich pozice větší síly“ a že z historického pohledu lze vztah mezi pohlavími popsat jako vztah pána a otroka. Je pak také „jedním z privilegií pána, že nemusí neustále myslet na to, že je pán, kdežto postavení otroka je takové, že na to nikdy nemůže zapomenout“ (Simmel 1908 in Horney 2004: 68 [1967]).

Ve filosofické tradici můžeme vnímat mužský princip jako apollonskou formu, které je vlastní iniciativa, aktivita, odpovědnost, logos, kultura, rozum, abstraktní pojetí myšlení, vědomí a spravedlnost. Oproti tomu dionýská forma, pro kterou je příznačná nečinnost, podřízení, příroda, smysly, instinkty, nevědomí, konkrétní myšlení, je považována za princip ženský. Mužské vlastnosti jsou pak pokládány za ty jediné pravé lidské. Ženy jsou zde charakterizovány prostřednictvím atributů, které jsou hodnoceny jako ne zcela lidské, od kterých se člověk během své evoluce obrátil. Mužské je stanoveno jako norma, oproti tomu ženské jako deviace.

O tom, že se ženám v průběhu dějin přičítal menší význam a úcta ve srovnání s veřejnými, politickými aktivitami mužů, se zmiňuje americká politoložka a filosofka Jean Bethke Elshtainová (1941). Podle ní byly ženy umlčovány částečně proto, že právě to, co je definuje, s čím byly nevyhnutelně spojovány – sexualita, rození, lidské tělo –

¹ Anglicky – „man“; německy – „Mann“; francouzsky – „homme“; italsky – „uomo“; španělsky – „hombre“; rusky – „человек“ apod.

bylo vypuštěno z politické řeči. Politika je totiž rovněž také složitou obranou proti přitažlivé síle soukromého, proti vábení rodinné sféry, proti evokacím ženské moci (Elshtain 1999: 29 [1981]). Nezřídka se objevuje názor, že muži mají strach ze sexuální a reprodukční moci žen. Projekcí vlastností velkých ženských bohyň, které v sobě spojovaly zrození a smrt, plodnost a neúrodu, lásku a nenávisť vyvstává strach z žen. Tento strach, jak se zmiňuje švýcarská psychologka Verena Kastová (1943), v neposlední řadě pochází z toho, že jsou ženy znehodnocovány nebo idealizovány, nejsou ovšem viděny ve své přirozenosti (Kast 2004: 20 [1994]). Podle Elshtainové se to odráží v tom, jak daleko muži zašli při budování společenských forem, jimiž se chrání, při zakotvování své potřeby chránit se před ženami v institucích a činnostech, včetně takzvaně „politických“, jež jsou historicky neoddělitelné od válčení. Přesvědčení, že ženy jsou slabé a jemné, má rovinu vědomou i nevědomou. Muži se definují tím, co je ne-ženské, tedy tím, co není zranitelné. A aby vytěsnili jak nevědomky zakotvený obraz ženské moci, tak uznání „ženské slabosti“ jako něčeho, co sami u sebe nestrpí, vytvořili muži v průběhu dějin tvrdé vnější instituce nesmírné moci – „*jako protiváhu k vnitřní vizi mocné Matky, jako val proti svému vlastnímu, slabému, ženskému já*“ (Elshtain 1999: 138 [1981]).

Proč je ale víra, že jsou ženy postaveny níže mužovi tak převládající mezi lidskými kulturami? Proč existuje universální podhodnocování ženy a jejích aktivit oproti mužské dominanci? Biologickým a kulturním determinantám, které měly vliv na utváření mužských a ženských rolí, se budu podrobněji věnovat v druhé kapitole. V následující části vycházím z předpokladu, že žádná známá úspěšná civilizace není jiná než patriarchální a ve stručnosti uvádím několik příkladů vyspělých světových, dodnes existujících, civilizací, které jsou prodchnuty výraznou tradicí dominance muže nad ženou. Cílem není detailně popsat dané kulturní oblasti, ale ve stručnosti vystihnout kořeny postavení a vzájemných vztahů muže a ženy, které bylo pro dané oblasti charakteristické. Větší pozornost pak věnuji židovské a křesťanské tradici, která měla zásadní vliv na genderovou identitu a mezipohlavní vztahy v našem civilizačním okruhu.

1.1 Muž ženě bohem

1.1.1 Kulturní oblast Indie

Postavení mužů a žen v Indii bylo rozpracováno v díle Mánavadharmašástra neboli Manuově zákoníku. Dílo dostalo závaznou podobu v období mezi druhým století př. n. l. a druhým století n. l. V tomto zákoníku se mimo jiné uvádí, že v povaze ženy je svádět muže, a proto moudří muži u žen nikdy nezapomínají na obezřetnost. Mladé ženy jsou schopny svést na scesti jak učeného, tak neučeného muže. Ani s matkou, sestrou či dcerou není bezpečné sedět samotný (viz Marková 1998: 34). Manu vidí ženu jako bytost, která by pořád jen spala nebo líně posedávala, a přitom se fintila. Po mužích je posedlá. Nekouká na krásu ani na věk, jediné co je důležité je, že je to muž. Aby taková bytost škodila co nejméně, je její úděl na světě přesně vymezen. Ženy jsou tu proto, aby rodily; muži proto, aby dávali pokračování rodu (*ibid.*: 41). Dočteme se zde, že „*žena je příčinou nesvárů, žena je příčinou nevraživosti. Žena ať slouží muži po celý život a zůstane mu věrná až do jeho smrti; ba i tehdy, kdyby ji klamal, kdyby miloval jinou, kdyby neměl ani jednu dobrou vlastnost, musí ho hodná žena uctívat, jako kdyby byl bohem, a ani zaživa ani po smrti nesmí vzbuzovat jeho nevěli*“ (Neumann 1999: 321 [1931]).

Podle zákonů Arjů se věrné a dobré manželky po smrti spojí se svým mužem a nevěrné se zrodí jako šakali. Odtud také vzniká zvyk sebeupalování vdov (*sati*). *Sati* je ženský rod přechodníku "být" a označuje ctnostnou hinduistickou ženu, která se obětuje na pohřební hranici vedle svého zesnulého manžela. Má ulehnout na hranici vedle mrtvého těla manžela a nechat se také spálit. Ve zvláštních případech, kdy měl zemřelý více partnerek, se měly zaživa nechat zpopelnit všechny po něm pozůstalé ženy² (Stingl 2006: 71). Tímto nesobeckým, bezmyšlenkovitým projevem věrnosti žena naplňuje svoji sociální roli, přibližuje se věčnosti. Každá žena, která by odmítla dovést svou roli až k této konečné hranici, se stane *a-sati* neboli „nejsoucím“ nic, protože „*význam člověka spočívá v sehrání a prožití jeho sociální role a bez poskvrny naplnit svůj pohár osudu*“ (Campbell 1998: 79 [1972]). Přestože mělo jít o věc dobrovolnou, existují doklady o důkladných opatřeních, která byla připravována pro případ, že by si žena své rozhodnutí rozmyslela a chtěla uniknout: „*Lešení byla stavěna tak, aby se nakláněla*

² Od roku 1829 je upalování vdov zakázáno zákonem, avšak občas bývá tento obyčej ještě praktikován. Například v roce 1897 se jako *sati* sama upálila osmnáctiletá vdova ve městě Déorálá v Rádžastháně v přítomnosti 5000 diváků (Bellinger 1998: 153 [1993]).

směrem k hranici, hranice byly projektovány tak, aby z nich nebylo možné proklouznout ven a svrchní část se po zapálení ženě zřítíla na hlavu; ženy byly přivazovány a zatěžovány poleny a bambusovými tyčemi. Pokud všechno selhalo a ženě se podařilo z hořící hranice uniknout, byla často přivlečena zpět silou, někdy i vlastním synem“ (Stein 1978 in Renzetti 2003: 373 [1999]). Většina žen však zřejmě nemusela být k rituálu satí nucena, poněvadž vzhledem k tomu, že indické náboženství vdovám zakazovalo, aby se znovu provdaly, a zároveň učilo, že smrt manžela je chybou vdovy (zapříčinily jí hříchy v minulé inkarnaci, případně i v této), mohl jí každý až do konce jejího života pohrdat a špatně s ní zacházet. Náboženský zákon vyžadoval, aby neupálené vdovy prožily svůj život v extrémní chudobě, aby si holily hlavy, chodily prostě oděné, jedly pouze jedno jídlo denně, vykonávaly ty nejpodřadnější práce, nespaly na posteli a s výjimkou chrámu nevycházely mimo domov.

O původu vzniku obyčeje satí existují jen dohady. Mytologicky by šel vysvětlit tím, že první žena boha Šivy, Satí, se upálila, protože její otec Šivu urazil. Avšak Satí nebyla vdovou. Satí měla však i ekonomickou funkci – díky tomu bylo zaručeno, že si žena po smrti svého manžela nebude činit nárok na mužův majetek a jeho rodina jí nebude muset vydržovat. Další vysvětlení může být, že zvyk satí patřil původně kastě válečníků (kšatrijům). Válečník, který padne v boji, přichází rovnou do ráje. A žena se tam mohla dostat také, pokud vstoupila po jeho smrti živá na pohřební hranici (Marková 1998: 61).

V té době se také rodí další zvyk, a to panenské vdovy. Dívky byly často zaslibovány svým budoucím manželům ihned po narození. Takový závazek dívčiny věrnosti měl trvat až do smrti. A jestliže pak její snoubenec zemřel, stalo se děvčátko vdovou, kterou muselo zůstat až do smrti (Stingl 2006: 71).

V Indii podobně jako v Číně dochází k tomu, že pokud rodiče zjistí, že čekají holčičku, raději přistoupí k přerušení těhotenství. Není zde oficiální politika jednoho dítěte, ale pokud rodiče mají dceru, jsou povinni ji zajistit dostatečně vysoké věno. A jestliže rodina, která již nemá na věno dost financí, během těhotenství zjistí, že žena čeká dceru, je pak budoucí matka přinucena jít na potrat. Proto se v posledních letech v Indii rozrostl neuvěřitelnou měrou počet ordinací, kde se budoucí rodiče dozví, jakého pohlaví bude jejich potomek.

1.1.2 Judaismus

Židovská historie pokrývá více než 3500 let. Modelem pro vztahy mezi ženou a mužem v židovské kultuře byly knihy Starého zákona a nařízení, jež byla formulovaná v talmudu. Talmud, který byl sestaven patrně kolem roku 200 př. n. l., zahrnuje ústní interpretace Písma od starověkých rabínů a tvoří pro tradiční judaismus jádro náboženské autority. Podle jahvistické zprávy byla obě pohlaví stvořena po sobě, nejdříve muž a následně žena. Oba byli nazí, člověk i jeho žena, ale nestyděli se. Člověk však nevydržel nejíst ze Bohem zakázaného „stromu poznání“. Lstivý had³ přemluvil ženu, aby božího příkazu nedbala, protože sám Bůh ví, že pokud „z něho pojíte, otevřou se vám oči a budete jako Bůh znát dobré i zlé“. Žena tedy vzala jeho plody a jedla a dala také svému muži. Jak had zvěstoval, oběma se otevřely oči: zároveň ale poznali, že jsou nazí. Boží trest nenechal na sebe dlouho čekat, pro ženu bylo vyneseno: „*Velice rozmnožím tvé trápení i bolesti těhotenství, syny budeš rodit v utrpení, budeš dychtit po svém muži, ale on nad tebou bude vládnout.*“ A protože muž uposlechl hlasu své ženy a jedl ze stromu, odsoudil ho na jedné straně k obdělávání půdy, na druhé straně k nomádství (Gn 2,7-25).

Od té doby je oblečení, které dostatečně nezakrývá pohlavní orgány muže a ženy, tabu. Nahota je považován za cosi ponižujícího, za hanbu nejen pro nedostatečně oděné, ale také pro přítomné diváky. „Pohlavní orgán“ a „hanba“ jsou v hebrejštině vyjádřeny stejným slovem (erva). Podle Jahvisty se hříšný lidský pár za svoji nahotu styděl, takže mu Jahve sám dal oděv, aby jím zakryl své ohanbí. A když Noe ležel po požití vína obnažen uvnitř svého stanu, jeho synové Šém a Jefet ho přikryli pláštěm a odvrátili obličej, aby jej nespatrii nahého, na rozdíl od třetího syna Cháma, který od nahého otce tvář neodvrátil (Gn 9,18-27).

Skutková podstata cizoložství byla pro muže a ženu dána nestejně. Každý pohlavní styk⁴ zasnoubené nebo provdané ženy s jiným mužem, bez ohledu na to zda svobodným nebo ženatým, dělal ze ženy cizoložnici, protože porušila své vlastní manželství. Zatímco oproti tomu každý muž, který se spustil s manželkou jiného, porušil manželství jen jemu. Když ženatý muž souložil s neprovdanou nebo nezasnoubenou

³ Ve skutečnosti, že první žena je svedena právě hadem, zvířetem, které nejstarší víra spojovala s mužským pohlavním údem a přikládala mu životadárné schopnosti, spatřují znalci mýtů ozvuky starověké kultury.

⁴ Je třeba ale zmínit, že v judaismu nikdy nedošlo ke „znečištění“ sexu – samozřejmě manželského – jako v křesťanství. V judaismu také neexistuje odříkání v tom smyslu, že by se propagoval celibát a zakládaly kláštery. Muži a ženy měli v každém případě založit rodinu.

ženou, nebylo tím jeho manželství dotčeno, nedopouštěl se tudíž žádného cizoložství (Bellinger 1998: 245 [1993]).

Pokud měl muž podezření, že je mu žena nevěrná, mohl ji dovést ke knězi a podrobit ji tzv. „žárlivostnímu rituálu“, který je velice podrobně popsán v knize Numeri. Když muž přivede ženu ke knězi, přináší za ni jako oběť „desetinu éfy ječné mouky“.⁵ Kněz začínal rituál tím, že ženu postavil před boha. Potom nabral do hliněné nádoby svatou vodu a nasypal do ní trochu prachu z podlahy příbytku. Pak se obrátil k ženě, která stála s rozpuštěnými vlasy na znamení pokání a držela v rukou obětní dar, a slavnostně jí řekl: „*Pokud se s tebou nikdo nestýkal a ty ses nedostala na scestí a neposkvrnila ses před svým mužem, buď nedotčena touto hořkou vodou prokletí. Ale jestliže ses dostala na scestí a byla svému muži nevěrná a poskvrnila ses tím, že se s tebou stýkal ještě někdo jiný, ať s tebou Hospodin naloží uprostřed tvého lidu podle přísěžné kletby! Hospodin ať způsobí, aby tvůj klín potratil a břicho se nadulo. Ať tato voda prokletí vnikne do tvých útrob, aby ti břicho nadulo a tvůj klín potratí*“ (Nu 5,11-31). Žena musela odpovědět „amen“. Následně kněz vzal z ženiných rukou obětní dar, hrst mouky spálil na oltáři. Žena pak musela vypít obsah nádoby a čekat, jaké následky nápoj způsobí. Cílem tohoto rituálu bylo, aby žena dostala strach a raději se přiznala než vypila nápoj. Manžel se s ní mohl rozvést, ale trest smrti ji nečekal, protože ten mohl být udělen jen po soudu se dvěma a více očitými svědky. Pokud podezřelá žena pohár vypila, tak se jí samozřejmě nic nestalo a muži nezbylo než jí věřit nebo tiše žárlit dál.

Mnohoženství je v Bibli pokládáno za samozřejmost. Deuteronomium přináší návody ohledně dědického práva prvorozeného. Nezáleží na tom, kterou ze svých žen muž miluje více, v den, kdy bude synům předávat dědictví, má větší právo ten, který se narodil dříve (Dt 21,15).

Jednoženství jako jediná forma manželství se stalo závazné zhruba od roku 1450 n. l. pro aškenázské Židy západního kulturního okruhu, kdežto u sefardsko-orientálních Židů v arabských zemích je polygynie dovolena ještě dnes.

Manželství⁶ je rozlučitelné jen z mužovy vůle, muž má právo svou manželku „zapudit“. Naopak pro ženu je rozvod možný jen se souhlasem muže. Pokud nechce muž vystavit rozlukový list, stává se žena afinou – ženou, která se nemůže znovu provdat, protože její muž je buď nezvěstný nebo se s ní nerozvedl. Teprve smrtí manžela

⁵ Odpovídající přibližně 1,7 kg.

⁶ V Izraeli neexistuje odluka státu od církve. Náboženský a rodinný život je proto zcela v rukou ortodoxie. I sekulární Židé se musejí podrobit zákonům ortodoxie v případě obřizky, sňatku, rozvodu a úmrtí. Vše musí být provedeno před rabínskými náboženskými soudy, kde rozhodují představitelé ortodoxie.

se tohoto označení zbavuje, podle židovského zákona však musí být takový svědek muž a Žid.

Současný judaismus je většinou kongregacionalistický, což znamená, že veřejné rituály se provádějí v místních synagogách, jejichž církevní sbor vybral způsob uctívání a vybral určité židovské teologické interpretace jako nejvhodnější. Existují tři typy kongregací: ortodoxní, konzervativní a reformní⁷. Ortodoxní muži a ženy mají podle židovského práva oddělená a velmi jasně definovaná práva a povinnosti. Ortodoxie vyžaduje, aby muži uchovávali a provozovali židovskou tradici prostřednictvím společných pobožností v rámci komunity a denních modliteb v určené časy, a hlavně skrze náboženské studium⁸. Ženy jsou naopak z těchto náboženských povinností vyloučeny, poněvadž by se jejich plnění vylučovalo s jejich primární rolí manželky, matky a tvůrkyně rodiny. Ženy vládou v domácí sféře, kde poskytují manželovi prostor pro provozování náboženského studia a dalších náboženských povinností. Mají ale i své vlastní náboženské povinnosti, mezi něž patří rozdělávání chlebového těsta při přípravě na šabat, zapalování svíček o šabatu a svátcích, dohlížení na to, aby se dodržovala dietetická pravidla a pravidla cudnosti a čistoty ženského těla (Renzetti 2003: 430 [1999]).

V ostrém kontrastu proti ortodoxnímu judaismu stojí reformní judaismus. Ten vznikl v polovině devatenáctého století s cílem učinit judaismus aktuálnější. Odmítá autoritu talmudu i základní judaistickou myšlenku, že Bůh sešle Mesiáše, aby Židy dovedl zpět do zaslíbené země. Spíše než plnění rabínských zákonů se zaměřuje na význam vytváření osobního etického standardu a dává důraz na genderovou rovnost. Bylo zrušeno oddělené sezení, ženám bylo povoleno zpívat ve sborech synagog a začaly být zahrnovány do náboženských vzdělávacích programů. Ženy začaly být dokonce přijímány do rabínského semináře.

Konzervativní judaismus, který vznikl na konci devatenáctého století v USA, se jeví jako střední cesta mezi ortodoxií a reformním judaismem.

⁷ Někdy jsou uváděni jako samostatná kategorie ultraortodoxní Židé, u kterých je kladen důraz na tradiční dodržování halachy, negativní postoj k modernímu způsobu života, sionismu, světskému státu atd.

⁸ Muži tráví život modlitbami a studiem náboženských textů, zásadně nepracují. Kladou důraz na tradiční vzhled (kaftany, jarmulky, klobouky, pejzy, nestříhají se vousy). Zpravidla neslouží v armádě.

1.1.3 Křesťanství

Pro apoštola Pavla je kritériem víry a života muž. Zatímco v názorech Ježíše Krista je patrná výzva k rovnocennosti mužů a žen, apoštol Pavel podřizuje ženu muži. Ženy se mají podřizovat mužům, zatímco muži jsou jen napomínáni, aby milovali své ženy a nechovali se k nim drsně (Ko 3,18).

V oblasti manželství a rozluky Ježíš upozorňuje na to, že od počátku stvoření Bůh učinil člověka jako muže a ženu a proto opustí muž svého otce i matku a přilne ke své ženě a stanou se jedním tělem. Na rozdíl od Starého zákona, kde muži stačilo pouze napsat rozlukový lístek a ženu propustit, Ježíš stanovuje: „*Co Bůh spojil, člověk nerozlučuj! ...Kdo propustí svou manželku a vezme si jinou, dopouští se vůči ní cizoložství; a jestliže manželka propustí svého muže a vezme si jiného, dopouští se cizoložství*“ (Mk 10,6-12). Oproti tomu Pavel říká, že pro muže je lépe, když žije bez ženy, avšak, aby se lidé vyvarovali pokušení Satana z přílišné touhy, je lepší, když má každý muž svoji ženu a každá žena svého muže (1 K 7,1-7,5).

V Prvním listě Korintským se píše i o rozdílnosti muže a ženy při modlitbách a prorocích: „*Rád bych, abyste si uvědomili, že hlavou každého muže je Kristus, hlavou každé ženy je její manžel a hlavou Krista je Bůh. Každý muž, který se modlí nebo vyslovuje prorocí se zahalenou hlavou, zneuctívá svou hlavu, ale každá žena, která se modlí nebo vyslovuje prorocí s nezahalenou hlavou, zneuctívá svou hlavu – je to totéž, jako kdyby její hlava byla oholena. Jestliže si žena nezahaluje hlavu, měla by se ostříhat. Je-li však pro ženu potupné, dát se ostříhat nebo oholit, nechť se zahaluje. Muž by si neměl zahalovat hlavu, protože je obrazem a odleskem slávy boží. Ale žena je odleskem slávy muže. Vždyť muž přece není z ženy, nýbrž žena z muže. Muž přece nebyl stvořen pro ženu, ale žena pro muže. Proto má žena mít na hlavě znamení moci kvůli andělům*“ (1 K 11,3-10).

V rámci křesťanské tradice jsou muži a ženy charakterizováni rozporuplně. Muži mají být racionální, autoritativní a mají si udržovat moc, přesto jejich vůle podle tohoto popisu ochabuje, jsou-li konfrontováni s ženským půvabem. Ženy jsou velice často zobrazovány jako svůdkyně a jsou příčinou mužova hříchu, stejně jako svedla Eva v Rajské zahradě k prvotnímu hříchu Adama. Křesťanství však vynáší pannu s čistým srdcem i tělem a také matku. Obě tyto charakteristiky jsou ztělesněny v postavě Panny Marie (Renzetti 2003: 436 [1999]).

Obzvláště pro období středověku byl typický strach před posedlostí d'áblem. Ten, koho posedl d'ábel sexuálního pudu, se nedostal do konfliktu jen se svými nejbližšími, ale i s vrchností a to znamenalo zpravidla mučení a smrt. Už starověký církevní spisovatel Tertullian (cca 160–230) se domníval, že d'ábel napodobuje svátosti a své stoupence křtí a poznamenává. Při pohlavních orgiích, které potom nastávají, je Satan sexuálně činný. Představy pohlavního styku d'ábla v podobě ženy nebo muže s muži či ženami měly kořeny v prastaré víře v souložích démonů a duchů s lidmi. I katolický filosof a teolog Tomáš Akvinský (1225–1274) byl přesvědčen o existenci nemravných d'ábelských bytostí a možnosti jejich pohlavního styku s lidskými ženami, kterou si představoval tak, že démon, který se má vtělit, se nejprve vzdá muži jako sukubus⁹ a jeho přijaté semeno pak přenesení na ženu, s níž souloží jako inkubus (Neumann 1999: 601 [1931]).

Ďábel sváděl lidi obojího pohlaví, avšak častěji měl spadeno na ženy, které pak byly označovány jako čarodějnice. Za představou zlé a nebezpečné čarodějnice můžeme dešifrovat nedůvěru a možná i pohrdání mužů vůči ženám ve výrazně maskulinní křesťanské společnosti – ztělesňovaly obavy z temných, ryze ženských znalostí, její moci, nespoutanosti, neukojitelnosti a útočnosti. Žena, která se vzepře řádu, pokoře, nenápadnosti a poslušnosti, je čarodějnici. Je symbolem chaosu, vyvolávajícím hrůzu, je obrazem „*zosobňujícím v patriarchální obraznosti onu znepokojivou možnost absence zákona i jeho rozkladu*“ (Knotková-Čapková 2008: 162). Lékař z klevského hrabství Johannes Wierus (16. století) shrnul nadpřirozené síly a zločiny přisuzované čarodějnicím těmito slovy: „*Lamiam (čarodějnicí) nazývám takovou ženu, která se domnívá mít s d'áblem ohavný, ukrutný nebo imaginární spolek, z vlastní svobodné vůle neb na d'áblovo puzení, nucení, pohánění, prudké naléhání a prováděti, jako že mohou vzduch do pohybu uváděti neobyčejným hromem, bleskem, krupobitím, hroznou bouřkou probouzet, plodiny na poli ničit nebo jinam odnáseti, nepřirozené nemoci lidem a dobytku způsobovati, také zase léčiti a odvracet, v krátkých hodinách daleko po cizích zemích se potulovati, se zlými duchy tančiti, s nimi tělesně obcovati, lidi ve zvířata proměňovati a na tisíc jiných podivuhodných věcí bláznovských najevo dávat a prováděti*“ (Wierus in Neumann 1999: 770 [1931]). Proč měl d'ábel spadeno zejména na

⁹ Sukubus byl ve středověké mytologii považován za druh démona – astrálního upíra, který svádí muže, obzvláště mnichy, pohlavně se s nimi stýká a přitom je vyčerpává, někdy až k smrti. V židovských knihách Kabala či Talmud je zmíněna Lilith, která byla podle těchto pramenů první ženou Adama a následně pak byla ztotožňována právě se sukubou, jež se vtírá do postele mužům, aby z nich vysála životodárnou sílu. Opak sukubuse je inkubus, mužský démon (Gelal), který svádí nespokojené ženy, a z jeho návštěv se mnohdy rodí zlé bytosti.

ženy bylo popsáno ve slavném Kladivu na čarodějnice: „Ženy jsou lehkověrnější než d'ábel, který narušuje víru, tak útočí spíš na ně, druhým důvodem je, že ženy od přírody snáze podléhají dojmům a třetí důvod, že mají kluzké jazyky a nejsou schopné před svými družkami pomlčet o těch špatnostech, které znají, a, protože jsou slabé, shledávají, že se samy snadno a potají oddají čarodějnictví“ (Kramer a Sprenger 2006: 121–122 [1486]). Mohly to být staré babky s rozčuchanými šedivými vlasy, které v noci létaly na koštěti na sabat a tam s d'áblem obcovaly. Byly nebezpečné zejména tím, že ovládaly síly přírody. Vařily pro panny a cizoložníky nápoje lásky, vyráběly různé afrodiziakální masti či pomáhaly ženám, aby se zbavily nechtěného těhotenství, ale mohly také přivést pohromu a nemoc ve svém okolí. Mnohé z těchto čarodějnic prý žily celá staletí, ještě od dob pohanských¹⁰.

Ještě nebezpečnější však byly mladé čarodějnice, které neobcovaly jenom s d'áblem, ale i s obyčejnými smrtelníky. Mnohdy bylo ale obtížné poznat, jestli daná žena je skutečně čarodějnici nebo pouze dívkou lehčích mravů, a tak bylo zapotřebí důkazů. Těch se dostávalo prostřednictvím mučidel anebo i pouhými výhrůžkami (žena tak byla donucena přiznat ta nejabsurdnější obvinění). Zajímavé ale bylo, že na obvyklé sugestivní otázky dostával soud většinou stejné odpovědi. Ženy souhlasně vypovídaly, že styk s d'áblem je velice bolestivý, protože d'ábel má nestvůrně velký a jako kámen tvrdý genitál. Jeho penis (zde se výpovědi poněkud lišily) je prý okován železem či pokryt šupinkami a jeho sémě ledové. I přes tyto d'áblové parametry s ním mohly obcovat i panny, aniž by přitom byly deflorovány. Vlastní sexuální sférou d'ábla byla jeho zadní část, jíž si také chlípné ženy zvlášť hleděly. Jak ukazuje mnoho středověkých vyobrazení, ženy si klekaly a dívaly se d'áblovi pod ocas. Nejšťastnější byly, když mu směly políbit zadek, což jim zřejmě dodávalo tajuplné síly (Morus 1992: 92 [1956]).

Styk s d'áblem zanechal na čarodějnici vždy stopy na těle. Jednou z těchto stop bylo například jakési místní umrtvení. Když obžalovanou píchali jehlou a oběť při každém vpichu nevykřikla, bylo to znamením, že se onoho místa dotkly d'áblové prsty. Někdy se považovaly za důkaz i jaterní skvrny, bradavice, ječná zrna či jiná nepatrná znamínka na pleti (*ibid.*: 93).

¹⁰ V Čechách o takové čarodějnici vypráví například pověst z okolí Kašperských Hor. Ta se zmiňuje o nekonečně staré ženě, jménem Swiza, o které nikdo nevěděl, kde bydlí, odkud pochází a proč se zjevuje. Vidali ji, jak se oblečená do vlčí kůže a s jeleními parohy prochází pustými pastvinami nebo lesy. Kdykoli se v kraji objevila, byla to předzvěst zlých pohrom, nemocí či dokonce moru (Rausch 1995: 111 [1974]).

Po první vlně procesů s čarodějnicemi, rozpoutané v jižní Francii, vypukla na přelomu 14. a 15. století nová epidemie čarodějnického šílenství – tentokrát v alpských zemích. Obvinění z čarodějnictví sloužilo často jako záminka k odstranění osob, které někomu stály v cestě. K rozpoznání čarodějnic bylo v roce 1486 vytištěno *Kladivo na čarodějnice* (dílo německých dominikánských mnichů Jacoba Sprengera a Heinricha Kramera). První dvě části obsahují přehled zlořádů a kouzel, které čarodějnice používají k zamaskování svých hanebností, a v třetím díle se uvádí, jak je lze přesto usvědčit pomocí přesně stanoveného procesního řádu. Vyšetřující má dát obviněné 35 otázek. Nenajde-li se nic lepšího, stačí už jen první otázka, aby bylo možno čarodějnici usvědčit. Pokud na otázku „*Věříš v čarodějnice?*“ odpoví vyslychaná „*ano*“, vzniká podezření, že se vyzná v čarodějnickém umění, pokud „*ne*“, proviní se kacířstvím, protože jí byla následovně hned položena další otázka: „*Byli potom nevinně odsouzeni ti, kteří byli upáleni?*“ (Kramer a Sprenger 2006: 496 [1486]).

Zatímco ještě před 200 lety by se mnoho žen obávalo veřejně přiznat k čarodějnictví, dnes se můžeme setkat s tím, že se ženy k příslušnosti k různým čarodějnickým spolkům přímo vychloubají. Tyto kultury v sobě většinou kombinují prvky čarodějnictví s přírodním náboženstvím.

1.1.4 Islám

Islám je po křesťanství druhým nejrozšířenějším náboženstvím na světě. Je však světovým náboženstvím, které se šíří nejrychleji. Islám byl založen prorokem Muhammadem, jemuž Alláh během jeho života seslal četná zjevení, které pak Muhammed předal svým stoupencům v podobě pravidel chování. Ta jsou sepsaná v Koránu, který muslimové přijímají jako boží slovo. Na důkaz podřazenosti ženy vůči muži se cituje verš z Koránu: „*Muži zaujímají postavení nad ženami proto, že Bůh dal přednost jednom z vás před druhými, a proto, že muži dávají z majetků svých (ženám). A ctnostné ženy jsou pokorně oddány a stráží skryté kvůli tomu, co Bůh nařídil strážít. A ty, jejichž neposlušnosti se obáváte, varujte a vykažte jim místa na spaní a bijte je! Jestliže vás jsou však poslušny, nevyhledávejte proti nim důvody!*“ (Súra 4:34). Nejméně podle jednoho šíitského textu byly ženy stvořeny z kalu hříchu démonů, aby sloužily jako pokušení pro hříšníky. Nejsou připuštěny k zasvěcování a mají pouze hodnotu

nástrojů pro vstup do světa duchů dočasně odsouzených, aby na sebe braly tělo jako trest za své hříchy. Samy jsou však bez duše¹¹.

Žena má oproti muži tu nevýhodu, že je po všech stránkách vyloučená z veřejného života a vykázána do soukromí domácností. Za Abbásovců byl zaveden byzantský dvorní mrav, separace manželek, které se mimo harém směly pohybovat pouze zahalené v závoji. Na veřejnosti, to je mimo obytný prostor, mají ženy zakrývat své ženské vnady přehozem, aby jimi muži nebyli sexuálně drážděni. Nezahalené ženy se často dokonce označují za „nahé“ (Bellinger 1998: 322 [1993]).

Zvláště obšírně se Alláh zabývá povinností žen zahalit intimní části svého těla v medínském zjevení:

*„A řekni věřícím ženám,
aby cudně klopily zrak
a střežily svá pohlaví
a nedávaly na odiv své ozdoby
kromě těch, jež jsou viditelné.
A nechť spustí závoje své na ňadra svá.
A nechť ukazují své ozdoby jedině svým manželům
nebo otcům nebo tchánům
nebo synům nebo synům svých manželů
nebo bratřím
nebo synům svých bratří či sester,
anebo jejich ženám anebo těm, jimž vládne jejich pravice (tj. otrokyním)
nebo služebníkům, kteří nemají chůlce (tj. eunuchům)
anebo chlapcům, kteří nemají pojem o nahotě žen.
A nechť nedupou nohama,
aby lidé postřehli ozdoby, které skrývají“
(Súra 24:31).*

Domácnost je jednou z mála oblastí, ve které se ženám přiznává právo vládnout a rozhodovat. Žena rozhoduje, co se bude kupovat, muž nákupy obstarává.

¹¹ Přesto v mytologii těchto sekt byla Alího nevěsta a Mohamedova dcera Fátima, matka Hasana a Husajna, proměněna v božskou bytost dokonce převyšující bytost jejího vlastního otce. Fátima je uctívána celým mohamedánským světem, protože byla jedinou dcerou Proroka, který plodil syny, aby pokračovali v jeho odkaze. V některých šiitských sektách její uctívání dosahuje takových rozměrů, že je nazývána „Matkou svého otce.“ (Campbell 2002: 422–423 [1964]).

Ženy jsou v islámu především matkami a vychovatelkami dalších generací a rodina je považována za základní stavební jednotku společnosti.

Dnes je ve většině islámských společností, kromě těch nejtradičnějších, samozřejmostí, že ženy chodí do školy nebo pracují mimo domov. Přesto je vyvíjeno maximální úsilí, aby se zajistilo, že se nebudou pohybovat ve společnosti příslušníků opačného pohlaví (měly by být pro muže de facto neviditelné) (Renzetti 2003: 444 [1999]).

1.2 Žena nečistá

Jak patrné, že ve všech výše uvedených systémech je žena podřízena muži a nemůže se příliš podílet na chodu společnosti, ani rozhodovat o důležitých věcech. V určitých případech je však kontakt s ní ještě nebezpečnější, a pokud nedojde k „očištění“ a nebude-li dívka držena v určitých mezích, může to zničit jak ji, tak i ty, kdo s ní přijdou do styku. Žena je považovaná za nečistou zejména v období menstruace a po porodu. Vnímání ženy jako zdroje „nečistoty“ však zdaleka přesahuje rámec puritánských náboženství; předpis „*být neposkvrněný od ženy*“ ve skutečnosti figuruje v mnohem širším rituálním a kulturním rámci (Evola 2009: 242 [1958]). V některých kmenech byly dívky hned při prvním náznaku puberty izolovány od zbytku společenství a dokonce i od země. Objevoval se totiž názor, že tyto dívky jsou nositelky tajemné energie, jež sama o sobě není ani dobrá, ani špatná, avšak dokáže tak či onak působit, a to dle okolností a způsobu, jak je použita (*ibid.*).

Jako „nemoc“ se menstruace objevuje v lidové řeči mnoha národů. Indická Kamasútra radí dívce, která nemůže milenci nic poskytnout, aby hovořila o jedné a té samé nemoci, která se objevuje nezaviněně, nedá se zatajit, nedá se očima postřehnout a nevyskytuje se dále.

Obzvláště nebezpečná pak byla první menstruace. Pohlavně dospělá dívka se u přírodních národů stává nositelkou nepřátelských duchů, ducha ženských předků a potom démonů, které je třeba vypudit, aby se děvče mohlo stát plodným a rodilo svému muži zdravé děti. V tomto období jsou dívky poučené o věcech své přirozené a manželské funkce; jsou jim udělena podrobná poučení o manželských povinnostech i z pohlavního hlediska. U Kondů ve východní Africe poprvé menstrující dívku zavřeli na jeden až dva měsíce do samostatného domu, který nesmí opustit. Mohla ji tam však navštěvovat vesnická mládež, chlapci a děvčata; všichni, kromě jejího milého. V tomto

období se jí dostávalo patřičného ponaučení, a když uplynul příslušný čas, prozkoumaly ženy její panenství. Pokud byl výsledek uspokojivý, uspořádala se slavnost, při které přítomné ženy byly pohoštěné masem a příkrývka, na které dívka spala, byla spálená. Pokud děvče mělo ženicha, zaplatil její nápadník otci zbytek kupní ceny a vzal si ji domů. Jestliže však prohlídka děvčete skončila špatně, mohl ženich, pokud sám nebyl viníkem, děvče odmítnout a žádat zpět svůj dobytek (Neumann 1999: 192 [1931]).

Český básník, publicista a překladatel Stanislav K. Neumann (1875–1947) ve svém díle *Dějiny ženy* uvádí zmínku o klecích pro dívky, které se objevovaly v Nové Británii v Bismarckově souostroví. Jistý misionář popisoval zážitky ze setkání s tímto zvykem: „*Přišel jsem právě včas, abych byl svědkem obřadu spojeného s uvězněním děvčete v kleci. To ubohé stvoření, ověšené náhrdelníky a pásy z červených, bílých a modrých perel, vypadalo velmi vylekaně. Ráno ho tetovali novoirským způsobem, to znamená, že jí do těla vyřezali různé vzorky. Část obřadu tvořil zápas mezi ženami skupiny Maramara a skupiny Pikalaba – na tyto dvě skupiny se dělí obyvatelstvo – zdánlivě o právo hlídat uvězněnou. Ženy po sobě házely vše, co jim přišlo pod ruku, a potom vítězné z nich udělaly útok na budovu, kde bylo děvče zavřené. Před úzkým vchodem se strhla všeobecná rvačka*“ (Neumann 1999: 192 [1931]). Cestovateli Brownovi se podařilo nahlédnout do vězení těchto dívek, i když před tím musel překonat odpor osob, které dívky hlídaly, a následně i samotných děvčat. Chatrče byly schovány v lese a byly pro muže, i když byli jejich příbuzní, zcela nepřístupné. Brown je popisoval takto: „*Byla to budova asi 25 stop dlouhá a stála v ohradě u třtiny a bambusu. Nad jejím vchodem visela otýpka suché trávy, která znamenala, že je úplně tabu. Vnitřek domu obsahoval tři kuželovité chatrče 7 nebo 8 stop vysoké a 10 až 12 stop široké v základně, a asi 4 stopy vzdálené od země, odkud se zužovaly do špičky. Tyto klíčky byly vyrobeny ze široké pandánové kůry a byly tak pevně sešité, že do nich nemohlo vniknout světlo a vzduch tam přicházel jen velmi nepatrně. Na jedné straně každé chatrče byl otvor, který tvořily dvojité dveře upletené z kokosníkové a pandánové kůry. Asi tři stopy od země byla bambusová dlážka. Jak mi vyprávěli, v každé klícce bylo zavřeno jedno děvče a každé zde muselo zůstat 4 až 5 let, přičemž jí nedovolili z budovy nikdy odejít*“ (Neumann 1999: 193 [1931]).

Francouzská filosofka Simone de Beauvoir (1908–1986) se zmiňuje, že strach ze ženy jako nečistého je daný tím, že ženský princip má v době menstruace největší sílu, a tak vzniká obava, aby v důvěrném styku nezvítězil nad principem mužským (Beauvoir 1966: 81 [1949]). Jak uvádí i americká psycholožka Karen Horneyová (1885–

1952), žena se stává obzvlášť zlověstnou v období, kdy přichází krvavý projev jejího ženství. Kontakt se ženou během menstruace způsobuje, že muži ztrácejí svou sílu, pastviny vadnou, rybáři ani lovci nemají žádné úlovky. Deflorace znamená pro muže krajní nebezpečí. Podle Horneyové se muž snaží zbavit strachu tak, že jej zpředmětní. Není to tak, že by se on jí bál, nýbrž ona je krvelačná šelma, upír, čarodějnice, která je ve své touze neukojitelná. Je samotným ztělesněním zlověstnosti (Horney 2004: 133 [1967]).

Podle britské sociální antropoložky Mary Douglasové (1921–2007) je úzkost z poskvrnění a ztráty z tělesné kontroly nejsilnější právě ve společnostech s přísnými sociálními pravidly. Potřeba, aby byl svět jasný a zřetelný vede k tomu, aby všechno nečisté bylo vyloučeno. Douglasová na příkladu kmene Kwaio ukázala, jak se „nečisté“ a „posvátné“ promítá do jejich každodenního života, včetně postavení mužů a žen. Muži jsou spojováni s kategorií posvátného a místem „nahore“, oproti tomu ženy s kategorií nečistého a místem „dole“. Jejich těla jsou považována za nečistá a jsou vyloučené ze všech mužských rituálů. Tato symbolika se odráží také v sídelním uspořádání. Posvátný „mužský dům“, ve kterém muži spí a jedí, je umístěn na vyvýšeném místě na kraji vesnice. Na nižší a ponižující straně stojí „menstruační chýše“, která je považována za nečistou a muži tam mají přístup zakázaný. V centrální části vesnice stojí jeden nebo více obytných domů, z nichž je každý rozdělen na mužskou horní část (nad ohništěm) a dolní stranu, která je vyhrazena mužům i ženám. Muži se mohou volně pohybovat mezi obytnými domy a posvátným mužským domem, ženy mezi obytnými domy a menstruační chýší. Pokud je muž „posvěcen“ konáním rituální oběti nebo je žena „nečistá“ po menstruaci, musí být před vstupem do teritoria každodenního života podrobeni drastickým rituálům očisty (Soukup 2004: 532–533).

1.3 Nadvláda ženy?

Mohlo v minulosti existovat období, ve kterém by bylo všechno jinak? Ve kterém by to byly ženy, které by vládly a určovaly chod společnosti? V evropském prostředí dominantní postavení muže v čele rodu a rodiny nebylo dlouho zpochybňováno a od Platóna a Aristotela se tradovalo, že vůdčí postavení náleželo muži odjakživa.

Přesto právě archeologické nálezy z paleolitu a neolitu ukazují, že postavení ženy mohlo být odlišné, než jak je bylo možno vidět v dominantních náboženských

systemech demonstrováných výše. Na nástěnných malbách paleolitických jeskyní převládají sice zvířecí formy, ale hlavním tématem zájmu mezi sochařskými pozůstatky ze stejného období byla žena. Oproti tomu jsou poměrně vzácné postavy mužů objevujících se mezi nakreslenými zvířaty. Většinou jsou maskované nebo jinak upravené, aby připomínaly mytologické bytosti a magické záležitosti, ženské sošky vyřezané z kosti, kamene nebo mamutoviny jsou nahé a prostě stojí. Mnohé jsou extrémně obézní a stylizované tak, aby byly zdůrazněny velké pohlavní orgány, trojúhelník genitálií a živící prsa. Na rozdíl od mužských postav nejsou ženy nikdy v kresbách maskovány ani nijak upravovány (Campbell 2008: 286 [1959]). V neolitu byla úrodná země, z níž vychází vegetace, uvedena do souvislosti s plodným mateřským lůnem ženy. Ženy se stávají odpovědné za hojnou úrodu, neboť znají „mystérium“ tvoření života. Stejně jako lidské sémě, které odpočívá v břiše matky před tím, než se z něj narodí dítě, leží obilné semeno delší čas v „břichu země“, než vyklíčí jako viditelný výhonek. Protože z obou lůn vyrůstá nový život, kterým rod a kmen vděčí za svůj život a přežití, jsou žena jako matka a země ztotožněny a stávají se synonymem. Země, mateřské lůno všeho živého, je personifikována jako mateřská bohyně Země – Matka. Později, po objevu pluhu, je zemědělská práce připodobňována k sexuálnímu aktu.¹² U kultur zabývajících se obděláváním půdy se objevují sošky ženských idolů, zhotovené ze dřeva nebo kamene. Jedná se většinou o ploché, deskám podobné sošky nahých žen se zdůrazněnými atributy plodnosti, širokými boky a vystupující vulvou, často ve spojení s dětmi nebo se zvířaty (zejména s hady a ptáky). Nálezy čistě mužských idolů neolitických zemědělských kultur jsou vzácnější. Fakt, že falus se v uměleckých dílech neobjevuje tak nápadným a rozšířeným způsobem, se dá vysvětlit nedostatkem přímých důkazů vztahujících muže ke zrození potomka. Lze tedy soudit, že v určitém stádiu vývoje lidstva byly ženy pokládány za jediné, kdo je zodpovědný za přivedení nového života na svět (Blackledge 2005: 55 [2003]).

Mimořádně důležitá hospodářská úloha, kterou žena hrála při zrodu lidské kultury, byla v 19. století podnětem ke vzniku nauky o mateřském právu. V roce 1861 vystoupil se svou knihou *Mateřské právo* švýcarský právník Johann Jakob Bachofen (1815–1887). Podle něj původně lidé žili promiskuitně, a protože se nevědělo, kdo je otcem dětí, byl jediným bezpečným příbuzenským vztahem vztah mezi dětmi a jejich

¹² Maďarský antropolog a psychoanalytik Géza Róheim (1891–1953) se dokonce domníval, že vznik zemědělství má kořeny v Oidipově komplexu. Tvrdil, že tím, že je země v různých mytologických systémech vždy považována za ženu, jsou různé formy její kultivace pouze pokusy o to navázat s ní intimní styk.

matkou. Proto matky dosahovaly tak vysoké úcty a měly ve svých rukou i politickou moc. U všech starověkých národů prý původně existovala gynekokracie (vláda žen). Teprve zvolna, za těžkých bojů vznikla nová forma lidského soužití – monogamie, ve které již byl znám otec dětí a mateřské právo tak bylo vystředáno otcovským (srov. Morus 1992: 13 [1956]). Bachofen popřel, že příroda ustanovila vládcem rodiny muže. Přírodní právo dle něj přísluší ženě a žena také v minulosti dokázala, že toto právo dovede vykonávat.

Pozitivistické myšlení, ovlivněné Darwinovou biologickou evoluční teorií a Comtovou sociální fyzikou, bylo připraveno přijmout matriarchát jako univerzální stadium vývoje lidské společnosti. Myšlenka matriarchátu našla své stoupence i v kulturní a sociální antropologii. Americký antropolog Louis Henry Morgan (1818–1881) ve svém díle *Pravěká společnost* (1877) stanovil vývojové fáze v evoluci společnosti od divoštví přes barbarství k civilizaci a srovnával genealogii římských a indiánských rodů s ohledem na matrilinearitu. Britský sociální antropolog John Ferguson McLennan (1827–1881) se věnoval přímo problematice primitivních forem manželství, studoval formy exogamních a endogamních sexuálních styků a matriarchát určil jako historickou fázi vývoje.

Ve skutečnosti však nikdo nikdy nebyl schopen uvést konkrétní případ, který by představoval skutečný matriarchát, i když evidence takové fáze se objevuje například v mýtu o Amazonkách či dokonce v českých pověstech, kde se hovoří o Vlastě a Dívčí válce. Existuje okolo 10–15 procent světových společností, které sledují rod a původ výlučně skrz ženy. Ale sledování svého původu skrze ženskou linii není důkazem matriarchátu nýbrž pouze matrilineality. Stejně tak i to, že žena hrála v prehistorickém náboženství i v životě klíčovou roli, nemusí nutně znamenat, že by byli muži chápáni jako podřízení a že by s nimi bylo tak také zacházeno (viz Eislerová 1987).

Víra, že jsou to pouze ženy, které jsou zodpovědné za zrození nového života, se vyskytovala i u obyvatel Trobriandových ostrovů na Papui–Nové Guineji, jejichž život dokumentoval slavný britský sociální antropolog polského původu Bronislaw Malinowski (1884–1942). Podle představ Trobriandských ostrovanů nemá otec se zrozením dětí fyziologicky nic společného. Věří, že děti jsou v podobě drobných duchů vpraveny do matčiny dělohy zpravidla pomocí ducha matčiny zemřelé příbuzné. Jakmile se narodí, je povinností matčina manželka děti opatrovat, chránit a „na rukou nosit“. Nejsou však „jeho“ v tom smyslu, že by měl nějaký podíl na jejich zplození. Otec je cizincem, jehož autorita je založena na osobním vztahu k dítěti, ale ne na jeho

společenské pozici v rodě. Opravdové příbuzenství, kterým je identická substance, „stejná krev“, existuje pouze skrze matku. Autorita nad dětmi je udělena matčinu bratrovi, který s ní z důvodů přísných tabu, nemůže mít blízký vztah a ani udržovat kontakt s její domácností (Malinowski 2007: 21 [1927]). Trobriandští domorodci zastávají tradici předepsaný zákon, že manžel je za sexuální služby manželce zavázán, musí si je zasloužit a platit za ně. Hlavním způsobem, jak dostát této povinnosti, je prokazovat služby a náklonnosti jejím dětem (*ibid.*: 35).

Jak se obraz ženy promítá do postav starověkých bohyní? Italský filosof Julius Evola (1898–1974) se zmiňuje, že z hlediska toho, jak se ženský princip odráží v podobách uctívaných bohyní, lze hovořit o dvou základních typech ženského principu – archetyp matky a milenky. Demérický typ je v západním antickém světě doložen už od mladšího paleolitu, pokračuje neolitem, krystalizuje v předhelénských božstvech matky, postupuje jižní cestou od Pyrenejí přes egejskou civilizaci, Egypt a Mezopotámii až do předárijské Indie a Polynésie. Hlavní roli u tohoto typu zaujímá téma plodnosti. Nejpůsobivější vyobrazení znázorňují bohyni s mnoha prsy či nahé stojící nebo ležící ženské postavy s doširoka roztaženými nohama, jak ukazují svůj pohlavní orgán, odkud vytéká jejich pohlavní svátost jakožto magická energie. U některých primitivních národů je toto téma převážně vyjadřováno znázorněním dělohy a pohlavního orgánu – obráceným trojúhelníkem (zároveň symbol vody). „*Je symbolem a křížmem magické síly, jejímž účelem bylo jednak oplodnění a zároveň vystrašení a odpuzení nezvaného návštěvníka*“ (Evola 2009: 215 [1958]). Stejný význam má i ženské gesto vyhrnování šatů a ukazování pohlavního orgánu. Víru v moc ženských genitálií a gesto zvedání sukne a odhalení vagíny nalézáme v mytologii různých kultur, pověsti s tímto aktem jsou spjaté buďto se schopností odvracet zlo nebo s účinky zvyšující plodnost. V ruském folklóru existuje pohádka, která vypráví, že když se v lese objeví medvěd, může být zahnán mladou ženou, která si před ním zvedne sukni. Při setkání s nepřátelskou situací se tak jeví pro ženu nejlepší, když zvedne sukni a odhalí se. Řecký spisovatel, historik a filosof Plútarchos (cca 46–127) ve svém pojednání *O statečnosti žen* popisuje příhodu s odhalením vulvy, když si velká skupina žen zvedla sukni, čímž ovlivnila výsledek války (Blackledge 2005: 18 [2003]).

Projev afroditického principu prvotního ženství jako rozkládající, rozvracející, extatické a propastné sexuální síly, vystupujícím jako protiklad demérické ženskosti, nalézáme v indické Káli. Ve středozevní oblasti můžeme rozpoznat tyto rysy především v bohyni Ištar. Ištar je „panna“, ale zároveň je i „Velkou prostitutkou“. Materialistický

pozůstatek této koncepce nalézáme i v křesťanském dogmatu, podle něhož Marie počala, aniž by byla oplodněna mužem, avšak zároveň zůstala pannou i po porodu. „*Je zde vyzdvihována schopnost „první matérie“ přijmout jakoukoli formu a vstřebat jakýkoli tvar, aniž by se jakkoli vyčerpala a aniž by byla ovládnuta ve své poslední příčině*“ (Evola 2009: 218 [1958]). Jedná se tedy o panenství chápané jako nepostižitelnost, jako propastnost a jako dvojakost a neurčitost „božského ženství“. Artemis a Athéna, které byly v helénském období považovány za panny, byly v předchozích obdobích bohyně-matky výše uvedeného typu. Panenské bohyně a také samotná Ištar, panna a prostitutka v jedné osobě, se mohly projevovat i jako božstva války a vítězství. Je zde tedy vyzdvihována dvojakost síly, která je zároveň silou života i silou smrti (*ibid.*: 219). Lidé se snaží využít a popudit bohyni s její nespoutanou smrtonosnou silou proti svým nepřátelům a tehdy právě přebírá rysy bohyně války.

Stejně tak i Stanislav K. Neumann se ve svých *Dějínách ženy* zmiňuje, že ženy lze rozdělit na dva typy: matky a milenky. Přitom však nelze považovat „matku“ za typ mravně vyšší než je „milenka“. Spíše to souvisí s takzvanou vnitřní selekcí. Oba dva typy jsou stejně málo „nesobecké“. „Matka“ ukájí svou smyslnost s dítětem „mimogenitálním“ způsobem, zatímco „milenka“ si zachovává stále stejně silné genitálie, přirozeně „svírající“ cítění, nepřeje si mít děti a bývá špatnou matkou (Neumann 1999: 227 [1931]).

Můžeme pozorovat, že s kulturně historickým vývojem a přechodem od hospodářského stupně pěstitelů obilí k pluznímu zemědělství se muž stává čím dál tím víc rovnocenný ženě pěstující rostliny. Na stejnou úroveň jako vulva ženy se dostává brázda. Vyseté semeno zaujímá místo spermatu, pluh úlohu mužského falu. Z mužů se postupně stávali pastýři a chovatelé dobytka, a úloha ženy pak poklesla na okrajovou funkci. Vedle měsíčních Bohyň-Matek¹³ se začala vyskytovat četná mužská božstva, napřed jako jejich synové, později rovnocenní partneři a poté v patrilinéárních kulturách získávají nad nimi nadřazenost (Bellinger 1998: 29 [1993]). Od té doby je patrná ve všech velkých náboženstvích světa nadvláda muže nad ženou. Zatímco ve starších mýtech a rituálech byly světlé a temnější stránky bohyně-matky uctívány stejně a společně, v pozdějších patriarchálních mýtech orientovaných na muže bylo všechno dobré a vznešené připisováno novým, hrdinským bohům a původním přírodním silám byl ponechán pouze charakter temnoty, k němuž byl nyní také přidáván negativní

¹³ V kulturách pěstitelů rostlin je božstvo měsíce často ženského rodu. Periodicita měsíce se klade do vztahu s pravidelným krvácením u žen a v měsíci se spatřuje regulátor menstruace.

morální posudek. Společenské i mytické projevy dvou protikladných způsobů života mnohdy stály proti sobě. Tam, kde byla uctívána bohyně jako dárkyně a živitelka i jako konzumentka zemřelých, měly ženy jako její představitelky vysoké postavení i v kultu. Protikladem takového řádu je řád patriarchální *se „zápalem počestné výmluvnosti a zuřivosti ohně a meče“* (Campbell 2002: 21 [1964]). Potlačení bohové se stávají démony. Snad nejvýraznější příklad můžeme nalézt v křesťanství, které přináší postavu Lucifera. Už jenom ve jméně (ten, který přináší světlo) tohoto ztělesnění zla spatřujeme odkaz na bohyni Venuši.

Podle mého názoru se můžeme spíše než s nadvládou ženy setkat s komplementárností mužského a ženského principu. O neomezené moci, která je spjatá s jejich propojením, se zmiňuje i americká archeoložka litevského původu Marija Gimbutas (1921–1994). Jejím centrem studijního zájmu se stalo období mezi 7000–3500 lety př. n. l., o kterém hovoří jako o civilizaci „Staré Evropy“. Tato oblast se rozkládala mezi Egejským a Jaderským mořem včetně jejich ostrovů, severní část tvořily dnešní Čechy a Slovensko, jižní Polsko a západní Ukrajina. V tomto období obyvatelé této oblasti vyvinuli mnohem komplexnější sociální organizaci než jejich západní a severní sousedé. Vytvářeli sídla v rozsahu malého městečka, nevyhnutelně spojená s rozvojem řemesel, náboženství a vládních institucí (Gimbutas 1982: 17 [1974]). Právě v této oblasti se našly sošky, které bychom mohli nazvat falické ptačí bohyně. Někdy má tato bohyně podobu falusu v erekci s malými křídly; později ztělesňuje ženu, která, když se na ni podíváme z profilu, připomíná ptačí tělo s ocasem. Jindy může mít podobu nahé ženské postavy s nepřirozeně dlouhým a masivním krkem¹⁴. Tyto sošky byly nalezeny nejenom v sídlech, ale i na hrobech, kam byly figurky Velké bohyně umístovány samostatně, v párech nebo dokonce v tuctu.

¹⁴ Ptačí bohyně dominuje mezi 7000–6000 lety př. n. l. v balkánské oblasti a v oblasti Egejského moře. Během 5000–4000 lety př. n. l. byl stále častěji stereotypizován obraz bohyně se složenýma rukama. Je zobrazena ve stoje či v sedě, na hlavě má masku s nadpřirozenými doplňky, ruce má pevně přitisknuté k tělu, naznačené obnažené prsy a výrazný pubický trojúhelník (Gimbutas 1982: 159 [1974]).

2 „Být mužem, být ženou“ aneb co nás determinuje

Jak jsem uváděla výše, každá společnost si skrze náboženský systém vytvářela pravidla, kterými určovala životy žen a mužů a tím pádem měla vliv i na jejich identitu. Je třeba si uvědomit, že proces sebepotvrzování úzce souvisí se sociální, kulturní, politickou a ekonomickou situací v dané společnosti. Kdo či co ale určuje pravidla v západní společnosti jedenadvacátého století, pro kterou je charakteristický čím dál tím větší příklon k ateismu a preference života pro přítomný okamžik? Nahrazuje identifikaci s Bohem vidění vzorů v celebritách? Na kolik v dnešní společnosti hraje roli biologická determinace „mužskosti“ a „ženskosti“, genderové stereotypy, které se utvářely v daném kulturním prostředí a jaký vliv v tom všem má čím dál tím víc zrychlující se civilizační pokrok?

2.1 Koncept identity

Právě identita je jedním z klíčových pojmů této práce. Ve *Velkém sociologickém slovníku* je identita definovaná jako „jednota vnitřního psychického života a jednání, která bývá též nazývána autentickým bytím“ (Velký sociologický slovník 1996: 414). Identita se zároveň stala takovým pojmem, od kterého se odvozuje a kterým se vysvětluje jisté konání lidí. Když jednáme jistým způsobem, často poukazujeme na to, že tak činíme proto, že někým či něčím jsme (Výrost, Slaměník 2008: 110).

Americký sociolog Peter L. Berger (1929) a německý sociolog Thomas Luckmann (1927) ve svém díle *Sociální konstrukce reality* poukazují na to, že identita se utváří během sociálních procesů. Identity vytvořené vzájemným působením organismu, individuálního vědomí a sociální struktury zpětně danou sociální strukturu ovlivňují, udržují, obměňují, a dokonce jí i přebudovávají. Společnosti mají své dějiny, v jejichž průběhu vznikají určité identity. Zároveň si je však nutné uvědomit, že tyto dějiny jsou vytvářeny lidmi s určitou identitou (Berger, Luckman 1999: 171 [1966]). Identita je jev, který je výslednicí dialektiky vztahu jedince a společnosti. Typy identit jsou však výhradně sociálními produkty a představují relativně stabilní prvky objektivní sociální reality (míra jejich stability je však samozřejmě opět dána sociálně) (*ibid.*).

Britský sociolog Anthony Giddens (1938) se zmiňuje, že v post-tradičním řádu reflexivně organizované společnosti, jež je prostoupená abstraktními systémy a ve které nové uspořádání času a prostoru srovnalo místní s globálním, prochází osobní identita

jedince značnými změnami. V takovémto pluralitním světě rozličných životních stylů a kultur se stává nejednoznačnou. Člověk je neustále nucen vybírat z neomezeného množství možných vzorců chování a na rozdíl od předcházejícího tradičního společenského uspořádání je odkázán jen sám na sebe. On sám musí vyřešit otázku své identity, sám definovat, kým být, jak jednat, co dělat. „*Modernita konfrontovala jedince s rozmanitostí výběru, ale zároveň mu nabídla jen velmi malou pomoc s tím, kterou možnost by si měl vybrat*“ (Giddens 1991: 80).

Genderová identita je identifikací jedince k mužskému nebo ženskému pohlaví. Je širokým konceptem, který zahrnuje všechny charakteristiky, které utvářejí každého jedince skrze rozmanitou řadu biologických, psychologických, sociálních a kulturních faktorů (Stoller 1976 in Tyson and Tyson 1990: 250). Genderovou identitu není vždy možné jasně vidět, ale vychází z vnitřních pocitů daného jedince. Tato identita však nepodmiňuje naše genderové chování úplně. Jedinci se mohou v různých situacích chovat podle modelů chování obou genderů. Tomu, nakolik mohou být tyto faktory vrozené nebo utvářené kulturou, ve které vyrůstáme, se budeme věnovat níže.

2.2 Norma maskulinity a femininity

Pokud se podíváme na muže a ženu z hlediska přirozené tendence člověka rozlišovat na protichůdné páry, myšlenky, že svět se nalézá v dialektických protikladech s tendencí je vyřešit a dojít k vyšší syntéze, můžeme pozorovat následující vlastnosti spojené buď s ženskostí, nebo mužskostí (Poněšický 2008: 31):

Žena	Muž
Chaos	Pořádek
Příroda – přirozenost	Kultura, civilizace
Analogické zpracování	Digitální inteligence
Syntetické myšlení, celistvost, vlna	Analytické myšlení, částice
Vnitřní prostor	Vnější prostor
Romantické pojetí člověka	Racionální pojetí člověka
Objekt touhy	Chtějící subjekt
Zlý, špatný, nemocný	Dobrý, tvůrčí, zdravý
Konzervativní, uchovávací	Radikální, agresivní
Oběť, poddaný, masochismus	Pachatel, pán, sadismus

Potřeba lásky, závislost, silná vztahovost	Potřeba nezávislosti, svobody a vyniknutí
Přijímání	Dobývání
Tělo	Duch
Smrt, podsvětí	Život, světlo

V roce 1936 byla vydána americkými psychology Lewisem M. Termanem (1877–1956) a Catharine Cox Milesovou (1890–1984) kniha *Pohlaví a osobnost*, která si klade za cíl vědecky stanovit normu a maskulinity a feminity, tedy rozdíly v osobnosti muže a ženy v naší společnosti. Sestavili „Test maskulinity/feminity“, který obsahoval dotazník o 910 položkách. Otázky v něm byly rozděleny do několika sekcí. V první měla testovaná osoba vybrat jedno ze čtyř slov, které jí asociuje k jinému slovu (např. *schůzka*: dostaveníčko, tanec, plody, jednání; ke slovu *měsíc*: světlo, kalendář, noc, kolo). Zjistilo se, že muži a ženy reagují odlišně. Zatímco muži vybírali u slova *schůzka* „tanec“, „plody“ a „jednání“ a u slova *měsíc* „světlo“, ženy naopak vybíraly pro *schůzku* „dostaveníčko“ a pro *měsíc* „noc“ a „kolo“ (možnost „kalendář“ se ukázala jako neutrální).

Účelem testu bylo změřit, nakolik se odpovědi dané osoby shodují či odlišují od odpovědi většiny respondentů stejného pohlaví. Zvolena byla témata, u nichž se prokazatelně liší reakce mužů a žen. Výsledky obou pohlaví se pohybují v určitých rozmezích a soustřeďují kolem různých bodů (tzv. střední hodnota specifická pro pohlaví). Rozdíly mezi středními hodnotami mužů a středními hodnotami žen lze detailně analyzovat. U slovních asociací ženy často volily názvy částí oděvu, ozdob, barev, esteticky hodnotící výrazy, názvy týkající se domova a slova naznačující „laskavou“ a „vstřícnou“ orientaci směrem ke společnosti. Muži naopak více volili výrazy z oblasti vnějšího prostředí, činnosti, dobrodružství, z oblasti vědy a techniky, politiky, obchodu a podnikání. Ty úseky testu, které kladou mužům a ženám specifické otázky, ukazují, že klíčovou charakteristikou muže je „agresivní, dobrodružství hledající, podnikavý, navenek orientovaný“. Nejvýraznější rysy ženy jsou „aktivně empatická, dovnitř orientovaná, mateřský pud a něžné city, zájem o věci týkající se domova“. Z dalších částí vyplývá, že ženy mají blíže k slzám, nechají se snadněji odradit než muži, mají soucit se slabými a bezmocnými, v rozhodování jsou citovějšími a méně objektivní než muži, vyznačují se introvertními reakcemi. Výzkum Termana a Milesové ukázal, že v západní civilizaci existují objektivní rozdíly mezi ženami a muži,

nicméně už neukazují co tyto rozdíly způsobuje, nevypovídají nic o tom, zda mají původ v biologii, nebo v kultuře (Oakley 2000: 45–46 [1972]).

Koncepce aktivního muže a pasivní ženy jakožto fenoménu, který můžeme pozorovat ve vyspělých civilizacích celého světa, vyzývá k otázce po její příčině. To, zdali jsme víc ovlivněni přírodou či kulturou, ve které vyrůstáme, se stalo tématem sporu 20. století mezi představiteli kulturního a biologického determinismu.

Paradigma biologického determinismu dominovalo do poloviny 20. století, kdy převládala představa, že rozdíly mezi pohlavími jsou dány genetickou výbavou a hormonálními vlivy. Později uskutečněné sexuologická a psycho-neuro-endokrinnologická výzkumná šetření dokázala relativitu biologických vlivů na psychické rozdíly mezi muži a ženami. Od začátku šedesátých let 20. století se ženská hnutí ocitla opět v popředí zájmu veřejnosti a začala se zabývat daleko širším spektrem problémů než v minulosti (například právem na potrat, rovnoprávností žen a mužů na ekonomickém poli i v soukromé sféře, kde feministky prosazovaly partnerský model rodiny, v němž jsou pozice ženy a muže rovnocenné, dělba práce je flexibilní a uplatňují se demokratické principy v postavení muže a ženy). To mělo vliv na to, že dominantní roli začalo mít paradigma kulturního determinismu.

Na konci 20. století došlo k další změně v oblasti genderových paradigmat. Nové poznatky z oboru genetiky a otevření nových obzorů v diagnostice sexuálních anomálií, vedly k částečnému přijetí biologického paradigmatu a propojení kulturního determinismu v jedno interaktivní paradigma a následně k tvrzení, že rozdíly mezi muži a ženami jsou dány jednak jejich rozdílnou biologickou stránkou a jednak kulturními a psychosociálními faktory (Poněšický 2003). Nakolik jsou rozdíly mezi muži a ženami v jejich chování, postojích, jednáních, vystupování, zájmech, komunikaci, vrozené a nakolik získané v procesu socializace, je otázka velice obtížně řešitelná či spíše neřešitelná, poněvadž dítě je již od narození vystaveno procesu socializace, v němž se učí své genderové roli, což pak může být v pozdějším věku považováno za přirozené či vrozené. V následujícím textu si uvedeme nejvýznamnější představitele a myšlenky jak biologického, tak kulturního determinismu.

2.3 Paradigma biologického determinismu

Představitelé biologického determinismu, dědicové racionalismu, vyzdvihují vliv dědičnosti a vrozených vlastností na lidskou sociální a kulturní aktivitu. Zdůrazňují, že enkulturace, zahrnující socializaci a adaptaci jedince na určitou kulturu, představuje pevnou součást biologického procesu ontogeneze, který je podmíněn genetickým programem. Dle biologických deterministů existuje určitá lidská přirozenost, něco, co všechny kultury musí respektovat a co se projevuje prostřednictvím kulturních univerzálií.

Teze biologického determinismu byly silně ovlivněny působením některých, zejména německých badatelů, činných před druhou světovou válkou, kteří kladli příliš velký důraz na vrozenost a neměnnost specifických vzorů chování a hodnotové orientace v různých kulturách. Těžiště kvalitativních rozdílů mezi odlišnými kulturami bylo hledáno na půdě biologie. Tento názor vyústil v eugeniku, která předpokládá, že selekcí, sociální simulací přírodního výběru a přizpůsobením preferovanému kulturnímu vzoru lze „vyšlechtit“ lidskou populaci.

2.3.1 Arthur Schopenhauer – cílem vůle je pouhé zplození potomka

Myšlenky biologického determinismu můžeme najít již například u německého filosofa 19. století Arthura Schopenhauera (1788–1860). Ten přichází s názorem, že cílem vůle je pouhé zplození potomka a všechna zamilovanost, ať se tváří sebeétericky, má své podhoubí jenom v pohlavním pudu (Schopenhauer 1992: 10 [1819]). Schopenhauerova vůle k životu má zaslepující charakter. Orientuje se hlavně podle vnějšího vzezření protějšku, které je důležité pro zachování druhu určité kvality. Podle Schopenhauera podstata člověka nezáleží v myšlení, vědomí, rozumu, nýbrž naše vědomé myšlenky jsou jen hladinou hluboké tůně. Vznikají působením vůle, která v našem tajuplném nitru pohání svého služebníka intelekt (srov. Störig 1991: 368–369 [1983]). Lidé jsou hnáni vůlí k životu a v říši života je pak nejsilnějším projevem vůle života právě rozmnožovací pud. Vůle se tu projevuje jako téměř naprosto nezávislá na poznání. A má-li u člověka poznání své sídlo v mozku, jsou pohlavní orgány, místo pohlavního pudu, vlastním ohniskem vůle a protipólem mozku (*ibid.*: 369). To, že je základem pohlavní lásky instinkt soustředěný na plození dokazuje podle Schopenhauera rovněž fakt, že muž má v lásce sklon k nestálosti, zatímco žena k stálosti. Mužova láska

klesá od okamžiku, kdy dosáhl ukojení a skoro každá žena ho přitahuje víc než ta, kterou má, na rozdíl od ženy, jejíž emoce od toho okamžiku nabírají na intenzitě (Schopenhauer 1992: 25 [1819]). Schopenhauer při této příležitosti zmiňuje fakt, že toto je následkem přirozeného účelu v rámci zachování druhu. Zatímco muž může během jednoho roku zplodit více než sto dětí, žena může otěhotnět během této doby pouze jednou. Vzniká pak určitý konflikt zájmů. Příroda instinktivně ženě říká, aby si udržovala živitele a ochránce budoucího pokolení, muž je ale nucen poohlížet se stále po nových ženách. Z toho podle Schopenhauera vyplývá, že věrnost u muže je umělá, oproti věrnosti ženy, u níž je přirozená. A tímto odůvodňuje, že *„její cizoložství je jak pro své následky, tak pro svou nepřirozenost mnohem neodpustitelnější než u muže“* (ibid.).

Důležitým faktorem je rovněž věk potenciálního partnera z hlediska nejlepší doby plodnosti, která se u muže a ženy liší. Muži nejvíce vyhledávají ženy ve věku od 18 do 28 let, ženy dávají přednost mužům ve věku 30 až 35 let (ibid.: 28). Schopenhauer dále zdůrazňuje, že v instinktivní lásce se muž neřídí charakterovými vlastnostmi žen, a žena zase nebere ohled na mužův intelekt. Je to z toho důvodu, že při zplození potomka se intelekt dědí po matce, zatímco charakter po muži.

Jakmile je však dosaženo cíle rodu, musí se iluze lásky mezi dvěma lidmi rozplynout, neboť vášně záleží v zaslepenosti, v níž se to, co je výhodné pro celý druh, jednotlivci jeví jako cenné pro něho samotného. V manželství pak ve výsledku nezáleží na duchaplné zábavě, nýbrž na plození dětí. Schopenhauer argumentuje tím, že i příroda poskytuje důkaz v tom, že po rozmnožení nechává rychle uvadat krásu ženského těla. *„A jedinec tak shledává, že byl obelstěn vůlí rodu. Když ženy tvrdí, že se zamilovaly do mužova ‚duševna‘, je to jen přepjatost generované bytosti“* (ibid.: 30). Co je ale přesně a konkrétně nutné pro vznik vášnivé lásky? Podle Schopenhauera je potřeba něčeho, co je možné metaforicky popsat chemickou neutralizací. Je potřeba, aby určitý stupeň mužství, odpovídal stupni jejího ženství. *„Proto také nejmužnější muž bude hledat nejženštější ženu a obráceně“* (ibid.: 33). *„Cílem je, aby se tímto způsobem vyrovnaly nedostatky obou partnerů. Jedinec v reakci na příkaz druhu, jak ve fyziologii, tak v temperamentu, bude vždy toužit po opaku“* (ibid.: 37).

Tudíž by se dalo říci, že manželství z lásky se uzavírá pouze v zájmu druhu a nikoli v zájmu jedince, jelikož po zplození jedince, vášně ustává, klam zmizí a lidé takto spojení jsou nešťastní. Oproti tomu manželství uzavřená z konvence jsou si od začátku plně vědoma daných zřetelů a jde v nich tedy spíše o štěstí individua než druhu.

2.3.2 Sociobiologie Edwarda O. Wilsona

Teorie, které vycházejí z biologického paradigmatu, předpokládají, že mezi muži a ženami existují vrozené rozdíly a že se do jisté míry můžeme rodit jako maskulinní či feminní. Biologický základ je patrný zejména u fyzických znaků. Mezi něž patří to, že ženy produkují vajíčka a muži spermie; ženy menstruuji a probíhají u nich cyklické změny, což muži nevykazují; stejně tak jako to, že ženy rodí děti a kojí je. Ženské tělo produkuje více estrogenů, zatímco mužské více androgenů. Průměrná žena má širší boky, větší prsa a více tuku než muži; muži mají širší ramena, více svaloviny a ochlupení než ženy (Lippa 2009: 128 [2005]).

V roce 1975 vydal entomolog Edward O. Wilson (1929) knihu *Sociobiologie: nová syntéza*. Tato publikace je považována za základní dílo vědního oboru sociobiologie. O tři roky později se objevuje další Wilsonova kniha *O lidské přirozenosti*, ve které své teze ještě podrobněji rozvádí. Edward O. Wilson se snažil dokázat, že geny dominantním způsobem ovlivňují lidské sociální a kulturní chování. Předkládá názor, že romantické city a zamilovanost jsou řízeny hluboce zakořeněnými sklony, které nám velí vybírat si takové sexuální partnery, s nimiž maximalizujeme šance na předání našich genů příštím generacím. Každý jedinec se snaží získat nejlepšího partnera, jakého vzhledem ke své vlastní atraktivnosti může získat.

Sociobiologie je syntézou poznatků z etologie, genetiky a biologie. Základem jejího pohledu je myšlenka, že geny vytvořily systém, který byl v minulosti plně funkční, ale jeho funkčnost již není dostatečná v současné pozměněné situaci. K tomu mohlo dojít z toho důvodu, že geny nejsou schopny situaci předvídat a nemohly tudíž zareagovat na změnu prostředí, v němž přírodní výběr probíhá. Přírodní výběr může zajistit lepší či horší adaptaci organismu na prostředí, v němž žili jeho předkové. S tím, jak se mění prostředí, se však mění i selekční tlaky (Blackmore 2001: 150 [1999]).

Sociobiologie, kterou propagoval Wilson, vzbudila obrovskou pozornost mezi odborníky i laiky. Mnohými byla považována za nauku, která překlene rozdíly mezi humanitními a přírodními vědami a ukončí jejich vzájemnou izolaci. V Evropě byla v osmdesátých letech založena Evropská sociobiologická společnost, v jejímž čele stál holandský antropolog Jan Wind (1932–1995).

V poslední době je termín sociobiologie nahrazován pojmem evoluční psychologie, který v sobě zahrnuje spojení poznatků evoluční biologie s kognitivní psychologíí. Evoluční psychologie je zakotvena na principech evoluční teorie. Mnohdy

je chápána nejen jako jedna z psychologických disciplín, ale jako způsob, jímž může být evoluční teorie použita za meta-teoretický základ, na němž lze zkoumat celý obor psychologie. Avšak na rozdíl od psychologie se nezabývá jedincem a jeho prožíváním. Nezajímají ji výjimeční jedinci a jejich schopnosti, ale chování celého druhu.

Edward O. Wilson zdůrazňoval predisponovanost muže a ženy na základě jejich tělesných rozdílů z hlediska investic, které vkládají do péče o potomka. Žena během svého života vyprodukuje přibližně 400 vajíček, ze kterých může asi 20–25 změnit na zdravé děti¹⁵. Děti však od matek vyžadují velkou péči, a proto v tradičních lovecko-sběračských společnostech ženy rodily jen jednou za tři až čtyři roky. Porodům v mezidobí se bránily kojením, sexuální abstinencí a příležitostnou infanticidou. Zásadním faktem ale je, že žena nemůže zvýšit počet svých potomků častějším sexem ani sexem s větším počtem mužů.

Oproti tomu muž může potenciálně zplodit velké množství dětí. Čím více žen oplodní, tím více dětí se mu narodí, přičemž veškeré starosti může víceméně nechat na matkách. Má-li muž maximálně rozšířit své geny, je pro něj nejrozumnější strategií kopulovat co nejčastěji a s co největším počtem partnerek. Optimální metodou pak je pořídit si jednu dlouhodobou partnerku, kterou bude usilovně chránit před jinými muži a pečovat o její děti, současně se však snažit oplodnit maximum cizích žen. Z tohoto hlediska se samcům vyplatí být agresivní, spěchající, nestálí a nevybíraví. Pro samice je teoreticky výhodnější, aby byly ostýchavé, držely se zpátky a dopřály si více času na identifikaci samců s nejlepšími geny. Tělesné rozdíly a rozdíly v temperamentu mezi muži a ženami pak byly umocněny kulturou a vyústily ve všeobecnou dominanci muže. Podle Wilsona mimořádná rozmanitost, která je viděna v dělbě práce mezi pohlavími a v detailech sexuálních zvyků, je pak dána kulturou (Wilson 1978). Z hlediska tohoto pojetí, zdůrazňujícím nevyhnutelnou a nezměnitelnou odlišnost v sociálních rolích, existuje biologicky opodstatněná mocenská nadvláda mužů ve společnosti. Rodové rozdíly v tom, jakému chování se snadněji učí muži a jakému jsou otevřenější ženy, jsou až příliš pevně vtisknuty do lidského genetického kódu.

¹⁵ Podle Guinnessovy knihy rekordů nejvíce dětí porodila první manželka Rusa Fjodora Vasilijeve Šujského. Při dvaceti sedmi porodech mezi lety 1725–1765 přivedla na svět 69 dětí, většinou trojčat.

2.3.3 Experiment izraelských kibuců

Za jeden z důkazů teorie vrozené odlišnosti mezi muži a ženami jsou považovány výsledky z výzkumu provedeného v izraelských kibucech, což byl velký experiment se zrušením rodiny s cílem vytvoření bezpohlavního modelu.

Šlo zde o pokus přenesení řady základních rodinných funkcí, zejména rodičovské a hospodářské, na komunitu a dále o usilování o zrušení tradiční dělby práce na základě pohlaví a pohlavních vzorců chování. Při pokusu se zakládaly osady v poušti, ve kterých se opakovaně začínalo s programem bezpeněžního a bezrodinného života, při kterém se práce přidělovaly podle schopností a její výsledky se rozdělovaly podle potřeb. Aby potřeby zůstaly individuální, bylo povoleno párové soužití, avšak děti byly vychovávány v obci zvlášť a naprosto egalitárně, jak do původu, tak i do pohlaví. Způsob života, jaký děti vedly, byl přetvořen do bezpohlavního modelu a byla zde snaha odstranit genderové stereotypy ve výchově chlapců a dívek.

Přes všechna tato opatření, která měla vést k rovnoprávnosti, však bylo během krátké doby v každém kibutzu velice obtížné najít ženu, která by zastávala vedoucí funkci v ryze mužských sférách – v komunitě se stále prosazovala tradiční dělba práce podle pohlaví. Svazky mezi dětmi a jejich rodiči se spontánně začaly vracet k původnímu uspořádání (Talmon 1978; Možný 1990).

Americký psycholog Bruno Bettelheim (1903–1990) ve své studii o dětské výchově v kibucech poznamenává, že velice pozitivním faktorem je to, že děti vyrůstají v silném pocitu bezpečí, který jim dodává celá sociální matrice, jež představuje jakousi rozšířenou rodinu. Neobjevují se zde tedy tragické případy vážně zanedbaných dětí. Ale tento kolektivismus vede také k tomu, že se se všemi dětmi zachází stejně bez ohledu na individuální rozdíly. Morálka je odvozena od potřeby kooperace a konformity s vrstevníky. Homogenita společenského systému nedovoluje těmto dětem identifikaci s jinými lidmi, než jsou sami – brzdí empatickou imaginaci. Bettelheim zjistil, že mladí lidé nebyli schopni opustit vlastní kruh a nehledali žádné alternativní perspektivy ani v představách (Bettelheim 1969: 58).

Projekt zrušení rodiny se realizovat nezdařilo, poněvadž by bylo zapotřebí nejméně dvou generací, aby tento závěr nemohl být zpochybněn jako předčasný. Přesto jsou kibucy pro někoho dokladem toho, že lidská přirozenost je skutečně do značné míry nezávislým systémem faktorů, ovlivňujícím kulturu a společnost.

2.3.4 Gen versus mem

Podle britské psycholožky Susan Blackmoreové (1951) mají vliv na výběr partnerů nejen geny, ale i memy. Vychází z předpokladu, že jakmile se v minulosti objevily memy, začal přirozený výběr upřednostňovat jedince, kteří se párovali s nejlepšími imitátory nebo s jedinci, kteří jsou schopni ze šíření memů relativně co nejvíce získat. Blackmoreová uvádí, že podstatnější než imitace obecná je schopnost šířit memy¹⁶. Z toho plyne, že v dnešní společnosti by nejvyhledávanější partneři měli být ti, jejichž životním posláním je šíření memů, tj. spisovatelé, umělci, žurnalisté, lidé od televize, filmové hvězdy a hudebníci (Blackmore 2001: 159 [1999]). Oblíbenými partnery jsou osoby s nejmódnějšími – tedy nikoli nutně s nejužitečnějšími – memy.

Z hlediska ženské strategie se Blackmoreová zmiňuje o bitvě mezi geny a memy, v níž se bojuje o replikační mašinerii. Zejména ženy stojí před konfliktem, jestli šířit co nejvíce své geny (prostřednictvím rození dětí) či věnovat maximum času a energie k šíření memů. Tato bitva nabírá na intenzitě s tím, jak ženy zastávají stále důležitější místa v naší memy ovládané společnosti. Ženy, které věnují více času memům a méně genům, jsou viditelnější pro ostatní, a proto jsou častěji napodobovány. Přičemž mohou přimět další a další ženy, aby zanechaly šíření genů ve prospěch šíření memů (*ibid.*: 169).

2.4 Paradigma kulturního determinismu

Představitelé kulturního determinismu navazují na tradice empirismu, jehož angličtí představitelé, například John Locke (1632–1704) a David Hume (1711–1776) pojímali lidské vědomí jako čistý list papíru (*tabula rasa*), který se smyslovými daty naplňuje až během života. Zastánci kulturního determinismu zdůrazňují, že kulturní vzory, hodnoty a společenské normy si člověk osvojuje prostřednictvím výchovy a

¹⁶ Slovo „mem“ se poprvé objevilo v knize Richarda Dawkinse (1941) *Sobecký gen* vydané v roce 1976. Dawkins v této knize mimo jiné upozorňuje na důležitý rozdíl mezi „replikátory“ a jejich „nosiči“. Replikátor je cokoli, co je kopírováno, včetně „aktivních replikátorů“, jež svou povahou ovlivňují své šance na opětovné kopírování. Nosiči nesou ve svém nitru replikátory, a tím jim zajišťují ochranu. V současnosti je nejznámějším replikátorem DNA a jejími nosiči jsou živé organismy. Dawkins však zmiňuje, že na naší planetě existuje i jiný replikátor. Jméno, které by vystihovalo tuto jednotku kulturního přenosu, jednotku imitace, je „mem“. Jako příklady Dawkins uvádí „*tóny, myšlenky, módní fráze, módní směry, způsoby výroby keramiky nebo stavby oblouků*“. Zmínil se o vědeckých teoriích, jež se kdesi objeví, načež se světem samy šíří s tím, jak přeskakují z mozku na mozek. Memy se skládají v lidských mozcích a z člověka na člověka se šíří imitací (Dawkins 1998: 174 [1976]).

procesu učení. Specifické lidské vlastnosti je nutno chápat v kontextu určité kultury a nikoliv jako geneticky zakotvené.

K zastáncům kulturního determinismu patřili ve dvacátých letech zejména americký antropolog Franz Boas (1858–1942) a jeho žáci, polemizující s rasisticky vyhoceným biologickým determinismem. V polovině dvacátého století se pak stal velmi populární antropologický směr „Osobnost a kultura“, jehož průkopníky byli antropoložka Margaret Meadová (1901–1978) a psychiatr Abraham Kardiner (1891–1981). Tento směr jako první usiloval o propojení dosavadních psychologických teorií osobnosti a antropologického výzkumu. Zkoumal především vztah mezi výchovou dětí a charakteristickými rysy osobnosti v odlišných kulturních podmínkách a vycházel z předpokladu, že každá kultura prostřednictvím výchovy vytváří specifické psychické konstelace svých členů.

2.4.1 Pohlaví kontra gender

V souvislosti s kulturním determinismem je třeba zmínit termín gender. Otázka genderu zásadně ovlivňuje náš život, postavení ve společnosti, sociální role a má i vliv v oblasti vzdělávání či na trhu práce. Jak uvádí britská socioložka Ann Oakleyová (1944): „*Gender je pojem, který vyjadřuje, že vlastnosti a chování spojované s obrazem muže a ženy jsou formovány kulturou a společností. Na rozdíl od pohlaví, které je univerzální kategorií a nemění se podle času či místa působení, gender ukazuje, že určení rolí, chování a norem vztahujících se k ženám a k mužům je v různých společnostech, v různých obdobích či sociálních skupinách rozdílné. Jejich závaznost či determinace není tedy přirozeným, neměnným stavem, ale dočasným stupněm vývoje sociálních vztahů mezi muži a ženami*“ (Oakley 2000: 11–12 [1972]). V čem spočívá rozdíl mezi pojmy pohlaví a gender pak vystihuje stručný výrok Simone Beauvoirové: „*Ženami se nerodíme, ženami se stáváme*“ (Beauvoir 1967: 295 [1949]).

Tato koncepce připouští stálost pohlaví, ale stejně tak i proměnlivost genderu. Je-li člověk biologicky mužem a ženou, je možné odhadnout podle vzhledu. Avšak je-li mužem či ženou vzhledem k genderu odhadnout nelze, protože kritéria této klasifikace se mění v závislosti na čase a prostoru a jsou dány kulturou¹⁷.

¹⁷ Příklady odlišnosti pohlaví mohou být, že žena na rozdíl od muže menstruuje, muži mají varlata a mají masivnější kosti než ženy. Zato odlišnostmi v genderu můžeme chápat to, že v mnoha zemích ženy vydělávají za stejnou práci méně peněz než muži nebo to, že ženy většinou dělají více domácích prací.

Protože většina kultur činí vědomé rozdíly mezi pohlavími nejen na biologické, ale také na kulturní a společenské úrovni, je více než pravděpodobné, že budou chlapci a dívky vychováni odlišným způsobem a bude tak vytvořen alespoň základní rámec psychologických rysů typických pro muže a ženy. Tyto psychologické rysy odlišné pro jednotlivá pohlaví pak dávají společnosti zpětnou vazbu tím, že muži a ženy se jinak chovají, jinak prožívají a plní jiné společenské funkce. Každá společnost tedy vychází z biologického pohlaví jako ze základního kritéria, ale žádné dvě kultury se úplně neshodnou na tom, co odlišuje jeden gender od druhého (a každá společnost věří, že právě její vymezení genderu odpovídá biologické dualitě pohlaví).

Pro historická bádání se stal právě pojem „gender“ zcela zásadním konceptem, protože zahrnul jak vztah mezi historickou zkušeností mužů a žen, tak mezi dějinami a dějepisnými postupy. Diskuze však pokračují i dál. Někteří vědci, například americká teoretička Judith Butlerová (1956), poukazují na skutečnost, že i „gender“ je příliš zjednodušující kategorií, protože nebere v potaz sexuální odlišnosti (Pachmanová 2001: 350). Podle Butlerové je gender performativní – trvalá esence genderu je utvářena prostřednictvím opakovaných a ritualizovaných aktů a genderových stylizací těla (Butler 1999 in Zábrodská 2009: 11). Butlerová zastává názor, že pojmy „žena“ a „muž“ jsou specifickou historickou konstrukcí propojenou se vznikem a reprodukcí genderové nerovnosti. Stejně tak i ostatní „základní“ pojmy je třeba zkoumat historické podmínky jejich vzniku a smysluplnosti a ne je brát jako samozřejmé východisko (*ibid.*: 24). Ve vztahu k binaritě pohlaví-gender jsou jak pohlaví tak gender kulturně produkované kategorie, které se vzájemně podporují a stabilizují. Butlerová se domnívá, že neexistuje oblast pohlaví mimo oblast genderu, protože pohlaví je již vždy rozpoznáno prostřednictvím genderu. Neexistuje tudíž oblast pohlaví jako biologické přirozenosti, která by již vždy nebyla uchopena, poznána a materializována v rámci kulturního chápání genderu (Zábrodská 2009: 38). Americká profesorka ženských studií Natalie Boymel Kampenová nechává kategorie genderu a sexuality zcela splynout. Podle ní to nejsou oddělitelné, ale naopak navzájem propletené kategorie, které mohou existovat jen díky tomu, že se neustále přelévají a propouštějí do svého okolí (Pachmanová 2001: 36).

2.4.2 Genderové stereotypy

Mnoho lidí se při jednání nevyhne genderové stereotypizaci. Pojem stereotyp je možné charakterizovat jako „*apriorní představu o povahových rysech, způsobech chování a zvycích příslušníků určité skupiny, aniž by byla brána v potaz individualita*“

jejich členů, jejich konkrétní životní situace apod. Jejich prostřednictvím lidé získávají základní informace o situacích, věcech či lidech bez nutnosti jakýchkoli dalších znalostí. Základní vlastností stereotypů je, že se nevytváří na základě osobní zkušenosti, ale získávají se verbálním i neverbálním zprostředkováním ostatními příslušníky naší společnosti“ (Martin 1991 in Janošová 2008: 27). Stereotypy napomáhají orientaci v sociálním světě a jeho srozumitelnosti; mohou být pozitivního i negativního charakteru a s tím či oním stereotypem je (či v minulosti byla) spojována prakticky každá společenská skupina. Pokud neznáme kontexty nějaké situace, stereotypy vystupují obzvlášť do popředí. Za touto tendencí je možné vidět potřebu pevné orientace ve světě, potřebu alespoň nějak porozumět situaci i za cenu zkreslení situace. Genderové stereotypy jsou tedy zjednodušujícím popisem toho, jak by měl vypadat „maskulinní muž“ či „feminní žena“. O takových stereotypech lidé obvykle uvažují bipolárně (žádný muž nemá žádné rysy ženskosti a naopak) a jsou univerzálně platné, neboť se předpokládá, že charakteristiky tvořící genderový stereotyp sdílejí všichni příslušníci daného pohlaví (Renzetti 2003: 21 [1999]).

Stereotypizace mužské a ženské role je viditelná zejména při oficiálních nebo významných společenských událostech v podobě předem předpokládaných pravidel chování. Jiné jednání se očekává od mužů, jiné od žen, což usnadňuje plynulou interakci bez předběžných domluv mezi lidmi, kteří se do té doby neznali. Naopak v běžném každodenním životě se uchovalo z oněch původních představ spíše jenom jádro, které je úzce vázáno na biologické rozdíly mužů a žen. To můžou být představy o ženách jako matkách a mužích jako živitelích rodiny (Janošová 2008: 28).

V této souvislosti je třeba zmínit i pojem „genderových rolí“. Každá společenská role vyžaduje dodržování určitých požadavků na způsob chování, který je s touto rolí spjatý a od každého jedince očekáván. Koncept genderových rolí pak odkazuje na způsob chování, který se očekává od členů dané kultury v souvislosti s jejich pohlavní příslušností (*ibid.*).

Podle teorie sociálních rolí Alice Eaglyové (1938) jsou genderové stereotypy vytvářeny dělbou práce na základě pohlaví. Tím, že jsou ženy limitovány genderovou rolí, která v sobě zahrnuje výchovu dětí a péči o domov, vykazují více pečovatelské chování, v důsledku čehož je lidé vnímají jako starostlivější. Naopak muži, jejichž role se utvářejí v soutěživém světě zaměstnání, sportu a veřejných služeb jsou vnímány jako asertivnější než ženy. Eaglyová se domnívá, že genderové stereotypy v jistém smyslu odrážejí skutečné rozdíly v chování mužů a žen, avšak mýlí se v tom, když rozdíly

připisují vrozeným vlastnostem namísto neviditelné moci sociálních rolí, jež usměrňují chování mužů a žen. V okamžiku, kdy by došlo ke změně tradičních rolí mužů a žen (např. ženy by zastávaly vrcholové manažerské pozice a muži by byli podporováni, aby zůstávali doma a starali se o děti), by se dramaticky změnilo chování mužů a žen. Podle Eaglyové je tedy vše důsledkem rolí, a ne chromozomů, hormonů a fyziologie mozku (Lippa 2009: 165–166 [2005:]).

Mnoho sociologických experimentů zjišťovalo, že jakmile lidé uvěří, že je něco pravda, často jednají tak, aby se to pravdou skutečně stalo. Sociolog Robert K. Merton (1910–2003) zavádí k vyjádření této myšlenky termín „sebenaplňující proroctví“. Výzkumy zaměřené na sebenaplňující proroctví ukázaly, že jakmile se genderové stereotypy objeví, všichni se chováme tak, aby byly pravdivými (Merton 2000: 205 [1967]). Tak například v experimentu kanadské psycholožky Berny Skrypnekové a amerického psychologa Marka Snydera z roku 1982 měla dvojice minnesotských studentů (jeden muž a jedna žena) za úkol, aby mezi sebe rozdělili stereotypně-feminní úkoly (např. zdobení dortu) a stereotypně-maskulinní úkoly (opravit vypínač). Muž a žena při plnění těchto úkolů seděli v odlišných místnostech a komunikovali spolu prostřednictvím vypínačů, které před každým studentem ukazovaly na svíticím panelu jejich preference jednotlivých úkolů. Tímto způsobem mohli výzkumníci některým z mužských účastníků říct, že jejich partnerem je jiný muž, ačkoliv jím ve skutečnosti byla žena. Nepřekvapivě si muži v páru muž-žena v tomto v experimentu vybírali spíše maskulinnější úkoly a ženy zase spíše feminnější. Pokud ale muž spolupracoval se ženou, ale mylně se domníval, že je jeho partnerem jiný muž, experiment ukázal, že ženy si vybírají feminnější úkoly, když byly považovány za ženy, ale méně feminní úkoly, když si jejich partner myslel, že jde o muže – preference žen tedy nezávisely pouze na jejich vlastním výběru, ale také na očekávání jejich partnerů (srov. Lippa 2009: 166–167 [2005]).

Podle amerického psychologa Clauda Steeleho (1946) stereotypy, které popisují ženy v negativním světle (např. „ženy nejsou dobré v matematice“), mohou v ženách vzbudit úzkost, negativní sebehodnocení a pochybnosti, jak budou schopny čelit matematickým problémům ve srovnání s ostatními. Steele zavádí k popsání tohoto procesu termín „hrozba stereotypů“. K této hrozbě dochází v okamžiku, kdy negativní stereotyp týkající se nějaké skupiny vyvolává myšlenkové pochody a úzkosti, jež snižují výkon člena dané skupiny. Steele zastává názor, že když ženy řeší matematický test, stále se zde skrývá negativní kulturní stereotyp o nedostatečných matematických

schopnostech u žen, který může vyvolat pochybnosti a úzkost, jež zhorší jejich výkonnost v testu (srov. Lipa 2009: 168 [2005]).

2.4.3 Pohlaví a temperament ve třech primitivních společnostech – analýza vlivu kultury Margaret Meadové

Pro zdůraznění rozlišení biologických a kulturních aspektů mezi pohlavími řada antropologů a sociologů překračovala hranice naší společnosti. Otázku, jestli i jiné kultury rozlišují mezi maskulinitou a feminitou stejně jako západní kultura, si položila i antropoložka Margaret Meadová, která převzala Boasův kulturní determinismus a snažila se terénními výzkumy tuto tezi jednoznačně prokázat.

Hlavním tématem Margaret Meadové byla velká proměnlivost psychologických typů v různých kulturách, předmětem výzkumu pak problematika dospívání jedince a role a postavení žen. Své poznatky shrnula ve studiích *Dospívání na Samoa* z roku 1928 a *Vyrůstání na Nové Guineji* vydané v roce 1930.

V roce 1935 předložila Margaret Meadová v knize *Pohlaví a temperament ve třech primitivních společnostech analýzu* kulturní podmíněnosti mužské a ženské role, založenou na poznatcích výzkumů z Nové Guineje. Meadová se zaměřila na kmeny Arapešů, Mundrugumorů a Čambulijů.

Podle této analýzy příslušníci kmene Arapešů, obývající horskou oblast, jsou vychováni podle kulturního vzorce, který preferuje vlastnosti v západní kultuře považované za ženské, například pasivita, mírnost a laskavost. Ve vztazích mezi příslušníky rozdílných pohlaví, včetně vztahů sexuálních, nedělají Arapešové žádné rozdíly v temperamentu, nikdo zde není iniciátor nebo agresor. Hlavní činností mužů i žen je péče o děti a jejich výchova. Pohlavní styk je nazýván „prací“ a v prvních měsících těhotenství je přímo povinností, protože Arapešové věří, že otcovské sperma spolu s mateřskou krví formuje dítě (Mead 1935: 32). Termín „porodit dítě“ se vztahuje jak na muže, tak na ženu.

Pravým opakem Arapešů je kanibalský kmen lovců lebek Mundrugumorové, vychovávající muže i ženy k agresivitě, bojovnosti a soutěživosti, tedy hodnotám, které Evropan pokládá za mužské. Děti obou pohlaví jsou vychovávány k nezávislosti a nepřátelství, chlapci i dívky jsou si povahově podobní. Ženy si oškliví rození dětí a péči o ně a jejich muži si zase oškliví těhotenství svých manželek.

Kmen Čambulí rozlišuje ženskou i mužskou úlohu, ale z pohledu naší civilizace je převrací. Ženy se věnují lovu, práci na poli a vystupují energicky a

dominantně, jsou praktické a panovačné. Oproti tomu muži, kteří jsou považováni za slabší pohlaví, se zabývají ručními pracemi, jsou mírní, nesamostatní, marniví a upovídaní, když jim někdo zraní city, tak se neovládají. Muži nosí krásné ornamenty (ženy si holí hlavy a chodí neozdobené), nakupují, vytvářejí sošky, malují a tančí (*ibid.*: 245).

Výzkumy, které Meadová prováděla na Samoa, byly podrobeny ostré kritice. Bylo jí zejména vyčítáno, že v nich zjistila přesně, co chtěla. Australský antropolog Derek Freeman (1916–2001) ve své studii *Margaret Meadová a Samoa: Zrození a zánik antropologického mýtu* (1983) tvrdí, že Margaret Meadová podává o samojské společnosti deformovaný, idealizující obraz.

Přesto Margaret Meadová ukázala, že potenciál rozmanitosti lidských kultur je ohromný a že model pasivní žena a aktivní muž nemusí být platný pro všechny kultury. Tuto skutečnost prokázaly i výzkumy dalších antropologů. Bronislaw Malinowski, který dělal výzkumy na Trobriandových ostrovech, zjistil, že tamější ženy jsou asertivnější, průbojnější a silnější po sexuální stránce než jsou ženy naší kultury. Obyvatelé ostrovů Trobriand nepoužívají při pohlavním styku polohu, kdy je muž nahoře a žena ve dole, protože váha muže tak brání ženě v aktivitě (Malinowski 1927).

2.4.4 Kulturní materialismus – vliv prostředí na utváření genderových rolí

Americký antropolog a představitel směru kulturního materialismu Marvin Harris (1927–2001) se klonil k názoru, který říká, že vrozené pohlavní rozdíly nemohou vysvětlit nerovné rozdělení privilegií a moci mezi muži a ženami v domácí, ekonomické a politické sféře. V lidských společnostech není dominantní to pohlaví, které je větší nebo přirozeně více asertivní, ale spíše to, které kontroluje technologii obrany a agrese (Harris 1974: 71). Harris si ale pokládá otázku, proč nemají tuto kontrolu ženy, když jsou anatomicky zvýhodněny, aby byly dominantním pohlavím právě ony (rodí děti, starají se o ně, kontrolují výchovu atd.). Dochází k závěru, že je to díky převaze ve vedení válek, která ničí logiku, na které je předpoklad matriarchátu založen.

Mužská nadřazenost je případem „pozitivní odezvy“, nebo toho, co můžeme nazvat jako „rozšíření deviace“. Agresivita mužů způsobuje větší počet konfliktů a to vede k tomu, že je potřeba čím dál tím více takových mužů. Takoví muži se rovněž stávají více sexuálně agresivní, více zneužívají ženy a častěji se u nich objevuje polygynie. Polygynie, která postupně způsobuje nedostatek žen, zvětšuje stupně

frustrace mezi mladými muži a zvětšuje motivaci, aby šli do války. Ve svém vrcholu to vede až k tomu, že ženy jsou drženy v opovržení a objevuje se zabíjení novorozených holčiček (prvorozené dítě musí být syn). Svoje hypotézy Harris opřel o výzkum kmene Yanomamo (prováděl jej Napoleon Chagnon), který se nachází na hranicích Brazílie a Venezuely.

Podle Harrise jsou dvě klasické strategie, kterými společnosti dělají lidi agresivními. Jednou je podpora brutality podáváním potravy a podporou komfortu a tělesného zdraví jako odměny těm nejagresivnějším jedincům. Další je, že těm nejagresivnějším jedincům jsou udělována sexuální privilegia. Z těchto dvou strategií je pak ta druhá efektnější, protože deprivace potravy, komfortu a tělesného zdraví je vojensky kontraproduktivní. Válečník potřebuje být silný a robustní. Sex je nejlepší způsob pro zesílení brutality osob, protože sexuální deprivace agresivitu zvyšuje spíše než klesající schopnost bojovat.

Pokud je sex využíván k tomu, aby posiloval a kontroloval agresivní chování, je jasné, že obě pohlaví nemohou být simultánně brutalizovaná na stejné úrovni. Jedno nebo druhé musí být určeno k dominanci, jinak by to vedlo k jejich vzájemné válce.

Na základě těchto úvah Marvin Harris dospívá k závěru, že lidská anatomie *je* sice osudem, ale pouze za jistých podmínek. Když bylo vedení válek předním prostředkem kontroly populace, a když technologie válek byla tvořena primárně z primitivních ručních zbraní, byl životní styl mužského šovinismu převládající. V dnešním světě, ve kterém již tyto podmínky nejsou, je možno předpovídat úpadek mužského šovinistického životního stylu. Stupeň sexuální rovnosti pak záleží na dalším omezování konvenční ochrany a armádních sil (*ibid.*: 93).

O vlivu ovládnutí válečné technologie na postavení muže a ženy ve společnosti se zmiňuje rovněž francouzská filosofka Simone Beauvoirová (1908–1986). Podle ní je nejhorším prokletím, které leží na ženě to, že je vyloučena z válečných výprav. *„Člověk se nepozdvihuje nad zvíře tím, že dává život, nýbrž tím, že ho dovede dát v sázku. Proto také lidstvo nepřiznává nadřazenost tomu pohlaví, které rodí, ale tomu, které zabíjí“* (Beauvoir 1967: 28 [1949]). Vedle toho se objevují diskuze, ve kterých je univerzální podhodnocování ženy a jejich aktivit založeno na předpokladu, že lidé, vědomě či nevědomě, dávají vyšší hodnotu předmětům, aktivitám a událostem, které jsou pod lidskou kontrolou (kultura) oproti tomu, kde je nekontrolovatelný vliv člověka (příroda).

2.4.5 Má se žena k muži jako příroda ke kultuře?

Americká kulturní antropoložka Sherry B. Ortnerová (1941) ve stati *Má se žena k muži jako příroda ke kultuře?* (1974) předkládá názor, že konstitutivní vlastností lidských společností je to, že jsou zapojeny do procesu vytváření a uchovávání sémantických systémů, jež jim umožňují přesáhnout ty nejzákladnější, přirozené hranice své existence. Rituály představují například způsob, jak manipulovat vztahy mezi přírodními silami a lidským životem a usměrňovat je. Kultura se považuje za něco, co dále mění přírodu (Bowie 2008: 129 [2005]).

Kulturně všeobecná druhořadost ženy vyplývá z jejího spojování s přírodou, která je vzhledem ke kultuře považována za podřadnou. Muž je oproti tomu symbolem kultury a civilizace, která přírodu ovládá. To znamená, že kultura sice uznává, že se ženy na jejích speciálních procesech aktivně podílejí, ale současně na ně pohlíží jako na bytosti, které jsou zakořeněny v přírodě nebo k ní bezprostředně tíhnou (Ortner 1998: 98 [1974]). Podle Ortnerové má žena blíže k přírodě díky tomu, že se svými funkcemi více zabývá „životem druhu“, oproti tomu mužská fyziologie poskytuje muži příležitost, aby se v mnohem větší míře zabýval kulturou. Ženské tělo a jeho funkce tak staví ženu do sociálních rolí, které jsou v kulturním procesu považovány za role nižšího stupně než role mužské (*ibid.*). Sexuální aktivity ženy jsou téměř v každé společnosti omezovány více, než je tomu u muže, v daleko menší míře je jim umožněn přímý přístup do řady sociálních institucí. Ortnerová pak dochází k závěru: „*Aby pak mohly být ženy přisazovány ke kultuře, je třeba, aby byly rovnoprávně zapojeny do projektů kreativity a transcendence*“ (*ibid.*: 114).

Tvrzení Ortnerové o mužském spojení s kulturou zpochybňuje americká antropoložka Peggy Reeves Sandayová (1967). Ta poukazuje na prostupnost mezi kategoriemi žena a příroda v některých společnostech, které mají „vnitřní orientaci“. V těchto společnostech jsou přírodní síly sakralizované a dochází zde k vzájemnému proudění mezi přírodními silami a silami, jež jsou vlastní ženám. Ovládání těchto sil a manipulace jimi je přenechána ženám a posvátným přírodním symbolům. Muži jsou k této oblasti irelevantní a musí si dát pozor, aby si neznepřátelili pozemské představitele přírodní síly (Sanday 1981: 5). Podobně tak nejsou muži jednoznačně asociováni s „kulturou“, kterou Sandayová definuje jako přesah přírodních existenčních daností prostřednictvím myšlenkových soustav a techniky. Muži jsou součástí přírody nejen svou tělesností, ale i svou potřebou či touhou zabíjet. „*Vyrábějí zbraně a usilují o*

moc, která je „tam“ (ibid.). Tyto činnosti mužů Sandayová označuje jako „vnější orientaci“ a jednotlivě společnosti se od sebe liší tím, do jaké míry oceňují vnitřní a vnější orientaci – schopnosti žen a úctu k reprodukci oproti roli mužů a jejich destruktivní síle (Bowie 2008: 130 [2005]). Pokud je ve společnosti určité environmentální napětí, které může být způsobeno nedostatkem potravy, ozbrojenými konflikty, či politickou nestabilitou, je sklon společnosti směrem k „vnější orientaci“ a mužské dominanci. Je-li na druhé straně svět vnímán jako dobrý, příznivý a přívětivý, vzniká „vnitřní orientace“, v níž jsou prostředí i ženy brány jako partneři a nikoli jako zdroj nebezpečí pro muže a společnost jako celek (Bowie 2008: 131 [2005]).

2.4.6 Role feministických hnutí

První vlna feminizmu

Podle feministické historičky Gerdy Lernerové (1920) lze feministické myšlenky nalézt již v období, které předchází tomu, jenž je označováno jako „první vlna feminizmu“ – tedy období mezi lety 1830–1920. Tato autorka ve své analýze středověkých historických dokumentů rekonstruovala tradici protestu žen vůči patriarchálnímu útlaku. Činy žen ani jejich písemné projevy však nebyly nikdy systematicky dokumentovány, neboť jen muži určovali, jak vnímat dějiny a co je možno uznat jako jejich součást. Ženy, které se genderové nerovnosti vzpíraly, se tak nemohly dozvědět o svých předchůdkyních a bylo třeba dojít k pochopení toho, že sociální nerovnost není záležitostí individuální, ale kolektivní a že jejich podřízenost je společensky utvářena a udržována systémem, který lze prostřednictvím kolektivního úsilí nahradit jiným uspořádáním (Renzetti 2003: 36 [1999]).

Již počátkem 18. století začala řada žen požadovat spravedlivé postavení vůči mužům, zejména pak v oblasti stejných možností ve vzdělávání. V průběhu 19. století se ženám ze středních vrstev postupně dařilo dosahovat vyšší úrovně vzdělání než v dřívějších dobách, přesto se však ukázalo, že vstup do většiny profesí jim stále zůstává odepřen. Jedinou volbou, pokud nechtěly trávit svůj volný čas vyšíváním či pletením, byla filantropická činnost – zejména v severních státech USA existovalo velké množství dobrovolnických spolků, kam mohly vstupovat. Zatímco však ženy z vyšších tříd požadovaly především přístup k prestižním zaměstnáním a rovnoprávnost vůči mužům,

chudé ženy, které byly okolnostmi nuceny pracovat, aby uživily rodinu, naopak žádaly ochranu a odlišný přístup oproti mužům (*ibid.*: 37).

Ačkoli se první vlna feminismu ve Spojených státech běžně popisuje jako sociální hnutí, které se upíná k tomu, aby byla zajištěna volební práva pro ženy, činnost amerických feministek v devatenáctém a na počátku dvacátého století se soustředila na řadu politických a sociálních reforem v oblastech jako zdravotní prevence a hygiena, „morální povznesení“, zrušení otroctví či rozvoj školství (*ibid.*: 39). Během devadesátých let 19. století bylo zavedeno volební právo žen v několika státech v západní části USA. Všeobecné volební právo v USA pak bylo ustanoveno 26. srpna 1920. Onen dramatický propad ve společnosti, který byl feministkami slibován, se však nedostavil. Ženy sice získaly právo volit, voleb se však účastnily v menší míře než muži, a pokud volily, volily podobně jako oni. Kult „domácí ženy“ se opět probral k životu, i když tentokrát s jemným posunem: moderní, emancipovaná středostavovská hospodyně se měla stát „ředitelkou domácnosti“, která spojuje využití plodů moderní vědy s estetickým cítěním, aby vytvořila své rodině příjemné a fungující domácí prostředí. Novou dynamiku našel feminismus až na počátku šedesátých let.

Druhá vlna feminismu

Na renesanci feminismu na počátku šedesátých let mělo vliv několik faktorů. Jedním z hlavních podnětů bylo vydání knihy *Ženská mystika – Feminine mystique* od Betty Friedanové (1921–2006) v roce 1963. Tato autorka ve své publikaci vyjádřila pocit nespokojenosti a nudy, sužující tehdejší vzdělané středostavovské bělošské ženy v domácnosti, které si uvědomovaly, jak omezené jsou jejich možnosti růstu. Myšlenky Friedanové oslovily generaci žen, které začínaly považovat placenou práci za něco víc než dočasně naplněné období mezi dospíváním a manželstvím a byly frustrovány společností, která jim předkládala, že jediným smyslem jejich života má být role jakou mají v domácnost. Kniha Friedanové se stala odrazovým můstkem k úvahám o politice mezi pohlavími, tedy ke zkoumání kořenů genderové nerovnosti nejen na poli veřejné sféry, ale také v intimních vztazích mezi muži a ženami.

Britský a západoevropský feminismus

Podobně jako americký feminismus, vyšel i britský a západoevropský feminismus ze specifických sociálních, ekonomických a politických podmínek. Jedním z významných podnětů bylo osvícenství, které kladlo důraz na rozum, vzdělání, pokrok,

seberealizaci a svobodu jedince od vnějších omezení. I přesto, že Rousseau a jiní významní osvícenští myslitelé rovnoprávnost žen vysloveně odmítali, je vliv osvícenských ideálů u raných britských a západoevropských feministek patrný (Renzetti 2003: 45 [1999]). Tak například Mary Wollstonecraftová (1759–1797) ve svém díle *Obhajoba práv ženy* z roku 1792 zavrhl tradiční mužskou nadvládu a podřízenost žen a apelovala, aby ženy měly rovnoprávný přístup ke vzdělání jakožto nástroje jejich emancipace a úplného osobnostního rozvoje.

Dalším významným faktorem, který přispěl ke zrodu britského a západoevropského feminismu, zde byla Velká francouzská revoluce a vzestup liberalismu. Ženy byly aktivními účastnicemi, organizovaly protesty a utvářely politické kluby. Vnesly celou řadu otázek, mezi nimiž byly například ochrana žen a dětí před násilím a pohlavním zneužíváním, zamezení vykořisťování žen prostitutí, reforma rozvodového a majetkového zákonodárství, rozšiřování pracovních příležitostí, rovnoprávný přístup ke vzdělání a samozřejmě i volební právo. Jejich úspěšnost však závisela na specifických podmínkách v konkrétních zemích. Během světových válek a následné vlny politického konzervatismu došlo k potlačení feministických hnutí v některých zemích; během šedesátých a sedmdesátých let však Anglie a západní Evropa prožily podobnou renesanci feminismu jako Spojené státy. Popudem ke vzniku řady feministických skupin a organizací byla nespokojenost mnoha žen se skutečnou mírou rovnoprávnosti, dosaženou po desetiletích existence formálních právních záruk vybojovaných již v minulém století.

Současné feministické směry

Americká socioložka Judith Lorberová v roce 1998 představila klasifikaci směrů, které spadají pod současný feminismus. Rozlišuje tři základní typy feministické teorie:

1. *Genderové reformní feministické teorie* – spíše než rozdíly zdůrazňují podobnosti mezi muži a ženami. Usilují o to, aby byly ženám poskytnuty stejné podmínky k účasti na společenském dění. Podle odlišných požadavků zahrnuje Lorberová pod genderové reformní feministické teorie feminismus liberální (poskytnutí veškerých právních výsad), marxistický, socialistický (uplatnění na pracovním trhu) a rozvojový (rozšíření pracovních a vzdělávacích možností v hospodářsky rozvojových zemích). **Liberální feminismus** lze označit za nejvlivnější proud podporující rovnoprávnost žen. Jeho představitelky bojují za

možnosti stejného sebeprosazení, jaké jsou nabídnuty mužům podle jejich individuálních předpokladů a zájmů. Vychází z přesvědčení, že všechny osoby jsou stejné a jejich pozdější rozdělení je zejména důsledkem vlivu odlišného prostředí a výchovy. Obě pohlaví by měla pracovat na tom, aby tyto stereotypy byly prolomeny, aby se sociální role zbavily své protikladnosti a naopak braly v potaz společné prvky. Dialog či spolupráci s muži neodmítá, naopak jej považuje za důležitý a přínosný. Namísto radikálních revolucí preferuje postupné reformy a věnuje se zejména změnám zákonů.

2. *Teorie genderově motivovaného odporu* – zastávají názor, že pouhé zajištění formálních zákonných práv nestačí k tomu, aby byl vyřešen problém genderové nerovnosti, poněvadž nadvláda mužů se odráží v každodenních společenských vztazích, včetně vztahů intimních. Zastánci tohoto směru zkoumají, v čem se myšlení a prožívání mužů a žen liší, ale zároveň vyzývají ženy, aby se vymanily nadvlády mužů zakládáním ženských organizací a komunit. Tato teorie sice klade odpor genderovým vzorcům daného společenského řádu, přesto ale nečiní nic pro jejich změnu. Patří sem radikální, lesbický (zaměřen na vykořisťování žen muži a násilí mužů vůči ženám), psychoanalytický (se snahou vysvětlit nerovnost pohlaví rozdílným vývojem osobnosti) a „standpoint“ feminismus (soustřeďující se na výzkum veškerých stránek života z ženského hlediska). Z těchto směrů se pak nejvýrazněji projevuje **radikální feminismus**. Ten předkládá vizi muže, který je nelítostný, tvrdý a neúprosný. Jádrem radikálního feministického myšlení je pohled na mužskou a ženskou přirozenost – chápání mužského a ženského bytí, které je předem dáno. Pro řadu takto smýšlejících feministek jsou muži i ženy takto zrozeni. Historicky pak vznikl problém tak, že muž, agresivní a zlovolná bytost, ovládl a začal utiskovat, vykořisťovat a obětovat ženu, tedy bytost úplně jiného typu. Prohlášení radikální feministické politiky od Ti-Grace Atkinsonové (1938) začíná tvrzením, že všichni muži jsou ontologicky „nejistí a frustrováni“ – jsou to lidé, kteří nemají jinou možnost než ulevit své frustraci utiskováním druhých. Atkinsonová nazývá celý proces, kterým muži pohlcují a ovládají ženy, „metafyzickým kanibalismem“. V druhé rané diskuzi o mužské a ženské přirozenosti jsou muži nazváni zastaralou životní formou. Muž je čím dál tím víc vytlačován technickým pokrokem a postupně dochází k tomu, že spermiové banky a možnosti početí ve zkumavce přebírají jeho poslední funkci (Elshtain 1999: 202–203 [1981]). Pro radikální feminismus

je charakteristické to, že sleduje realitu výhradně z hlediska žen a jakýkoli dialog s muži odmítá. V důsledku tak převrací a radikalizuje dosavadní dualistický model. Budoucnost podle něj patří ženám, nejlépe v nastolení matriarchátu. Ženy by měly absolutní moc, ale byly by přitom pacifické, alespoň mezi sebou. Charakteristickým znakem je rovněž setření hranic mezi soukromým a veřejným, poněvadž útlak se projevuje primárně hlavně v rodině.

3. *Teorie genderově motivované vzpoury* – jsou někdy označovány jako třetí vlna feminismu, protože představují stejně významný odklon od způsobu, jakým se o pojmech pohlaví a gender uvažuje v rámci teoretických směrů první a druhé vlny. Tato teorie věnuje pozornost vzájemným vztahům mezi nerovnostmi založenými na genderu, rase, etnické příslušnosti, společenské třídě či sexuální orientaci a zkoumají genderovou nerovnost pouze jako součást komplexního systému společenské stratifikace. Lorberová sem zařazuje multirasový feminismus, mužský feminismus (zkoumající, jak se různá postavení jedinců v sociálním žebříčku odlišně promítají do relativního zvýhodnění či znevýhodnění mužů a žen), feminismus sociální konstrukce (mapující způsoby, jimiž lidé v každodenní vzájemné interakci konstruují různé identity a stereotypní označení), postmoderní feminismus a queer theory (pojímající pohlaví a gender jako společenské scénáře, přičemž jednotlivé party upravují podle toho, jak je to v dané situaci považováno za vhodné – z tohoto hlediska je pak gender vnímán jako fluidní kategorie).

Toto klasifikační schéma není samozřejmě vyčerpávající, spíše ukazuje určité klíčové typy, které byly pro dané teorie charakteristické. Rozmanitost směrů, které vznikaly, může s sebou přinášet pozitivní aspekty z hlediska toho, že dodává hnutí sílu a odolnost, na druhé straně je zde patrné, že často na místo vnitřního dialogu, dochází ke kategorizaci, každý z oněch směrů se vymezuje jako „ten pravý feminismus“, přičemž vše ostatní ignoruje či kritizuje (Renzetti 2003: 49 [1999]).

2.4.7 Výzkumy biologických abnormalit

Za jeden z hlavních důkazů kulturního determinismu jsou zkušenosti s vrozenými abnormalitami, které se vyskytují u malého počtu jedinců. Ty ukazují, že

k pocitu mužství či ženství nestačí být jen XX či XY a mít správně fungující pohlavní orgány.

Evoluce determinovala obě pohlaví lidského druhu rozlišením 23 párů chromozomů. U ženy XX, u muže XY. Pohlaví dítěte určuje kombinace chromozomů ve spermii, která oplodňuje vajíčko. Někdy se ale může stát, že se narodí jedinec s jedním chromozomem chybějícím nebo s jedním navíc. Setkat se můžeme s jedinci mužského rodu typu XYY nebo XXY, nikdy však nemůže vzniknout lidská bytost, která by měla jeden či několik Y bez doprovodu X. Samec XY má všechny geny přítomné u samičky XX a navíc dědí geny chromozomu Y. V jistém smyslu by se tedy dalo říct, že je tedy samec samičkou plus něco navíc. Jak se zmiňuje francouzská filosofka Elisabeth Badinterová (1944), tento fakt poukazuje na to, že základní embryonální program je nastaven tak, aby produkoval samičky a jedinou úlohou Y je „*zvrátit spontánní tendenci nerozlišené embryonální gonády k založení vaječníku a donutit ji vytvořit varle*“ (Badinter 1995: 43–44 [1992]). V prvních týdnech jsou embrya XX a XY anatomicky totožná, vybavena zároveň samičími i samčími kanálky, jsou tedy pohlavně bipotenciální. U samčího plodu začíná diferenciací kolem čtyřicátého dne, zatímco u samičího plodu až po druhém měsíci.

U syndromu testikulární feminizace se jedinec rodí s normální sadou chromozomů mužského typu, varlaty a patřičnými hormony. Pokud se u těchto osob provede tzv. „sex test“¹⁸, jsou vyhodnoceny jako jedinci mužského pohlaví. Protože však tkáň jejich genitální oblasti v průběhu embryonálního vývoje nereaguje na testosteron, vytvářejí se u nich pohlavní orgány, které zdánlivě vypadají jako ženské. Tyto děti jsou vždy vychovávány jako dívky a k diagnóze abnormality se přijde až později v pubertě, když se nedostaví menstruace.

U adrenogenitálního syndromu (AGS) dochází k opačné situaci: na plod s ženským chromozomálním vybavením působí nadbytek androgenů, takže vzniknou pohlavní orgány mužského typu, popřípadě jejich kombinace s orgány ženskými. Mnohé

¹⁸ S vědeckým zkoumáním ve sportovní oblasti, kterým se mělo určit, zda je atletka skutečně žena, se začalo v šedesátých letech minulého století. Jedním u impulsů byl „podezřelý“ vzhled a výkonnost mnoha sportovkyň z tehdejšího komunistického bloku. První testy byly provedeny před atletickým mistrovstvím Evropy v roce 1966. V testování se pak dále pokračovalo při velkých sportovních akcích, zejména během olympijských her. Atletická federace IAAF však v roce 1992 provádění sex testů zrušila; na olympiádě se stěrem slin z ústní dutiny prováděly naposled v Atlantě 1996. V současnosti se tyto testy dělají jen výjimečně a jsou poměrně nákladné. V roce 2009 se hovořilo o případu světové šampionky z osmistovky Jihoafričance Caster Semenyaové, která vyhrála nad svými soupeřkami s náskokem 20 metrů. Kvůli jejím značným mužským rysům dostal jihoafrický svaz od Mezinárodní atletické federace IAAF pokyn, aby provedl testy, zda je skutečně žena.

z těchto dětí jsou vychovávány jako chlapci. Vědci zkoumali ženy trpící AGS ve snaze zjistit, zda má nadměrné vystavení mužským hormonům v děloze vliv na jejich chování a genderovou identitu. Ukázalo se, že dívky trpící adrenogenitálním syndromem se častěji než ostatní označovaly jako „klukovská“ děvčata a i jejich rodiče je tak vnímali. Namísto šatů a sukní spíše upřednostňovaly kalhoty a kraťasy, preferovaly hračky, které jsou považovány za chlapecké (auta či stavebnice). Raději si hrály s chlapci a největší radost prožívaly při hrách s fyzickým nábojem. Starší dívky se syndromem AGS projevovaly větší zájem o kariéru než dívky, které tímto syndromem netrpí (Renzetti 2003: 71 [1999]).

Další porucha, u které se projevuje částečná, nebo neúplná necitlivost na androgeny, se nazývá syndromem deficience DHT. V tomto případě se enzym, který je zodpovědný za konverzi testosteronu na dihydrotestosteron, vyskytuje v abnormálně malém množství nebo dokonce vůbec ne. Takoví jedinci se rodí s normálními nepokleslými varlaty a vnitřními mužskými orgány. Jejich vnější genitálie jsou ale ženské, i když mohou být částečně maskulinizované (zvětšený klitoris, který se podobá malému penisu). Kvůli přítomnosti normálních varlat ale v pubertě dochází k produkci vysokých hladin testosteronu a tím ke změně vnějších genitálií – penis začíná růst, šourek poklesne a celé tělo se maskulinizuje (*ibid.*).

Výzkum těchto biologických abnormalit nám ukazuje, jak je důležitá socializace při utváření rozdílů v pohlavní identitě lidského jedince. U dětí označených při narození jako „dívky“ se vytváří ženská identita, i když po chromozomální stránce mají pohlaví mužské. Oproti tomu děti považované od narození za chlapce mají výrazné mužské vlastnosti (Giddens 1999: 113 [1988]). Jak se zmiňuje anglický genetik Steve Jones (1944): „*Pohlaví není absolutní veličina, nýbrž závisí na síti hormonů a enzymů, která reguluje činnost buněk a kterou lze různým způsobem přetrhat. Pokud zklame, může to vést k nečekaným a často bolestným koncům*“ (Jones 2008: 64 [2002]).

2.5 Kritika a transformativní pojetí vývoje genderu

Není možné popřít, že existují biologické faktory, které mají vliv na odlišnost mužů a žen. Zejména se jedná o genetické rozdíly, přičemž genová exprese a tím pádem i působení genetické informace je závislé také na vlivu prostředí – vzájemné ovlivnění tedy probíhá oběma směry. Naše genetická výbava je ovlivněna tisíciletou historií, s čímž je možno uvést do souvislosti i otázku existence archetypálních rozdílů, podobně

jak je popsal švýcarský psycholog Carl Gustav Jung (1875–1961). Dále jsou zde rozdílnosti ve stavbě a funkci mozku. Intenzivnější propojení hemisfér u žen má vliv na jejich životní styl, což se projevuje v tom, že jsou konzervativnější a méně riskují. Odlišný sebeobraz a tím pádem i budoucí sebepojetí vzniká rovněž rozdílným vnímáním vlastního těla, jeho povrchu i tvaru, stejně tak i interních impulsů a citových hnutí, mimiky a gestikulace. Hormonální odlišnosti se projevují například ve větší agresivitě síle mužů, nejvýznamněji pak ve výskytu sekundárních pohlavních rysů spolu se souvisejícími proměnami ve formě a funkci těla (Poněšický 2008: 154).

Kritici sociobiologie přicházejí s nejméně třemi hlavními výhradami. Za prvé, kritizují empirický požadavek universality. Argumentují, že sociobiologie téměř v každém případě překrucuje lidskou a zvířecí existenci a v některých případech dokonce člověku připodobňuje příklady z rostlinného světa. Tímto způsobem pak vzniká řada lidských univerzálií, které třeba ve skutečnosti vůbec nemusí existovat. Za druhé kritizují empirický základ na genetické požadavky sociobiologie a argumentují tím, že není jasný důkaz jakéhokoli propojení mezi lidskými geny a druhy lidského chování, které se snaží sociobiologie vysvětlit. A nakonec útočí na samotný charakter sociobiologického uvažování. Podle kritiků mu chybí jakákoli empirická evidence genů pro specifické chování, kterou představitelé sociobiologie předpokládají (Bem 1993: 20).

Přívrženci biologického determinismu jsou často kritizováni za neúměrně zobecňování závěrů výsledků výzkumů na zvířatech na lidské bytosti a podceňování přijatelných vysvětlení, která jsou založená na vlivech prostředí.

Marvin Harris nepopírá význam epigenetických pravidel pro evoluci fosilních předků člověka, ale zdůrazňuje, že přinejmenším od neolitické revoluce před 10 000 lety probíhá vývoj lidské kultury a civilizace tak bouřlivě, že se vymyká kontrole genů. Lidská kultura je příliš složitá, než aby ji bylo možno takhle jednoduše redukovat. Zejména zastánci feminismu pak kritizovali zdůrazňování odlišnosti mužské a ženské mysli na základě evolucionismu, kdy se vyzdvihuje, že muži jsou determinováni k boji o status mezi ostatními muži, k boji o ženy a k získávání masité potravy, zatímco ženy jsou uzpůsobené k potřebám těhotenství, rození dětí a sběru potravy. Stejně tak byl ale druhou stranou kritizován feminismus, hlavně díky rozporu v tvrzení, že ženy mohou zastávat každé zaměstnání jako muži, a současným ohrazováním se, že kdyby ženy zastávaly zaměstnání, která jsou doménou mužů, tak by si v nich vedly jinak (Ridley 1999: 231 [1994]).

Americký psycholog Richard A. Lippa poukazuje na to, že zastánci vlivu přírody mají občas tendence vysvětlovat gender příliš jednoduše a redukcionisticky, oproti tomu přívrženci vlivu kultury často přijímají vysvětlení, která jsou tak komplexní, relativistická a hermeneutická, že jsou vědecky neuspokojivá. Oproti tomu zastánci kulturního determinismu zase nepřipouštějí, že korelace mezi chováním spojeným s genderem mezi rodiči a dětmi může být stejně tak důsledkem genetických faktorů jako působení prostředí. Rovněž nepřipouští, že chování spjaté s genderem ovlivňují nejen faktory prostředí, ale že genetické predispozice ovlivňují prostředí, jež si lidé vybírají. Přestože teoretici kultury vysvětlují pohlavní rozdíly sociálně-psychologickými procesy, současný výzkum ukazuje, že v situacích reálného života mohou být tyto procesy slabé (výzkumy byly často prováděny na omezené populaci za kontrolovaných, uměle vytvořených podmínek, tudíž nemusí odrážet procesy reálného života). V každém případě diskuze pokračují a další řešení sporu mezi přirozeností a kulturou přinesou až pokračující změny v rolích mužů a žen (Lippa 2009: 303–304 [2005]).

Určitý kompromis mezi kulturním a biologickým determinismem tvoří paradigma transformativního pojetí genderu. To připouští jak vrozené pohlavní rozdíly, tak i později ovlivněné, prohloubené či vytvořené odlišnosti, které vznikly v průběhu socializace. Centrem jeho pozornosti je studium toho, jak mohou kultura a chování jedince ovlivnit jeho biologii a fyziologii. Rovněž ale zdůrazňuje nástrahy používání biologických principů k ospravedlnění genderových nerovností a překonává zaujetí vrozenými rozdíly mezi jednotlivými pohlavími.

Představitelka tohoto směru, americká feministická bioložka Linda Birkeová (1948) se domnívá, že feministické kritiky biologického determinismu mají tendenci vnímat biologii jako základ, ke kterému jsou připisovány zkušenosti a vliv prostředí utvářející se během našeho individuálního vývoje. Birkeová podrobila kritice feminismus v důsledku toho, že zastával teorii, která popírá tělo a až příliš jednoduše nahradil biologický konstruktivismus sociálním. Zdůrazňuje, že souvislé transformativní změny se odehrávají v průběhu celého lidského života a chování jedince je ovlivněno nejen prostředím, ve kterém vyrůstá, ale také jeho vrozenými biologickými a fyziologickými dispozicemi.

Zastánci transformativního pojetí vývoje genderu tvrdí, že role muže a ženy se vzájemně doplňují. Domnívají se, že není třeba měnit obsah rolí, nýbrž celý hodnotový systém společnosti. Není tudíž nutné, aby ženy zastávaly role mužů a muži žen, ale aby se role muže a ženy ve společnosti vzájemně doplňovaly a žádná z nich nebyla

podhodnocena, a to jak z pohledu společenské prestiže, tak mzdově. Hodnota ženské role by měla vycházet z faktu, že žena je matkou, dárkyní života a má tedy velmi důležitou úlohu jakožto zachovatelky lidského rodu, vychovatelky a pečovatelky o potomstvo (Zormanová 2009).

Ve své práci zastávám stanovisko právě daného zohlednění obou faktorů – kulturních i přírodních – které určují naši identitu. Při pojetí mužství a ženství není možné opomíjet limity, které jsou nám dány skrze naši biologickou předurčenost. Tyto limity, jež jsem konkrétně zmiňovala výše, jistým způsobem předurčují muže, aby vystupovali aktivněji ve veřejné sféře, kde nacházejí svojí seberealizaci. I přesto, že v některých minoritních kulturách je možné nalézt odlišný model, identita muže jako živitele a hlavy rodiny se v časovém i prostorovém horizontu objevuje jako dominantní. Pokud ženy chtějí dostát stejného (nebo i vyššího) naplnění této role, musí během této kariéerní cesty v určitém věku, podobně jako se o tom zmiňovala Susan Blackmoreová, zvážit svojí roli coby „matky“, která je, ať chtějí nebo ne, od veřejné sféry na nějakou dobu odvede.

V následující kapitole se budu podrobněji věnovat procesu socializace, během kterého se již od raného dětství učíme, jak se máme coby muži a ženy chovat, vnímat sami sebe i lidi kolem nás. Sílu vlivu, který má na nás společnost, ve které žijeme, si ani nemusíme uvědomovat. I když se může se na první pohled zdát, že při výchově dítěte máme svobodnou ruku, pokud se jedinec začne nějak odlišovat, je společností ihned nasazen tlak, aby byla nežádoucí odlišnost eliminována.

3 Utváření mužské a ženské identity v procesu socializace

Socializace je celoživotní proces, jehož prostřednictvím si jedinci dané společnosti osvojují a předávají hodnoty a normy, které jsou charakteristické pro danou společnost. Tyto hodnoty a normy se samozřejmě dotýkají i genderu. Genderová socializace může mít podobu vědomého úsilí, kde jsou genderová očekávání posilována odměnami a tresty. Z hlediska kognitivně vývojových teorií se děti učí genderovým stereotypům v důsledku potřeby nalézt řád a smysl v sociálním světě, který je obklopuje. To se děje prostřednictvím pozorování okolí a interakce s ním. Malé děti hledají v okolním hmotném a sociálním světě vzorce, přičemž mají přirozený sklon k tomu, že jakmile si začnou vytvářet určité kategorie a pravděpodobnosti, spontánně si v souladu s nimi konstruují představu o vlastním já a souboru sociálních rolí. Pohlaví se jim jeví jako poměrně stabilní a viditelná kategorie, která se projevuje v mnoha jasně viditelných fyzických odlišnostech. Děti tuto kategorii nejprve vztahují na sebe a vymezují si podle ní svou identitu. Poté tuto kategorii začínají používat i na jiné osoby ve snaze rozdělit lidské vlastnosti a typy chování do dvou skupin, tedy skupiny mužské a skupiny ženské, a následně hodnotit pozorované chování lidí jako genderově přiměřené, tedy správné, či nepřiměřené, a tudíž nesprávné (viz Zormanová 2009).

Výzkumy, které prováděl například německý psycholog Erik Erickson (1902–1994) ukázaly, že děti dávají přednost určitému způsobu chování, které je v souladu s genderovými stereotypy již ve věku okolo 18 měsíců. Vědomí vlastního genderu a genderu druhých nastává ve dvou letech, tříleté děti začínají hodnotit svoje chování i chování ostatních skrze prizma genderu. Dítě přijímá odpovídající chování, vyjadřování, hry či styl oblékání. A však do pěti až šesti let si děti neuvědomují, že se příslušnost k mužskému nebo ženskému pohlaví nemění a že rozdíly mezi chlapci a dívkami mají anatomickou povahu (Giddens 1999: 115 [1989]).

3.1 Diferenciace rolí v raném dětství

Za doklad toho, že rodiče spojují s pohlavím svého dítěte konkrétní charakterové rysy a chování, je možné považovat jejich snahu zajistit, aby ostatní lidé byli schopni na první pohled určit bez jakýchkoli pochybností pohlaví jejich dítěte. Samotný tělesný

zjev miminek přílišnou náповědou nebývá (jejich váha, množství a délka vlasů, intenzita tělesné aktivity se spíše kryje, než odlišuje), a tak, aby nedošlo k nějaké mýlce, používají rodiče pro zdůraznění odlišnosti především dětské oblečení. U chlapců se upřednostňuje oblečení tmavých odstínů či základních barev. Často nosí kombinézy s obrázky sportovních či bojových předmětů, aut či jiných dopravních prostředků nebo filmových hrdinů. Děvčátka jsou naopak spíše oblékána do oblečení pastelových barev; šaty a kalhotové soupravy mají často zdobené volánky, mašlemi, obrázky srdíček či květin. Rodiče také mnohdy malým holčičkám nasazují saténové čelenky a dávají jim propíchnout uši, aby mohly nosit náušnice (Renzetti 2003: 108–109 [1999]). Oblečení tak hraje důležitou roli v genderové socializaci hned dvěma způsoby. Jednak je dítě v souvislosti s tím, jak se rozvíjejí jeho pohybové schopnosti, vlastnostmi svého oblečení nabádáno k určitému typu aktivit a odrazováno od jiných (dívky ve volánkových a krajkových šatech si nemohou dovolit zúčastňovat se fyzicky náročných her, naopak volné chlapecké oblečení fyzický pohyb bez problémů umožňuje). Za druhé rodiče skrze oblečení vysílají ostatním lidem sdělení, jakého pohlaví je jejich dítě, a zároveň i skrytě to, jak by se měli k jejich dítěti chovat. Ačkoliv dnes mohou dívky nosit jakoukoli součást oděvu a hrát si s jakoukoli hračkou, aniž by to způsobilo v jejich okolí údiv, jakmile by měl ale chlapec nutkání obléknout si holčičí šaty, hned by jeho rodiče a učitelé začali diskutovat o jeho genderové identitě.

Tématu diferenciacie ženských a mužských rolí v raném dětství byla věnována řada výzkumných prací. Mnohé studie ukázaly, že rodiče jinak zacházejí s chlapci a jinak s holčičkami, a to již od kojeneckého věku. Odlišnost se projevuje například ve způsobu komunikace s dítětem. Americká psycholožka Beverly Fagotová (1938–1998), která prováděla výzkum u dětí předškolního věku (1985), zmiňovala, že zatímco s holčičkami rodiče více komunikují a používají při řeči více emocionálních výrazů, chlapci jsou spíše vedeni k asertivitě a nezávislosti. S dcerami se více mluví o smutku, se syny o hněvu. Chlapci jsou v kojeneckém a batolecím věku více podporováni ve vizuálním, hmatovém a motorickém vnímání světa; u dívek se podporuje větší tělesná blízkost a jsou vedené k řečové interakci. To, že rodiče odlišně komunikují s holčičkou a chlapečkem již od takhle nízkého věku ukázal experiment, kdy stejné miminko bylo oblečeno nejprve do modrých dupaček – barvy, která asociuje, že se jedná o chlapečka – a poté do růžového oblečku, což je vnímáno jako jasně „holčičí“ barva. Zatímco pronikavý pláč dítěte v modrých dupačkách lidé interpretovali jako znak chlapcovy budoucí síly a průbojnosti, ten stejný pláč u totožného dítěte, které jen bylo oblečeného

do dupaček růžové barvy, byl vnímán jako projev citlivosti a lidé se holčičku snažili něžně ukonejšit (Tannen 1990).

3.1.1 Hračky, dětské knížky a televizní pohádky

K genderové socializaci a přenášení a upevňování genderových stereotypů přispívají rovněž dětské hračky, knížky a televizní pohádky, ve kterých se promítá klasické dělení rolí a které seznamují děti s charakteristikami tradičně vnímanými jako „mužské“ a „ženské“. Hračky patří bezpochyby k věcem, kterým děti věnují nejvíce času. Jejich účelem není, aby děti pouze zabavily, ale učí je i konkrétním dovednostem a vedou k tomu, aby si během hry vyzkoušely řadu rolí, které by jednou měly plnit jako dospělí. Hračkářství obvykle rozděluje své zboží na hračky „pro chlapečky“ a „pro holčičky“. Dokonce i u plyšových hraček, které mohou primárně působit jako neutrální, se některé doporučují víc holčičkám (králíci, kočky) a některé spíše chlapečkům (lvi, tygři). Přitom je zde patrná, podobně jako u oblečení, větší tolerance u holčiček: děvčata si častěji hrají s chlapeckými či „neutrálními“ hračkami než chlapci s „dívčími“.

Erik H. Erikson pozoroval pohlavní rozdílnost na základě hry, ve které děti měly pomocí náhodně vybraných hraček na připraveném stole vyjádřit danou situaci. Děti měly za úkol představit si, že je stůl filmovým studiem a hračky představují herce a kulisy. Pak byly vyzvány, aby na stole vytvořily vzrušující scénu z imaginárního filmu. Erikson zjistil, že zatímco chlapci měli tendence stavět struktury, budovy, věže či ulice, děvčata využívala herní stůl spíše jako interiér domu s jednoduchým či nepatrným využitím kostek. U chlapců tedy k převládajícím konfiguracím patřily vysoké stavby, stejně tak byl ale typickým prvkem i opak výšky – trosky. Tato proměnná „*vysoký-nízký*“ byla Eriksonem charakterizována jako mužská. Upozorňuje na to, že extrémní výška v kombinaci s prvkem zhroucení či pádu odráží potřebu překompenzovat pocit pochybností o vlastním mužství či strach z něho. Stavby chlapců obsahovaly uvnitř domu méně lidí a zvířat. Místo toho ve svých konfiguracích nechali projíždět automobily, procházet zvířata a indiány. Tyto postavy však brzdily dopravu a byly tedy usměrňovány postavou policisty.

Děvčata oproti tomu stavěla věže jen zřídka. Pokud tak učinila, opírala je o pozadí nebo stavěla blízko něj. Jako ženskou označuje Erikson proměnnou „*otevřená-zavřená*“. Většina dívek stavěla interiéry domů beze zdí (nejčastěji domov či škola). V mnoha případech působily interiéry klidně, avšak často byl poklid scény narušen. Do pokoje vběhlo selátko, které dívku polekalo a přinutilo se schovat za klavír; učitelka

vyskočila na stůl, protože do třídy vběhl tygr apod. Zatímco takto poděšené osoby jsou většinou ženy, rušivým elementem je vždy muž. K obraně před vetřelcem však nebyly vybudovány žádné obranné zdi či uzavřené dveře. Nejčastějším prvkem v konfiguraci dívek byly prosté ohrady z nízkých zídek a bez okras. Tyto ohrady měly ovšem velice často ozdobnou branku, na které si děvčata dala záležet.

Podle Eriksona lze herní konstrukci považovat za prostorové vyjádření mnoha sociálních konotací. Tendence chlapců zobrazovat pohyb vně a nahoru může tedy být jen dalším výrazem obecného smyslu pro prokazování své síly a agresivity, mobility a nezávislosti ve světě a dosažení „vysokého postavení“. Interiéry domu, které byly zobrazovány dívkami, by mohly znamenat, že se soustředí na očekávaný úkol péče o domácnost a děti. Avšak pokud je nejdůležitější motivací děvčat láska k současnému domovu a očekávání domova budoucího s vyloučením všech ostatních tužeb, které mohou sdílet s chlapci, pak by toto sdělení pořád nepodávalo výklad k tomu, proč dívky kolem svých domů staví méně vysokých zdí (láska k domovu by měla spíše vyzývat k tomu, aby konstruovaly vyšší zdi a zavřené dveře, které by zaručovaly bezpečí a soukromí). Erikson se domnívá, že poklidný interiér ve stavbách dívek je stejně specifický jako dopravní situace řízená policistou u chlapců. První případ vnímá jako výraz dobra uvnitř, druhý pak jako znak obezřetnosti venku. Takový důraz na dobro a obezřetnost v reakci na pokyn vytvoření vzrušující filmové scény je podle něj důkazem, že v těchto reakcích jsou vyjádřeny dynamické dimenze a akutní konflikty, které nelze vysvětlit pouze teorií dodržování kulturních a vědomých ideálů a obhajuje důkaz orgánových modů v těchto stavbách jako připomínku toho, že zkušenost je zakotvena v půdorysu těla. Za orgánovými mody a jejich anatomickými modely totiž spatřuje náznak mužské a ženské zkušenosti s prostorem. Podle jeho názoru má pro dívku vnitřní prostor (děloha) a pro chlapce vnější prostor (penis) takový nezvratný význam, že formuje jejich vztah k prostoru mimo jejich tělo a vytváří rozdílné pojetí prostoru jako takového (Erikson 2002: 90–100 [1950]).

Další výzkum v oblasti vlivu hraček na genderovou identitu představuje studie provedená americkým sociálním psychologem Campbellem Leaperem. Leaper sledoval páry rodičů s dětmi, jak si hrají buď se stereotypně maskulinními hračkami (autíčky a nákladáky), anebo s feminními hračkami (nádobíčkem). Děti byly předškolního věku a pozorovány byly všechny kombinace pohlaví dětí a rodičů (matky se syny, matky s dcerami, otcové se syny, otcové s dcerami). Celkově se rodiče ke svým dcerám a synům chovali stejně vřele a stejně výchovně. Nicméně otcové měli sklony být

asertivnější než matky a matky měly tendenci být vřelejší než otcové bez ohledu na pohlaví dítěte. Leaper zjistil, že nejsilnější vliv na chování rodičů měla samotná určená hra; rodiče byli vřelejší a výchovnější, když si děti bez ohledu na pohlaví hrály s nádobíčkem, než když si hrály s autíčky. Jedním z důvodů tohoto výsledku je, že jakmile děti začnou preferovat „chlapecké“ či „holčičí“ aktivity, zacházejí s nimi dospělí odlišně právě v důsledku tohoto chování (Lippa 2009: 230 [2005]). Co je ale prvotní příčinou? To, že rodiče u svých dětí podporují pohlavně odlišné hry, nebo to, že chlapci a dívky přirozeně preferují pohlavně typické hry?

Pohádky vyjadřují velmi tradiční postoje, pokud se jedná o úlohy obou pohlaví i o cíle a ambice, které se přisuzují chlapcům a dívkám. Analýzu mužských a ženských rolí v neznámějších knížkách pro předškolní děti provedla v roce 1972 americká socioložka Lenore Weitzmanová. Zjistila, že rozdíly jsou zásadní. Mužské postavy hrály daleko důležitější role než ženské v poměru 11:1 a při započtení zvířat s vyjádřeným rodem poměr stoupl dokonce na 95:1. Mužské postavy podnikaly často různá dobrodružství, která se odehrávala mnohdy mimo domov a vyžadovala nezávislost a sílu; prováděly různé činnosti, při nichž využívaly sílu a důvtip. Role jejich postav vyjadřuje celou škálu činností, ale nejčastěji se jedná o hrdiny, soudce, krále apod. Ženským postavám bylo dáno jednoznačně submisivní postavení. Svoji úlohu sehrávaly obvykle mezi čtyřmi stěnami, kde čekají na své hrdiny, vaří jim a dělají různé jiné domácí práce. Žádná žena ze studovaných pohádek se nezabývala podstatnou činností mimo domov (Giddens 1999: 115 [1989]).

Ve starých pohádkách čeká dívka na svého prince. V dřívějších dobách to obvykle dodávalo naději, že i chudá dívka může snít o bohatství a štěstí. Dnes je smysl tohoto rčení spíše propojen s ideály pravé romantické lásky (*ibid.*: 116). Samozřejmě se dnes, téměř čtyřicet let po analýze Weitzmanové, aktuálně na trhu objevuje řada dětských knížek, v nichž vystupují v hlavních rolích silné, nezávislé hrdinky, ale jen málokteré ukazují chlapce v netradičních úlohách (*ibid.*: 117). Jak se zmiňuje také britská antropoložka Fiona Bowie, „hrdinové“ jsou převážně mladí muži, je-li hrdinkou žena, tak je to takřka vždy dívka před pubertou (*Alenka v říši divů*, *Dorota v Čaroději ze země Oz*, *Lucie v knížce Lev, čarodějnice a skříň* od C. S. Lewise). Jakoby hrdinská role byla nepřátelská zralému ženství (Bowie 2008: 294 [2005]).

3.2 Vliv vrstevníků a školy

Od druhého až třetího roku začínají děti (dívky o něco dříve než chlapci) dávat přednost vrstevníkům stejného pohlaví a tato tendence s postupem času sílí. Podle Beverly Fagotové jsou nejsilnějšími socializačními činiteli vrstevníci stejného pohlaví. Chlapci a dívky vytvářejí během hry z vlastního popudu dvě oddělené skupiny, přičemž již u velice malých dětí se objevují tendence odměňovat genderově přiměřené chování a nesouhlasit s tím, když jedinec překračuje genderové hranice. Tendence ke kontaktu s vrstevníky stejného pohlaví je zřejmě dána dětskou potřebou upevnit ve skupině svou rodovou identitu a roli, je však i výsledkem přirozeného vzájemného výběru dětí podle zájmu a způsobu komunikace (Janošová 2008: 122). Děti, které si ke hraní vybírají genderově adekvátní hračky, jsou mezi svými vrstevníky populárnější. Opět se ukázalo, že pro chlapce platí daná pravidla přísněji než pro holčičky. Chlapci, kteří při hře překračují genderové meze, hrají si s holčičkami, jsou svými vrstevníky mnohem více kritizováni než dívky (Fagot 1985).

Ve škole se obvykle nepředpokládá, že by se jinak jednalo s chlapci a jinak s dívkami, avšak donedávna měli chlapci a dívky některé odlišné předměty (chlapci dílny, dívky vaření). Odlišněji bývají stavěny koncepce tělesné výchovy. Předurčené představy, jak by se chlapci a dívky měli chovat, ale zůstávají v myslích učitelů zakořeněny a neviditelnou silou se promítají do odlišných očekávání s tím nebo oním pohlavím. Učitelé u chlapců více opravují chyby a dávají jim náročnější úkoly. Chlapci jsou více chváleni za intelektuální výkon, zatímco dívky za upravený sešit a příjemné vystupování. Chlapci jsou více vystavováni trestním postihům, které jsou tvrdší a obvykle veřejné. Je to možná proto, že jsou zlobivější; ovšem už od předškolního věku jsou vedeni k tomu, aby se více projevovali, zatímco dívky jsou nabádány k pasivitě a mírnosti.

Jak se zmiňuje americká socioložka Donna Ederová, v prostředí střední školy, tedy v období dospívání, bývají tendence zvýhodňovat sportovně zdatné chlapce s vůdčími sklony. Sebedůvěru a společenský úspěch jim však dodává rovněž schopnost obstát ve fyzickém i verbálním souboji, smysl pro humor a ochota postupovat rizika a vzepřít se pravidlům společenského chování (Eder 1995 in Renzetti 2003: 140 [1999]). Nesportovně založený mladík je ve středoškolském prostředí citelně společensky i psychologicky znevýhodněn. Jedině tvrdý, sportovně zdatný a „cool“ chlapec může být přijímán jako vůdce, a to nejen svými vrstevníky, ale často i učiteli a rodiči. Americký

sociolog Gary Alan Fine (1950) se věnoval zálibě malých chlapců v tzv. „dirty play“ neboli v činnostech, které jsou považované dospělými za trestuhodné (patří sem například házení kamenů po zvířatech či různé agresivní žerty). Takové chování však dle Finea vychází spíše než z přirozené mužské agresivity z potřeby potvrzovat si mužskou identitu. *„Dirty play demonstruje postavení navenek a jejím cílem není ubližovat, ale smělostí si vydobývat uznání. Záliba předpubertálních samců v hlučnosti, ničemných hrách a obscenitách je jejich způsob, jak stvrdit své chlapství proti mateřskému ženskému světu, kde je toto zapovězené. Podobně se chová mnoho mužů i v dospělosti, jakmile se ocitnou mezi sebou, o čemž by mohly vyprávět sportovní šatny“* (Fine 1986 in Badinter 2005: 91 [1992]).

U dívek se klade důraz na tělesnou přitažlivost, včetně stylového oblékání a líčení. Avšak musí být podchycena „zdravá míra“ zdůrazňování ženských rysů, poněvadž přílišné líčení nebo sexuální přitažlivost může být sankcionováno s tím, že dívka působí příliš vyzývavě. Podle Ederové se tedy musí v křehké rovnováze ukázat, že je po sexuální stránce znalá a nad věcí, avšak nesmí být příliš agresivní nebo iniciativní, poněvadž se očekává se, že „bude sbalena“ a ne že „bude balit“ (Renzetti 2003: 140 [1999]). V některých situacích se požadavek na nenápadnost a ctnost dívky může dostávat do rozporu běžného módního trendu. Příkladem může být násilný sexuální útok, po němž žena bývá veřejností nezřídka nařčena z vyzývavosti a následně odsouzena. I samotné oběti útoku se často potýkají s neopodstatněnými pocity viny za to, že i ony samy nevědomě incidentu napomohly, což může vést i k tomu, že ani nedají podnět k policejnímu vyšetřování (Janošová 2008: 211).

Z hlediska studijních výsledků je patrné, že chlapci vykazují větší úspěšnost v matematice, což je podle některých odborníků způsobeno lepší schopností prostorového vnímání, která může být určena biologicky i výchovou. K rozdílné výkonnosti v matematice pravděpodobně přispívají i další sociální faktory, mezi něž patří například to, že matematika a s ní spojené činnosti se zaměřují spíše na mužský svět než na ženský. Maskulinní orientace je patrná rovněž ve světě počítačů, což je dáno také celkovým zaměřením herního průmyslu. Dívky mají lepší hodnocení v jazycích a sociálních vědách, což se pak projevuje ve výběru studijního oboru na vysoké škole. Zatímco u chlapců jsou typickými studijními vysokoškolskými obory informační technologie, inženýrské obory či fyzika (MatFyz, ČVUT), u dívek jsou to zejména dějiny umění, pedagogika, sociální práce a psychologie (filosofické a pedagogické fakulty).

3.3 Sociolingvistický přístup Deborah Tannenové

Americká lingvistka Deborah Tannenová (1945) zastává názor, že muži a ženy vyrůstají v zásadě odlišných kulturách, takže jejich vzájemná komunikace je mezikulturní. Sociolingvistický přístup ke vzájemným vztahům muže a ženy vysvětluje určité konflikty, aniž by někoho obviňoval, že je nenormální nebo v nepravu a neobviňuje ani samotný vztah a vychází z předpokladu, že když poznáme rozdíly, které mezi námi jsou, a porozumíme jim, můžeme se přizpůsobit stylu toho druhého a poučit se z něj (Tannen 1995: 14 [1990]). Podle Tannenové se muži v rozhovoru častěji zaměřují na boj o postavení a řeší otázku, zdali se ten druhý na něj snaží vyvyšovat či ho snižovat. Ženy jsou oproti tomu naladěny na jednání o vazbách a během rozhovoru se zabývají tím, jestli se ten druhý snaží k ní přiblížit či od ní odtáhnout (*ibid.*: 32).

Jestliže tedy ženy mluví a slyší v jazyce vazeb a intimity, zatímco muži mluví a slyší v jazyce postavení nezávislosti, může se potom komunikace mezi muži a ženami podobat mezikulturní komunikaci, protože v ní dochází k střetávání různých hovorových stylů. Kde se učí ženy a muži mluvit a slyšet rozdílně? Podle Tannenové je to tím, že dívky a chlapci vyrůstají ve stejném prostředí, ale působí na ně odlišné slovní světy. Jejich okolí na ně hovoří odlišně a očekává a přijímá od nich odlišné způsoby řeči. Nejde zde jenom o vliv rodičů a dospělých příbuzných, ale také kamarádkých skupin, které mají u chlapců a dívek jinou podobu. Jejich oblíbené hry a jazyk, jaký při nich užívají, se od sebe liší.

Chlapci si hrají spíš venku, ve větších skupinách, které mají hierarchickou strukturu. Jejich skupiny mají vůdce, který ostatním říká, jak a co mají dělat. Mezi sebou se často chlubí svou obratností a dohadují se, kdo je v čem nejlepší. Chlapecké hry mají vítěze a poražené a složitá pravidla, o něž často mezi sebou vedou spory (*ibid.*: 37–38).

Dívky si oproti tomu hrají v menších skupinkách nebo ve dvojicích – středem holčičího světa je nejlepší přítelkyně. Uvnitř skupiny je nejdůležitější intimita. V mnoha hrách není vítězů ani poražených; děvčata nepřikazují, vyjadřují svá přání jako návrhy. Nesnaží se být středem pozornosti, takže na sebe přímo neútočí. Více jim jde o to, aby je ostatní dívky měly rády (*ibid.*: 38).

Podle Tannenové tyto herní světy vrhají světlo na to, proč muži bedlivě vyhlížejí náznaky toho, že je někdo ponižuje nebo jim poroučí. Hlavním artiklem v hierarchickém světě chlapců je postavení a způsobem, jak postavení dosáhnout a jak si

je udržet, je dávat příkazy a nutit jiné, aby se jimi řídili. Chlapec v nízkém postavení cítí, že je komandován. Kluci tedy sledují nenápadné posuny ve vzájemném postavení podle toho, kdo dává příkazy a kdo je plní. Dívčí hry se touto dynamikou neřídí. Hlavním směnným zbožím mezi děvčaty je intimita. Dívky ve svých přátelstvích pozorují nenápadné posuny spojeneckých svazků a snaží se spřátelit s všeobecně oblíbenými dívkami. Oblíbenost se však zakládá na vazbách. Ta ale spoutává i oblíbené dívky. Americká socioložka Donna Ederová během svého výzkumu konaného na druhém stupni základní školy zjistila, že oblíbená děvčata jsou paradoxně v neoblibě. S všeobecně oblíbenými děvčaty se chce přátelit mnoho dívek, ale počet přítelkyň musí být nutně omezený, protože hlavním cílem dívek je spíše intimita než velké skupinové akce. Proto musí oblíbená dívka odmítat nadbíhání většiny dívek, které ji vyhledávají a díky tomu je pak označovaná jako „nafoukaná“ (*ibid.*: 42).

3.4 Porucha genderové identity

Porucha genderové identity spočívá v tom, že dítě není schopné či ochotné dostat genderovým stereotypům. Pokud by tyto stereotypy byly jiné, dítě by poruchu nemělo. Poruchou by pak ale mohli trpět ti, kteří jsou dnes považováni za normální. Mohlo by se zdát, že „jednoduchým“ řešením by bylo změnit výchovu dětí a zmenšit tlak rodičů a následně vrstevníků na striktní heterosexualitu.

O výchovu dítěte mimo genderové stereotypy se pokusila americká psychologka Sandra Bemová (1944). Se svým manželem sestavili při výchově svých dětí pečlivý program, jak čelit tradiční výchově genderu. Snažili se odstranit veškeré souvislosti mezi pohlavími a ostatními aspekty života. Manželé se střídali ve vaření jídla, řízení auta, snažili se, aby obě děti zažívaly jak tradičně chlapecké, tak dívčí zkušenosti a hry. Když ale Bemová například oblékala svému synovi baret, který byl obecně považován za dívčí doplněk, okamžitě se to setkalo s reakcí jeho vrstevníků ve školce, kteří se mu posmívali, že nosí „holčičí“ věci a je tedy holka. A i když jim oponoval, že má „pindíka“ a je tedy kluk, spolužáci mu s převahou odpovídali, že na tom nezáleží, jelikož penis mají všichni, zatímco barety nosí jen holky (Bem 1993: 149). Po několika podobných příhodách Sandra Bemová svou snahu o „výchovu jinak“ vzdala. Zjistila, že vychovávat dítě mimo zaběhnuté stereotypy je velmi obtížné, protože to nepřijme jeho okolí – naše společnost je konstruována jako společnost dvou jasně odlišitelných pohlaví.

Zkušenostmi rodičů, kteří se snažili vychovávat své děti „rovnoprávně“, se zabývala i britská socioložka June Stathamová. Ta zjistila, že většina rodičů se nesnaží jednoduše změnit tradiční úlohy obou pohlaví, ale že chtějí rozvíjet nové kombinace „mužských“ a „ženských“ vlastností. Mezi ně patřilo například to, že si přáli, aby chlapečci byli citlivější k problémům druhých a aby sami dokázali lépe své pocity ventilovat. U dívek naopak více podporovali aktivitu a zvědavost. Podobně jako Bemová, všichni rodiče zjistili, že převládajícím způsobem socializace je velice obtížné čelit, poněvadž na děti velice silně působí jejich vrstevníci a škola. I když se rodiče snažili učit své děti hrát si s neutrálními hračkami, neubránili se tomu, aby dostávali stereotypní „chlapecké“ či „holčičí“ hračky od příbuzných. Tento výzkum ukázal, že učení mužským a ženským rolím má dalekosáhlý vliv. V okamžiku, kdy bychom se snažili tradičním úlohám, které jsou zakořeněné v našich myslích vymanit, narážíme na značné obtíže – společnost od každého očekává, že se bude chovat „mužsky“ nebo „žensky“ a v praktickém životě se tato očekávání naplňují a reprodukují (Giddens 1999: 117 [1989]).

Jak se zmiňuje americký sociolog Peter Berger, muži a ženy mohou ve společnosti „obývat“ velmi odlišné světy. Mužské a ženské pohledy na realitu jsou ve společnosti rozlišovány a toto rozlišování je primární socializací rovněž předáváno. Proto je předem dáno, že v případě chlapce je kladen větší důraz na mužskou verzi reality, zatímco v případě dívky na verzi ženskou. Dítě bude znát i verzi týkající se druhého pohlaví, a to do té míry do jaké mu byla zprostředkována pro něj významnou osobou z řad opačného pohlaví, ale nebude se s touto verzí identifikovat (Berger and Luckman 1999: 165 [1966]). Pokud však existuje určité soupeření mezi definicemi reality a je tedy umožněna volba mezi nimi, může dítě z nejrůznějších životních příčin učinit nesprávnou volbu. Tímto způsobem může například chlapec přijmout „nepatřičné“ prvky ženského světa, pokud primární socializace probíhá pouze pod ženským vlivem. Mužský jedinec může malému chlapci zprostředkovat „patřičné“ definice a vymezit jejich platnost, takže je si vědom toho, že není možné, aby v ženském světě žil, ale může se s ním identifikovat. Jeho výsledná „zženštilost“ může být „viditelná“, nebo „neviditelná“, v obou případech však bude existovat asymetrie mezi identitou, která mu byla přisouzena společností a identitou, kterou on sám vnímá subjektivně jako reálnou (*ibid.*: 166). A jak jsem už zmiňovala výše, společnost si samozřejmě vytváří terapeutické postupy pro to, jak se o takové „nenormální“ případy postarat a úspěšně socializované děti budou na „odlišné“ jedince vyvíjet tlak.

V následující kapitole uvádím nejvýznamnější autory teorií vytváření pohlavní a genderové identity, včetně jejich kritiky.

4 Teorie vzniku pohlavní a genderové identity

4.1 Sigmund Freud

Podle slavného zakladatele psychoanalýzy Sigmunda Freuda (1856–1939) je vnímání rozdílů mezi pohlavími u malých dětí dáno především tím, jestli mají nebo nemají penis. Není to pouze anatomický rozdíl, ale z hlediska mužství a ženství má význam i symbolický. Během prvních dvou stádií osobnostního vývoje, jež Freud nazývá orální a anální, se chlapci a dívky svým chováním a vnitřním prožíváním příliš neliší. Děti obou pohlaví se soustřeďují zejména na matku, která uspokojuje většinu jejich potřeb. V období falickém, tedy kolem čtyř let, si děti začnou být vědomy svých vlastních genitálií a jejich odlišnosti od genitálií opačného pohlaví. Dítě si nevědomky utváří chování podle vzoru rodiče stejného pohlaví. Pro chlapce je charakteristický oidipovský komplex spojený s kastrací úzkostí – chlapec se cítí být ohrožen vlastním otcem, pronásledují jej myšlenky, že mu chce vzít jeho penis a vykastrovat ho. Převážně pak na úrovni nevědomí vnímá otce, jako někoho s kým bojuje o přízeň své matky. Teprve tím, že potlačí erotické pocity ohledně matky a přijmutím otce jako nadřazené bytosti, se chlapec identifikuje s otcem a uvědomuje si své vlastní mužství (Giddens 1999: 118 [1989]). Identifikace s otcem se projevuje také převzetím jeho hodnot (tedy konstitucí Superega) a úsilím být jako on, jeho napodobováním.

Dívka oproti tomu „závidí“ chlapečkům penis, protože jej sama nemá. Matka má v jejích očích nižší postavení, protože jej také nemá a není schopná jí ho poskytnout. Ztotožnění se „submisivním“ postavením ženy pro ni znamená druhou nejlepší možnost (*ibid.*). Slovy Freuda: *„Připočítáme tedy feminitě větší míru narcismu, který má u žen také vliv na jejich volbu objektu – potřeba být milována u žen převažuje nad potřebou milovat. Důsledky závidění penisu jsou i jednou z příčin tělesné marnivosti žen: mají více sklon cenit si své přitažlivosti, která je jim opožděnou kompenzací za původní pohlavní méněcennost. Stud – který je považován za ženskou vlastnost par excellence, ve skutečnosti je však mnohem více plodem konvence, než by se zdálo – má, jak se domníváme, za cíl skrýt nedostatečnost vlastních genitálií... Fakt, že ženy mají jen málo smyslu pro spravedlnost, bezesporu souvisí s tím, že jejich mentálnímu životu dominuje závist (Freud in Renzetti 2003: 95 [1999]).*

Teorie Freuda se setkala s řadou kritik, zejména pak ze strany feministek. Mezi námitkami se objevovalo například to, že vnímání sexuální identity příliš úzce propojoval se znalostí pohlavních orgánů a nebral v potaz i jiné méně nápadné faktory, či to, že učení ženských a mužských rolí většina pozdějších autorů situuje do mnohem ranější fáze dětství než do oidipovské, která je okolo čtvrtého až pátého roku života (Renzetti 2003: 35 [1999]).

4.2 Karen Horneyová

Významnou kritičkou učení Freuda byla německá psychiatrička, žijící však většinu života ve Spojených státech amerických, Karen Horneyová (1885–1952). Ta v průběhu dvacátých let minulého století věnovala pozornost reformě psychoanalytického pohledu na ženy. Přišla s teorií, že ženy netrpí vůči muži závidí proto, že nemají penis, ale spíše díky obecně nadřazenému postavení mužů ve společnosti. Kastrální komplex u dívky pak podle Horneyové vzniká následkem frustrace dívky, která touží napodobit otce, jehož pohlaví s sebou nese mnohé společenské a sexuální výhody.

Horneyová přichází s myšlenkou, že ve vědomí mužské psychiky mají ženy z biologického hlediska neoddiskutovatelnou fyziologickou převahu v mateřství nebo v potenci mateřství – muži ženám velmi intenzivně závidí těhotenství porod a mateřství stejně jako prsa a kojení (Horney 2004: 60 [1967]). Následně si pokládá otázku, zda-li nutkání k tvůrčí práci ve všech možných oblastech u mužů nepochází právě z jejich pocitu, že hrají relativně malou roli při vytváření živých bytostí, což je následně dovádí ke kompenzaci vysokými výkony (*ibid.*: 61).

4.3 Nancy Chodorowová

Americká socioložka Nancy Chodorowová (1944) vidí počátek identifikace s mužským či ženským pohlavím ve fixaci kojence na rodiče. Zdůrazňuje významnou úlohu matky, která má hlavní význam v časně fázi života dětí, jež se s ní emocionálně identifikují. Tato vazba se však musí v určitém okamžiku zlomit, aby vzniklo u dítěte nezávislé vědomí vlastního já. Podle Chodorowové jsou u chlapců a dívek rozdíly v procesu odpoutávání se od matky. Zatímco vazba na matku je u dívek trvalejší – nadále se s ní objímají a napodobují, co dělá, chlapci získávají vědomí vlastní identity mnohem radikálnější odmítnutím původní úzké vazby na matku. Vnímání sebe jako

muže si vytvářejí na základě toho, co není ženské. Ke svému životu přistupují aktivněji, kladou důraz na úspěch, ale zároveň potlačují schopnost vnímat pocity sebe i druhých. Dcery tedy vyrůstají se silným pocitem emocionální spjitosti s matkami a tato spjitost se stává základem silných vztahových souvislostí v životě dospělých žen. Matky nevnímají dcery jako oddělené bytosti, a proto dcery zůstávají bez přiměřeného potvrzení své identity a jednání. Výsledkem jsou nejasné hranice ega spojené s propastným odcizením od osobních potřeb, tužeb a přání a soustředění se na to, co potřebují jiní, zejména muži (Harrington 2006: 254 [2005]).

Z pohledu Chodorowové jsou to pak chlapi, kterým „něco“ chybí – ztrácejí blízký vztah k matce. Díky klíčové roli, kterou zaujímají ženy v rané socializaci dětí, se tyto vzorce neustále přenáší z generace na generaci. V konečném důsledku ženy definují sebe samy především prostřednictvím vztahů, muži tyto potřeby potlačují a přijímají manipulativnější přístup k světu (Giddens 1999: 119 [1989]).

Chodorowová byla kritizovaná za to, že psychologie mužů a žen je mnohem smíšenější a rozporuplnější než jak ji prezentuje a že její pojetí se hodí jen na konkrétní typ bělošské středostavovské rodiny. Její význam však spočívá především v tom, že se snaží osvětlit původ toho, proč muži jen s obtížemi dávají najevo své city (*ibid.*).

O výhodě vztahu matka-dcera se zmiňuje i český psychoanalytik Jan Poněšický (1943): „*Ženy mají nespornou výhodu, co se týče jejich pohlavní identity. Jejich přirozený identifikační vzor je matka. Tento oproti chlapcům nepřerušovaný vývoj přispívá zřejmě k tomu, že dívky rychleji dospívají. Dalším důkazem této vzájemnosti s matkou je i nepřerušovaný vývoj k sobě samé, to jest lehčí přístup ke svým hloubkám, k citovému životu, nevědomí*“ (Poněšický 2008: 37). Schopnost hlubokého ponoření do sebe, bez strachu z ohrožující opačné identity, jak je tomu u mužů, nese s sebou i větší možnost vcítění se do druhého. Pokud má však u dívky dojít k vymanění se od své matky, je to u ní ztíženo tím, že se má odlišit od někoho, kdo je jí velmi podobný, a zároveň si zachovat svou ženskost. Následně pak může vnímat svoji matku jako stálou pronásledovatelku, která do ní vidí a zná všechny její emoce. Můžeme se tedy setkat se dvěma extrémními situacemi, které způsobují psychologický konflikt u žen: na jedné straně zůstat v symbióze či závislosti na matce, na druhé se zcela od ní odvrátit a zpřetrhat s ní i vnitřní spřízněnost (*ibid.*: 41–44).

4.4 Teorie sociálního učení

Teorie sociálního učení čerpají z myšlenek behaviorismu a předkládají názor, že děti získávají odpovídající genderové identity díky tomu, že jsou odměňovány za chování odpovídající jejich genderu a trestány za chování, které je s ním v rozporu. Děti se neučí pouze prostřednictvím přímé pochvaly či potrestání, ale důsledky svého chování mohou poznat tím, že budou pozorovat chování ostatních (například tím, že pokud si nevyberou ke hraní hračky odpovídající jejich genderu, jsou jejich rodiče méně ochotní si s nimi hrát), tudíž modelováním lidí v jejich okolí (Renzetti 2003: 99 [1999]). Zastánci teorie sociálního učení konstatují, že děti si za vzor svého chování berou ty dospělé osoby, které vnímají jako vlídné, přátelské, ale i mocné a jim podobné, což jsou logicky rodiče stejného pohlaví, učitelé, starší sourozenci či vrstevníci. Vedle výchovných zásahů má podobný vliv také kultura, která zprostředkovává přijatelný obraz struktur dané společnosti. Mužské a ženské vzory, které ukazují knihy či filmy jsou často samotným příběhem také nepřímo „hodnoceny“. Tímto způsobem lze vysvětlit, proč se ani děti, které žijí mimo rodinné prostředí, nevyhnou vývoji rodových stereotypů (Janošová 2008: 115).

Teoretici sociálního učení rozlišují mezi získáváním a vykonáváním určitého chování. I když se děti mohou pozorováním naučit, jak něco dělat, nemusejí nezbytně dělat vše, co se naučily. Příkladem může být to, že i když většina žen ví, jak si holit obličej, a většina mužů ví, jak si holit nohy a podpaží, většinou tak sami nečiní. Kvůli dosavadnímu podmiňování, díky odměnám a trestu či v důsledku učení prostřednictvím pozorování (Lippa 2009: 156 [2005]).

I přes svou přesvědčivost naráží tato teorie na jisté potíže. Jak se zmiňuje americká socioložka Claire M. Renzettiová, výsledky zkoumání nápodoby u osob stejného pohlaví nepotvrzují, že by děti napodobovaly spíše vzory stejného pohlaví než vzory opačného. Dívky častěji napodobují mužské vzory než obráceně, což může být způsobeno tím, že muži jsou považováni za mocnější než ženy. Navíc děti většinou napodobují vzory stejného pohlaví jedině tehdy, pokud se tyto vzory drží modelů chování odpovídajících danému genderu, což naznačuje, že děti mají určité vědomí genderu, které je nezávislé na tom, které získávají modelováním. Další kritikou je, že teorie sociálního učení popisuje děti pouze jako pasivní příjemce socializačních signálů, přičemž, jak uvádí například Sandra Bemová, děti samy vyhledávají a vyhodnocují informace, které jim poskytuje jejich sociální prostředí.

4.5 Kognitivně-vývojová teorie

Tato teorie vychází z myšlenek švýcarského psychologa Jeana Piageta (1896–1980) a amerického psychologa Lawrence Kohlberga (1927–1987). Oba se věnovali studiu mentálních procesů, prostřednictvím kterých děti rozumějí svým prožitkům a pozorováním. Jednotčím principem kognitivně-vývojových teorií je, že děti se učí svému genderu a genderovým stereotypům v rámci svých rozumových schopností nalézt řád v sociálním světě, který je obklopuje. Děti tento úkol řeší tak, že v okolním hmotném a sociálním světě objevují vzorce, k jejichž hledání mají přirozený sklon. Jakmile pak začnou nalézat určité kategorie a pravidelnosti, vytvářejí si spontánně v souladu s nimi i představu o vlastním „já“ a souboru sociálních rolí (Bem 1993).

Kategorie, které si děti takto vytvářejí, se nazývají schémata a jedním z obzvlášť důležitých schémat je právě „pohlaví“ jakožto poměrně stabilní a snadno rozpoznatelná kategorie, která se projevuje v mnoha jasně viditelných fyzických jevech (muži a ženy vypadají odlišně: jinak se oblékají, mají jiné účesy a vykonávají odlišné práce). Děti nejprve tuto kategorii vztahují na sebe, vymezují si a uspořádávají podle ní svou identitu a poté ji začínají uplatňovat i na jiné osoby ve snaze rozlišit je na mužské a ženské. Následně začnou hodnotit jejich chování jako genderově korektní či nekorektní (Renzetti 2003: 101 [1999]). Podle Kohlberga prochází jedinec postupně třemi stádii pohlavní identity:

1. Nejprve dojde ke zjištění příslušnosti k jedné z rodových skupin. Dítě dokáže zpracovat základní informace o příslušnících mužského a ženského pohlaví a zřetelně si uvědomuje, že se vyčleňují na dvě zcela rozdílné skupiny. Ve stejném období si děti osvojují i další vědomosti o stabilitě předmětů; znalost, že objekty (kočky, stoly) mají stálé, neměnné vlastnosti.
2. V další fázi jedinec dojde k poznání, že pohlaví je atributem, který je nezávislý na čase a přetrvává i do budoucna. Děti si začínají uvědomovat, že pohlavní příslušnost nelze měnit, ale ještě se mohou domnívat, že je výsledkem zvyku či předchozí volby, protože nemají povědomí o rozdílech v tělesné konstituci. Tříleté až čtyřleté děti se často domnívají, že kdyby chtěly, mohly by se stát opačným pohlavím. Vše, co by pro to musely udělat, by bylo změnit oblečení, účes a hračky.

3. Kolem pěti až sedmi let děti získávají pevnou představu o neměnnosti pohlaví a dospívají k přesvědčení, že nemůže dojít k jeho změně, ani když se lidé chovají v tomto směru nepřijatelně a překračují očekávání společnosti. Aby došly do tohoto stádia, musejí děti umět zpracovat fakt, že podstata věcí se nemění, i když se změní nějaký její vnější atribut, jenž na sebe upoutává pozornost jedince. Znamená to například, že osoba je ta samá, ať nosí jakýkoli oděv či účes (viz Janošová 2008: 117).

Kognitivně-vývojová teorie se snaží vysvětlit, proč mají děti sklon upřednostňovat odpovídající pohlavně stereotypní hračky a činnosti, hledat si přátele mezi jedinci stejného pohlaví či zastávat rigidně stereotypní představy o genderu. Podle Kohlberga kognitivní teorie předpokládá tuto posloupnost: „*Jsem chlapec, takže chci dělat chlapecké věci, takže příležitost dělat chlapecké věc je odměnou*“ (Lippa 2009: 158 [2005]). Odměna není to, co dělá chlapce maskulinním, ale maskulinní činnosti chlapce uspokojují spíše proto, že se identifikuje jako muž.

I tyto teorie se ale setkaly s kritikou. Jedna z hlavních výhrad se týkala věku, v němž si děti údajně vytvářejí genderovou identitu. Zatímco kognitivně-vývojové teorie tuto fázi zasazují do období věku od tří do pěti let, mnohé výzkumy naznačují, že ve skutečnosti nastává dříve (Renzetti 2003: 102 [1999]). Z dalších výzkumů také vyplynulo, že pohlaví a gender nejsou základními kategoriemi či schémata pro všechny lidi bez rozdílu, poněvadž existují jedinci, které lze hodnotit jako genderově „aschematické“ a svoji genderovou identitu si sami osvojili.

K významné výhradě patřilo i to, že tím, že zastánci těchto teorií popisují učení genderu jako proces, který děti v podstatě realizují samy, a že vysvětlují prvořadou roli dichotomie muž/žena ve smyslovém vnímání a emocionálním prožívání dětí – její přirozeností a snadnou rozpoznatelností. Kognitivně-vývojové teorie bagatelizují zásadní úlohu, kterou hraje v genderové socializaci kultura (*ibid.*).

4.6 „Optická skla kultury“ Sandry Bemové

Americká psychologka Sandra Bemová (1944) rozšířila Kohlbergovu kognitivní analýzu pohlaví i na dospělé jedince a přichází s konstatováním, že předpoklady, jak by členové společnosti měli vypadat, uvažovat či jednat, jsou zabudovány do společenských institucí, diskursů i nás samotných, takže po generace

skrytě ovlivňují naše chování. V myšlenkách Sandry Bemové můžeme rozeznat prvky teorie sociálního učení i kognitivně-vývojové teorie. Tři základní genderová „optická skla“ podle Bemové nám říkají následující předpoklady (Bem 1993: 2):

Genderová polarizace

Muži a ženy jsou odlišní a z těchto odlišností učiníme ústřední princip společenského uspořádání.

Androcentrismus

Muži jsou ženám nadřazeni – muži a jejich prožívání světa je standardem, jímž jsou poměřovány ženy. K tomuto bodu Bemová dále dodává, že muž se tradičně zaměřuje na tři aspekty jeho vztahu se ženou: 1) její odlišnost a její podřízenost universálním standardům a normám, které spatřuje on jako přirozené; 2) její domácí a reprodukční funkci uvnitř rodiny spatřuje jako hlavní; 3) její schopnost stimulovat a uspokojit jeho vlastní sexuální touhu vnímá jako vzrušující, zároveň však také jako hroživou (Bem 1993: 46).

Biologický esencialismus

První dva body jsou podle Bemové nutným důsledkem biologických rozdílů mezi pohlavími. Tím je legitimizuje a racionalizuje a tato triáda se tak stává „nezlomitelnou“.

Bemová ve své studii vychází z moderní antropologie, která pracuje s konceptem enkulturace jedinců do kultury, do níž se narodí. Cílem tohoto procesu je zajistit, aby členové kultury nerozlišovali mezi realitou a způsobem, jakým jejich vlastní kultura vidí realitu, čili aby internalizovali kulturně-specifický pohled na svět ve formě implicitních předpokladů o jeho povaze a vlastním místě v něm (Pavlík 2009). Podle Bemové tato genderová „optická skla“ systematicky reprodukují mužskou moc dvěma způsoby. Za prvé, diskursy a společenské instituce, ve kterých jsou ukotveny, automaticky směřují muže a ženy do různých a nerovných životních situací. Ženy a muži jsou umisťováni do značně rozdílných pozic v rámci sociální struktury, kde muži mají lepší možnosti např. vydělávat peníze, získávat vhodné dovednosti a praxi, dělat kariéru a hromadit moc, čili ženy a muži jsou „programováni“ pro rozdílné sociální zkušenosti. Za druhé, během procesu enkulturace jednotlivci postupně přejímají kulturní

skla genderu a jsou tudíž motivováni, aby si konstruovali identity, které jsou s nimi konzistentní (Bem 1993: 3).

Od dětství tyto skryté předpoklady považujeme za samozřejmé, sžíváme se s nimi tak, že o nich ani nepřemýšlíme a následně je i dál předáváme. Sami se stáváme nositeli genderových metasdělení a každodenně pomáháme tuto gender realitu vytvářet. Tedy to podstatné, co říká Bemová na rozdíl od předchozích kognitivně-vývojových teorií je to, že my všichni nejsme pouhými příjemci, ale i „spolupachateli“ – my všichni pomáháme reprodukovat „optická skla kultury“.

5 Krize identity v postmoderním světě?

V dnešní společnosti se objevuje názor, že dochází k tzv. genderové dekonstrukci neboli k tendenci, aby se rodové rozdíly mezi muži a ženami čím dál tím víc prolínaly a smazávaly. Tento vývoj by v konečném důsledku mohl znamenat, že v budoucnosti jediným rozlišujícím prvkem mezi muži a ženami zůstanou jen pohlavní rozdíly biologické (Šmausová 2004). Podle druhé představy, o které se zmiňuje například brněnský psycholog Ivo Plaňava (1934), se muži a ženy postupně vymaní z požadavků tradičních rolí a budou se projevovat a vyvíjet podle svého vlastního vnitřního citění nezávisle na tom, zda se jedná o aspekty maskulinní či feminní. Tedy bude možné pozorovat patrnou tendenci k určitému androgynnímu založení (Plaňava 1998: 45). O tom, že se v sebehodnocení postupně stírají rozdíly, hovoří i český psycholog Petr Macek (1956). Podle výsledků empirických výzkumů je ideální člověk, bez ohledu na pohlaví, který příliš neprojevuje svoje emoce, je energický a umí se prosadit, a to zejména mezi vrstevníky. Aktivní, stabilní a spíše neemotivní osobnost, člověk, který má u druhých prestiž a sám si toho moc nepřipouští a umí se ovládat. Dnes tradiční genderové stereotypy nahrazuje u mladých lidí všeobecně přijímaný model aktivity a síly jako něčeho pozitivního a žádoucího pro všechny, bez ohledu na to, jestli jsem muž nebo žena (Macek 2010).

Jak už jsem se zmiňovala výše, v kontextu kulturně-historického vývoje, je v naší kultuře s mužstvem spojena dominance, agresivita, ctižádost, kdežto k tradiční představě ženskosti neodmyslitelně patří submisivita, jemnost, něha, citlivost. Po mnoha staletí byli ženy a muži považováni téměř za rozdílný živočišný druh a byly jim vymezeny naprosto odlišné životní role. Především pak v souvislosti s průmyslovou revolucí a zmohutněním středních vrstev se vytvořila představa o přirozenosti rozdělení rolí jakožto ženy-matky v domácnosti a muže-živitele rodiny. Toto rozdělení, které vyhovovalo nárokům vzkvétajícího kapitalismu, na jedné straně ženu izolovalo, na druhé však vyvolalo reakce žen, které se chtěly podílet na občanských svobodách, jež se začaly v období průmyslové revoluce masově šířit. Feministická hnutí ve svém počátku usilovala především o uznání žen jako občanek a spolu s tím i jejich základních práv, mezi něž patří volební právo a právo na vlastní majetek. Tyto společenské změny zpochybnily neměnnost ženského a mužského údělu a otevřely možnosti pro individuální volby jednotlivých mužů a žen.

Podle anglického genetika Stevea Jonese (1944) se západní civilizace posunula od zemědělců, kteří tu převládali 10 000 let, o krok zpět – ven z polí do supermarketů – a pro většinu lidí se život stal spíše podobný životu lovce a sběrače. V dnešní době už si lidé svoji potravu nedobývají, ale vyrážejí do práce a na nákupy a pak se vracejí domů na jídlo a odpočinek. Potrava se nevyrábí v rodině, ale přiváží se z celého světa. Na rozdíl od zemědělství už nezůstává nikdo tam, kde se narodil, a význam vlastnictví pozemku při rozhodování o budoucím sňatku je zcela bezvýznamný (Jones 2008: 210 [2002]).

Domnívám se však, že model aktivního muže a pasivní ženy je zakořeněn v našich myslích příliš silně. V západoevropské společnosti jsou dnes ženy vyzývány k tomu, aby byly aktivní, neseděly doma, studovaly, cestovaly, pracovaly a rozvíjely své zájmy. Ženám se otevírá prostor, aby se staly dominantnější, průbojnější v budování své kariéry a postavení ve společnosti, nezávislejší na partnerovi a s větší potřebou seberealizace. Jejich sebevědomí ohledně vnímání vlastního genderu se tak zvětšuje. Oproti tomu muži, kteří byli po tisíciletí bráni jako dominantní pohlaví, zůstávají na svých pozicích. Tudíž se může stát, že ženy, ve kterých je stále zakořeněn princip touhy po obdivu muže, stále stupňují své nároky a muži mají čím dál tím větší strach, že neobstojí a své nároky ohledně ženy, kterou chtějí dobývat, snižují.

Příkladem tohoto jevu může být internetový blog „expanze.blogspot.com“ dvou studentek psychologie, ve kterém předkládaly úvahy na téma hledání dokonalého muže, který by byl pro ně tím pravým. Obě byly samostatné, při škole pracovaly a živily se samy, spolu bydlely v pronajatém bytě, cestovaly a jezdily po studentských stážích. Dalo by se říci, že muže k ničemu nepotřebují, ale jak řekly v rozhovoru pro časopis Reflex: „*My si myslíme, že přirozené místo ženy je následovat muže a koneckonců po něčem takovém toužíme. Ovšem v dnešní společnosti už muže prakticky není možné najít.*“ Současní muži se těmto ženám zdají zženštilí, nemohou je obdivovat a přirozeně vůči nim zaujmout ženskou polohu. Mladá úspěšná a sebevědomá žena hledá partnera, který je na její úrovni. Zároveň zde ale vyrůstají mladí muži, kteří zůstávají poněkud chlapečtí a spíše než partnerky hledají matky (takzvaní mamánci). (Doležal 2009). Pro ženy to může mít i ten důsledek, že mohou mít pocit, že získávají určitou vnitřní sílu, která je svým způsobem pro muže odpudivá. Podle sociologa Marcela Tomáška (1971) zde z tohoto hlediska hraje roli fenomén „individualizací očekávání“ ve vztahu k případnému partnerovi – žena očekává, že partner bude podobně zcestovalý, zmoudřelý a vnitřně silný. Laťka tak zůstává příliš nahoře. Konflikt spojený

s Giddensovým „čistým vztahem, na druhé straně je ale nemožný v případě párové domácnosti zahrnující děti, vzhledem k tomu, že s sebou nese finanční a materiální záležitosti více než samotný vztah. Čistého vztahu není možno v reálném životě možno dosáhnout, což se projevuje samotou“ (Tomášek 2006).

Podle komentátora Lidových novin Petra Kamberského: „dnešní mladá žena si může větší vybíravost dovolit, tlak společnosti už není tak silný, respekt k jinému stylu života je považován za moderní a žádoucí. Přesto si jen málo žen volí single život z přesvědčení. Velmi často je to zkrátka volba menšího zla“ (Kamberský 2010).

Z hlediska profesní stránky by se dalo říct, že v postmoderní společnosti mizí tradiční převaha muže v aspektech, jako je důležitost vykonané profese nebo její finanční ohodnocení. Tradiční mužský koncept – úspěch, moc, síla – spojený s jeho úlohou živitele rodiny je reálně zpochybněn postmoderní epochou. Spousta mužů si sebe samých málo váží. Dnešní manažeři dávají přednost přizpůsobivosti a intuici před agresivitou. Ekonomický proud se začal obracet v neprospěch mužů. S poklesem průmyslu, jakožto domény mužů, se zaměstnanost posunula do služeb. Řada zaměstnavatelů zastává názor, že ženy vykonávají takovouto práci lépe (a levněji) než jejich partneři (Jones 2008: 211 [2002]). Žena ve stávající společnosti, i když je fyzicky slabší, může tedy zaujímat stejné profesionální postavení jako muži. Ve Spojených státech vlna vysoké nezaměstnanosti, která propukla v roce 2008, definitivně převrátila poměr obou pohlaví v ekonomice a během první poloviny roku 2010 poprvé v historii USA přesáhl počet pracujících žen počet pracujících mužů. Proč tomu tak je? Prvním důvodem je, že pracovní příležitosti se ztrácely především v oborech, kterým tradičně dominují muži – tedy ve výrobě, stavebnictví či ve finančním sektoru. Naopak obory jako je zdravotní péče či pečovatelské služby recese postihla méně, další „ženské“ oblasti, jako je školství, pomohl držet nad vodou stimulační program vlády. Další příčinou je určitý paradox plynoucí z dosavadní mužské dominance, díky které muži mají stále průměrně vyšší mzdy než ženy na stejných postech. V okamžiku propouštění pak většinou došlo na „dražší“ muže (Sobota 2010: 31). Když dnes analytici odhadují, o jaké profese bude na trhu zájem v následujícím desetiletí, uvádějí zaměstnání jako zdravotní služby v domácnosti, zdravotní služby nebo pečovatelské služby. Podle Úřadu statistiky práce budou potřeba zaměstnanci v přípravě jídel, osobní asistenti/asistentky, prodavači/prodavačky, učitelé/učitelky.

Stejně tak se neustále zvyšuje podíl žen, které dosáhnou vysokoškolského vzdělání. Ve Spojených státech je na vysokých školách o dva milióny více děvčat než

chlapců a v Evropě školu dokončí více žen než mužů (Jones 2008: 211 [2002]). Podle posledních údajů Českého statistického úřadu (2010) i na českých vysokých školách počet žen začíná převažovat¹⁹. Ženy tvoří 57 % z celkového počtu 370 000 studentů, přitom v roce 1991 dosáhl tento podíl jen 44 %. Vysoké školy opustí ročně s diplomem asi 42 000 žen a jen 31 000 mužů. Ženy se mohou setkávat s tím, že přílišná vzdělanost k tomu odpovídající vysoký plat začínají působit problémy nejen při seznamování a hledání životního partnera, ale i v manželství, kdy často vydělávají více než jejich partner. Stále častěji si tak berou muže, který má nižší vzdělání než ony. V roce 2006 si například přes 4000 vysokoškoláček vzalo muže s nižším vzděláním. Podle zkušeností manželských poradců ale nesoulad ve vzdělání či vzdělanější (a často více vydělávající) žena než muž patří ke konfliktům, které mohou vést až k rozpadu manželství. Důvodem však nemusí být samotný fakt, že má žena vyšší vzdělání a eventuálně následně i příjem (žena se mimo zaměstnání stará o děti a rodinu stejně bez ohledu na vzdělání), ale spíše to, že může dojít k tomu, že partner začne trpět v důsledku toho určitým komplexem méněcennosti.

Další faktor, který hraje roli při utváření mužské identity je to, že mnozí chlapci dnes nemají otce, od kterého by mohli odečítat jeho postoje a radit se s ním během dospívání. Chybí zde mužský vzor.

Obecně by se dalo říct, že nadvláda mužů byla v mnoha oblastech ohrožena a mnozí autoři hovoří o „krizi mužské role“. S tím, jak muži ztrácejí roli v oficiální ekonomice, mnohdy propadají alkoholu a drogám. Stěžejní roli pro životní úroveň rodiny přebírají ženy, které své partnery postupně opouštějí a o výchovu dětí se starají samy. Běžným modelem se stává svobodná matka zvládající zaměstnání mnohdy propojené s dalším vzděláváním, zatímco muži se v jejich životě objevují a zase mizejí v podobě příležitostných partnerů. V americkém tisku se tak začíná mluvit o neplánovaném vyústění ženské dominance (Sobota 2010: 32). Podle Petra Kamberského je éra kompatibility mužských a ženských rolí pro nemalou část populace u konce – nové soužití se teprve hledá. „Stará“ kultura (která zachovává v rozdělení rolí i jistou mocenskou hierarchizaci) je ve střetu s novým světovým pořádkem, který je založen na plné rovnosti partnerství. Nekompatibilita rolí a krize mužské identity mají už zjevné důsledky: nespokojené, nešťastné ženy, které navíc často tráví mnoho času s

¹⁹ Netýká se to však doktorandského studia, kde na 2340 absolventů doktorského studia připadne ročně už jen 876 žen.

„osudovými“ ženatými muži. Muži „utíkají do regrese“ a tento infantilní postoj se logicky projevuje i jinde než jen v partnerských vztazích (Kamberský 2010).

Méně zdůrazňovaná, avšak ne méně významná, okolnost spočívá v tom, že ženy mají dnes prostřednictvím antikoncepce prostředek k regulaci mateřství a ve srovnání s dřívější situací prakticky rozhodující a poslední slovo. Dnes jsou možnosti antikoncepce, která při správném užití zajišťuje téměř stoprocentní ochranu před početím (zatímco dříve se lidé museli spoléhat na přírodní látky a magické úkony, jejichž účinnost byla sporná²⁰). Žena se tedy může svobodně rozhodnout, kdy a s kým bude mít děti. Lidé mohou mít sexuální styk bez následků těhotenství a mohou mít děti bez sexuálního styku. Antikoncepce, jak se zmiňuje anglická psycholožka Susan Blackmoreová, s sebou přinesla nejen efektivní plánování rodičovství, ale i sex pro zábavu a sex pro šíření memů. Americký futurista Alvin Toffler (1928) předpovídá v budoucnosti vznik dvou typů nových rodin – kariérových párů bez dětí, soustředěných plně na svůj vzestup a „profesionálních rodin“, které se naopak budou věnovat pouze výchově dětí (Toffler 1992: 118–128 [1970]).

Tím, že ženy mají v těchto pro ně příznivějších podmínkách stabilnější vlastní identitu, jsou do sebe schopny snadněji přijímat i mužský princip. Skutečnost však je taková, že většina žen chce obsáhnout obě tendence: jak onu psychologicky i sociálně těžkou novou individuaci, tak i tradiční ženskou roli (Poněšický 2008: 48).

5.1 Formování genderové identity prostřednictvím médií

Vedle sociálních činitelů jako jsou příslušníci rodiny či vrstevnické skupiny působí dnes na formování mužské a ženské identity snad ještě výrazněji média. Dalo by se říci, že zastupují imperativ náboženské víry, která dříve byla autoritou určující normy

²⁰ Kontrola své plodnosti je jednou z nejvýznamnějších vzpour člověka proti přírodě. Před vynálezem moderních antikoncepčních prostředků je možné rozlišit čtyři hlavní způsoby, jak lidé regulovali svou plodnost. Individuální regulace užívá jednak coitus interruptus a dobrovolné omezování počtu manželských souloží, jednak umělé přerušování těhotenství a infanticidu. Sociální regulace spočívá jednak v oddalování sňatku a regulaci přístupu k manželství, jednak v regulaci manželského a pomanželského sexu sociálními normami. Těžiště tradičního evropského přístupu bylo v oddalování věku sňatku a restrikci přístupu k manželství pro některé sociální skupiny. Mladé páry v Evropě nesměly uzavřít sňatek, pokud nebyly ekonomicky nezávislé, aby mohly založit vlastní domácnost. Dívky musely mít věno, chlapci příjem, kterým by uživil ženu a děti. V tradiční Indii byla porodnost regulována sňatkem s velkým věkovým rozdílem v páru a přísným zákazem opakovaného sňatku vdov (pokud nebyly upalovány), v Africe a muslimských kulturách omezovalo plodnost žen mnohoženství a dlouhé kojení se zákazem sexu v tomto období. Ve všech tradičních společnostech byl však růst populace regulován zejména vysokou úmrtností. V Evropě dlouhou dobu platilo, že zhruba polovina z narozených dětí se nedožije patnácti let (Možný 2008: 152-153).

a hodnoty, podle kterých probíhala socializace jedince. Do vlivu médií se výrazně promítá tlak marketingu a zadavatelů inzerce.

Naše společnost si jako vzory pro identifikaci zvolila celebrity. Tuto myšlenku prezentuje rovněž polsko-britský sociolog Zygmund Bauman (1925), podle něhož se nacházíme v době, kdy se identita jeví více „prchavá“ (tekutá) než kdy jindy. Moderní západní společnosti jsou nuceny hledat rozhodnutí ohledně identity a životního stylu a hybnou silou v tomto procesu jsou právě média. Tekutost identity dává Bauman do kontextu s profilem současné doby, která je podle něj typická svou nejednoznačností, nahodilostí a nepředvídatelností.

Cílem lidí v dnešní době není trvalé sledování jednoho cíle a konsekventní jednání, nýbrž *„elasticita zájmu, rychlost jejich změny, pružná adaptace a připravenost učít se a schopnost zapomínat na to, co se již nedá použít“* (Bauman 1995: 35).

Aktuální doba je charakteristická absencí přesně formulované identity. Svě myšlenky Bauman dále rozvíjí směrem k troskám modernity, po které namísto *„normativní regulace občana nastoupilo svádění konzumenta. Namísto ideové indoktrinace nastoupila reklama. Namísto legitimize moci nastoupila masová média“* (*ibid.*: 14).

Podle britského teoretika masové komunikace Denise McQuaila média odrážejí a posilují mnoho tradičních značkovacích a vymežujících systému ve vztahu k budování osobních identit. Média mohou být hybnou silou změny, prezentují možné alternativy a rovněž také mohou být oporou pro vlastní definování identity. Člověk, který hledá vlastní identitu, se obrací k autoritám z řad celebrit, ve kterých hledá vzory pro svůj vlastní život. Tyto autority se však mnohdy vzájemně vylučují a uspokojení z tohoto druhu identity trvá jen chvíli. Identita dnešního člověka je tak prchavější než kdy dřív. Celebrity se skrze média stávají novými poradci a autoritami pouze dočasně, jen do té doby, než se na jevišti objeví čerstvý kus (McQuail 1991).

V běžném denním styku se termín médium používá jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících k hromadné komunikaci (tisk, rozhlas, televize, internet, film, video aj.). Rozumí se jím jak technický prostředek, tak i příslušná instituce (Musil 2003: 23). Masová komunikace a masová média jsou obecně označovány za charakteristické rysy dnešní, zejména západní společnosti, které zjevně i skrytě prostupují a ovlivňují život lidí po mnoha stránkách. Teorie komunikace označuje masovou komunikaci za jeden druh komunikace vedle komunikace interpersonální a intrapersonální (se sebou samým). Platí pro ni samozřejmě základní charakteristika, že

zprostředkovává sdělování a sdílení významů mezi lidmi. Masová komunikace se dá vyjádřit obecným komunikačním schématem. Existuje zde komunikátor i komunikant. Komunikátor moderní masové komunikace je dnes obvykle nějaká organizace či instituce, příjemcem je veřejnost (diváci, posluchači). Přes jistou „iluzi přítomnosti“ je zde časoprostorová vzdálenost a komunikant nemá možnost bezprostřední zpětné vazby a nedochází zde k pravidelnému střídání rolí. Příjemcem masové komunikace je určitá, ne zcela přesně vymezená, množina osob (v jistých krajních případech se může dokonce jednat o prázdnou množinu: nikdo již knihu nečte, nikdo se na ten film nedívá apod.). Úspěch mluvčího v masové komunikaci spočívá v tom, že použije výrazové prostředky, které bude chápat množina příjemců. Musí dále projevit velkou anticipační aktivitu a odhadnout, jaký efekt bude jeho sdělení na příjemce mít.

Z hlediska psychologie je podstatné, že masové komunikační prostředky ovlivňují lidskou psychiku a sociální chování lidí a zároveň se samy přizpůsobují jejich požadavkům a preferencím. Dle kanadského filosofa a zakladatele mediální teorie Marshalla McLuhana (1911–1980) platí formulace „medium is the message“ neboli médium je poselstvím, vytvářejícím nové prostředí pro člověka. Každé nové médium podle něj přináší změnu měřítka, ovládá formu lidského sdružování a činností. Sílu masmédií si obvykle obtížně uvědomujeme. Masmédia svým předkládaným materiálem působí většinou na lidskou emocionalitu, jeho obsah však není následně podroben rozumové reflexi, takže bývá přijímán víceméně nevědomky a nekriticky (Janošová 2008: 33).

Přestože počátky masové komunikace ve smyslu McLuhanova pojetí je zřejmě třeba hledat tam, kde se vznikem verbální i neverbální komunikace vznikla potřeba předat sdělení více příjemcům prostorově a/nebo časově vzdáleným, za počátek období rozmachu masové komunikace bývá považován začátek 20. století, především díky velkému rozšíření filmu, rozhlasu a později televize. A to i přesto, že již předcházející vznik a vývoj knihtisku, novin, telegrafu, telefonu či fotografií znamenal velký technologický i společenský pokrok.

V současnosti je to televize, která je ze všech masmédií nejvýznamnějším zprostředkovatelem hodnot, norem a očekávání. Je masmédiem, které je nejrozšířenější, lidé mu věnují průměrně nejvíce času, i když můžeme pozorovat zřejmý velký nárůst užívání internetu jakožto média, které je schopné v sobě obsáhnout všechna předchozí.

5.1.1 Média a ideál muže a ženy

Média na jedné straně reprodukují a posilují stereotypní a společensky uznávaný obraz muže a ženy, a na druhé straně samy tento obraz vytvářejí. Podle amerického kritika médií Teda Baehra (1946), média tvářejí naše myšlení a očekávání tím, že „*vybírají, co stojí za pozornost, a určují pořadí, co je a co není důležité – jinými slovy, „nastolují agendu“ veřejného mínění... Způsob, jak média vybírají témata, strukturují rozhovor a kontrolují diskusi vlivu*“ (Baehr 1980 in Renzetti 2003: 183 [1999]). Média jsou nejen hlavním zdrojem informací, ale i hlavní náplní volného času lidí.

Dalo by se říci, že média předkládají obraz ženy ve dvou rovinách. V té jedné je na ní nahlíženo jako na oporu muže, která mu vytváří jeho zázemí a domácí pohodu, v té druhé jako na sexuální objekt, po kterém by měli muži toužit. Ideálně by měla být tak přibližně 180 cm vysoká a mít míry 90-60-90, jak nás v tom každoročně ještě utvrzují soutěže Miss. Žena, která je pod tímto tlakem, se snaží módním trendům přizpůsobit. A na tom zase vydělávají firmy, které se jim snaží pomoci tím, že vyrábějí „zázračné“ přípravky na hubnutí, nejlépe ty, při jejichž užití se není nutné v konzumaci jídla nijak omezovat, a přesto do dvou týdnů následuje ztráta 10 kilogramů. V dokumentárním filmu Eriky Hníkové *Ženy pro měny* (2004) lze nahlédnout do života žen, které podléhají mediálnímu vytváření ideálu krásy. Tento dokument se snaží předložit kritiku současného stavu mysli žen, které jsou ve vleku reklamy, módy a článků časopisů, jež často bez odpovědného uvážení bombardují své čtenářky radami „k nezaplacení“, nabádají k nákupu právě jednoho konkrétního úžasného krému, aby příští měsíc s vážnou tváří propagovaly úplně jiný kosmetický přípravek. Film sleduje příběh čtyř žen, které jsou svým způsobem extrémním případem, přesto z nich něco v sobě může nalézt většina žen – ať už se jedná o mladičkou studentku, která se vychloubá vlastnictvím obrovského množství různých kosmetických přípravků (na každý centimetr těla, na každé počasí, na každou příležitost jiný), nebo sportovně založenou ženu usilující o krásnější ňadra či o zralou dámu zkoušející snad každou existující metodu na zhubnutí. Britská sociální antropoložka Fiona Bowie se domnívá, že v dnešních západních společnostech většina diskurzů utváří ženskost negativně a vymezuje ji oproti mužskosti. „*Žena, která dělá kariéru, je svobodná a bezdětná nebo si platí pečovatelku k dětem, se může pokládat za ‚sobeckou‘, protože náležitě neplní povinnosti manželky a matky. Žena a matka na plný úvazek, zbavená ekonomické nezávislosti, je vymezována negativně, jelikož nemá zaměstnání, nedělá kariéru ani nemá žádnou veřejnou identitu –*

závislý dřič. Sexuálně přitažlivá mladá žena, která pečuje o svou postavu a celkový vzhled, je jako inteligentní nezávislý faktor předmětem implicitní objektivizace a devalvace (jako např. ‚blbá blondýna‘ nebo ‚barbína‘) (Bowie 2008: 112 [2005]).

Podle amerického sociologa kanadského původu Ervina Goffmana (1922–1982) je v euroamerické společnosti ideálem muž, mající tyto charakteristiky: mladý, bílý, žijící ve městě, heterosexuál, protestant (USA), otec, absolvent vysoké školy, zaměstnaný, dobrého vzhledu, přiměřené váhy a výšky, zároveň úspěšný ve sportech. Muž, kterému chybí kvalifikace v některé z těchto oblastí je vnímán jako neschopný, nekompletní a níže postavený. Americký sociolog Michael Kimmel (1951) uvádí, že různé definice maskulinity nejsou v naší společnosti hodnoceny rovnocenně, ale jedna definice mužství přetrvává jako standardní, vůči které jsou ostatní formy hodnoceny. Tato favorizovaná definice maskulinity je nazývána dominantní neboli hegemonická. *„Je dominantní v tom smyslu, že je upřednostňována a aktivně podporována skrze společnost a ti, kteří slouží za vzor této maskulinity, jsou často umísťováni do silných a důvěryhodných pozic“ (Kimmel 2005: 4).* Dle Kimmela pojednává hegemonická definice mužství o muži moci, s mocí a z moci. Ospravedlnění této mužské moci se většinou dosahuje skrze naturalizaci a prezentaci hegemonních definic jako „normálních“, morálně správných a vlastně jediných možných.

Obraz muže reprezentovaný v médiích má rovněž několik podob: na jedné straně je to výkonný, schopný a sebejistý pracovník, který musí uspět (zejména v očích jiných mužů), a na druhé straně silný a udatný hrdina, po kterém touží srdce mnoha žen. Muž by měl o sebe rovněž dbát. Jíst vyváženou stravu a chodit do posiloven. V souvislosti s tím se objevuje **fenomén metrosexuála** neboli muže jakékoli sexuální orientace, který vynakládá většinu svého času a peněz na úpravu a péči o svůj vzhled a životní styl. Chodí na manikúru a pedikúru, dbá až na extrémní upravenost, nechává si šít oblečení na míru. Ví všechno o nejnovějších kosmetických přípravcích na vlasy a pleť, vaří a uklízí. Pokud má zájem, může se dokonce přihlásit i do každoroční soutěže s názvem „Metrosexuál roku“ aneb soutěže pro muže, kteří se chtějí líbit. Termín metrosexuál byl poprvé uveden v roce 1994 britským novinářem Markem Simpsonem za účelem popsat nový typ muže, který žije ve velkých městech Spojených států a Evropy. Právě provázanost s velkými metropolemi je pro metrosexuála zásadní. Zde totiž najde vše, co ke svému životu potřebuje – nejlepší kluby, fitness centra a kadeřnictví. Svým způsobem života asocioval jakýsi návrat zmužněného elegána. Metrosexuál ukazoval alternativu mužství, která v sobě skýtala dva faktory – být upravený a být v kondici – za

oběma dvěma se však skrývala časově a finančně náročná cesta (většinou skrze konzumní zboží na vysoké úrovni) (Kimmel 2006: 225).

Mark Simpson ve svém článku *Tady přichází zrcadlový muž* upozorňuje na skrytého metrosexuála osmdesátých let, který se objevoval pouze v módních časopisech, v televizní reklamě na džíny Levis nebo v gay baru. Oproti tomu v devadesátých letech byl metrosexuál všudypřítomný. Jako největšího metrosexuála Simpson označuje britského fotbalistu Davida Beckhama, i když za vůbec prvního metrosexuála je považován model Marky Mark, který se na počátku devadesátých let objevil v reklamě na spodní prádlo značky Calvin Klein. Od ostatních modelů této doby se lišil dokonale vyholeným tělem, vystupujícími svaly a gelem ve vlasech, čímž předeslal budoucí trend.

Ve stejném roce jako Simpson vystupuje s pojmem „metrosexuál“ americká futuroložka Marian Salzmanová a konceptu metrosexuála se ujala nadnárodní komunikační agentura RSCG. Na změny v mužském spotřebním chování reagovala například i kabelová televize Bravo, která v roce 2003 uvedla úspěšnou a televizními cenami ohodnocenou reality show s názvem „Queer eye for the straight Guy“. V této soutěži pět homosexuálních mužů (neboli „Fab Five“) radilo heterosexuálním mužům, k jakým vylepšením mají dospět v oblasti svého jídelníčku, módy, osobní hygieny včetně péče o účes a pleť, v interiérovém designu či ve vhodných preferencích v populární kultuře – tudíž těch kategorií, které měly být metrosexuálům vlastní.

Vedle metrosexuála uvádí Simpson v roce 2003 pojem **retrosexuála**, vyjadřující opak metrosexuála. Retrosexuál stráví minimální dobu úpravou svého zevnějšku a často se věnuje „klasickým“ mužským aktivitám. Nosí flanelovou košili a jeansy, přičemž důležitější je celková funkčnost a pohodlnost oblečení než jeho styl. Retrosexuálové mají pocit, že se narodili ve špatné době, a tak si ji stylizují ve svých představách – snaží se zapadnout do určité doby, která však dávno minula, a tak v ní jsou aspoň virtuálně. Chodí do retro kaváren, vybírají si oblečení a zařízení svých bytů tak, aby odpovídalo jejich představám, aby se cítili „jako doma“.

Další klasický model ideálního muže se začal označovat jako **übersexuál** neboli elegantní, mužný džentleman, který si vybírá jen to nejlepší jídlo a pití, libuje si v kouření doutníků a po boku má rád krásné nebo zajímavé ženy, i když se spíše vyskytuje ve společnosti mužů. Reaguje na to, že posedlost tělem a vlastním vzhledem je příliš svazující a je třeba něco víc. Pojem je odvozen z německé předpony über, která označuje „více než“. V Americe se tato předpona užívá ve smyslu „špičkový“. Rozdíl mezi metrosexuálem a übersexuálem je v tom, že übersexuál se nevyhýbá zapadlým

hospodám a není zajímavý pouze svým zevnějškem. Je také sečtělý a zajímá se o dění kolem sebe. Zatímco metrosexuál pozorně sleduje módní trendy a je posedlý svým vzhledem, übersexuál je v tomto směru mnohem uvolněnější. „Übersexuál si ponechal marketingový potenciál svého předchůdce (šampony se prodávají stále výborně), ale do genetické výbavy mu byly přidány vlastnosti, které ženy oceňují: schopnost starat se o druhé, vlastní názor a styl, zodpovědnost a soucit“ (Schorf 2006).

V roce 2005 Marian Salzmanová definuje základní body übersexuality ve své knize *Muž budoucnosti*, kterou vydává pod hlavičkou reklamní agentury JWT. Zároveň i jmenuje deset současných nejstylovějších übersexuálů. Na prvním místě se ocitá zpěvák irské skupiny U2 Bono, který se stal podle magazínu Time „Osobností roku 2005“ a je celosvětově známý svou prací a aktivitou, která směřuje k pomoci v Africe: „Je globální, společensky uvědomělý, spolehlivý a soucitný. Má řadu následovatelů, kteří jsou fanoušky nejen jeho hudby, ale zejména jeho humanitární aktivity. Lze se tedy divit, že byl nominován na Nobelovu cenu za mír?“ (Salzman 2005). Na druhém místě se umístil americký herec George Clooney, na kterém byla oceňována zejména jeho stylovost nejen v objektech, kterými se obklopuje, ale také v práci, kde se mimo herecké aktivity úspěšně prosazuje coby režisér. Třetí místo obsadil bývalý americký prezident Bill Clinton, který je nejenom sebejistým a schopným vůdcem, ale dokáže i plakat.²¹

A jaké jsou podle Salzmanové zásadní rozdíly mezi metrosexuálem a übersexuálem?:

1. oba prototypy jsou vášniví muži, ale zatímco u übera jsou předmětem jeho zájmu konkrétní případy a principy, u metrosexuála je to především zájem o sebe sama;
2. über tráví mnohem více času péčí o mysl než o vlasy;
3. oba zacházejí se ženami jako s rovnocennými partnerkami, avšak übersexuál vždy za své nejlepší kamarády považuje muže, nestará se o to, která zrcadla v obchodech jej ukazují v nejlepším obraze;
4. über je více animální a sebevědomý – nepotřebuje, aby mu další lidé říkali, že je sexy;
5. metrosexuál získává tipy ohledně módy a životního stylu od „Fab Five“ (viz výše), übersexuál skrze vlastní cestování a zájmem o kulturu a umění;

²¹ Záběry plakajícího Billa Clintona z pohřbu amerického ministra obchodu Rona Browna v roce 1996 je možné i dnes najít na serveru youtube.com (<http://www.youtube.com/watch?v=lf8TOGrq8Bo&feature=related>, 5. 8. 2010).

6. über zná rozdíly mezi správným a špatným a bude dělat správná rozhodnutí bez ohledu na to, co si o tom myslí ostatní, oproti tomu metro ví, jaký je rozdíl mezi tonerem a exfoliantem a dělá si starosti, jestli náhodou nepoužil nějakou zastaralou značku (Salzman 2005).

Další velice populární podobou muže, která je veřejnosti předkládaná je tzv. **gastrosexuál**. Tento pojem vznikl v roce 2008 na základě studie, která vznikla pro určitou potravinářskou společnost. Typickým gastrosexuálem je muž ve věku 25 až 44 let, který se zajímá především o asijskou kuchyni, k vaření ho částečně přivedl fakt, že byl určitou dobu nucen žít sám, případně sdílí domácnost s partnerkou, která je plně pracovně vytížena. Jídlo však nevnímá pouze jako prostředek k zahnání hladu, ale jako vzrušující zábavu. Zda-li je muž gastrosexuál, si může ověřit pomocí testu, který je uveřejněn na stránkách www.gastrosexual.com.

V poslední době přicházejí do módy muži, kteří v sobě kombinují typ metrosexuála a übersexuála. S nimi se rodí i nový výraz, který je označuje jako **neosexuály** (březen 2009). Ti si vedle slušného vychování a pěstěného vzhledu zachovali i svou mužnost. Je to označení muže, který je schopen stát po boku dominantní a sebevědomé ženy dneška, která však sní o opravdovém muži, jeho svalnaté hrudi, pevném objetí a zarostlé tváři. Tento muž kombinuje v sobě mužnost Jamese Bonda, vizáž Hugha Jackmana, humor Jima Carreyho a mladistvost Zaka Efrona. Z neosexuálů srší živočišnost na každém kroku. Nejde ale o žádné hulváty, jelikož pod drsnou image se totiž skrývá duše romantika.

5.1.2 Reklama

Svět médií je úzce propojen s reklamou. Reklama je neoddelitelnou součástí světa, který nás obklopuje, a většina lidí ji bere jako samozřejmost či nutné zlo. Reklama jako plánovité ovlivňování potencionálních kupců bere v úvahu psychologické poznatky o nevědomí. Reklamy často apelují na všeobecnou touhu lidí po úspěchu a tělesné přitažlivosti. Naznačují, že jejich výrobky nejen splňují svůj původní účel, ale nabízejí „něco navíc“. Tímto způsobem *„reklamy podávají obraz, který představuje interpretaci těch kulturních hodnot, jejichž propagování přináší zisk“* (Courtney a Whipple 1983 in Renzetti 2003: 199 [1999]). Pokud se na ně podíváme z hlediska genderového, můžeme vidět, že reklamy určené ženám nesou v sobě nádech jemnosti a harmonie, na rozdíl od reklam směřovaných mužům, které jsou dynamičtější a akčnější.

Žena často stojí v roli pečovatelky o své okolí, je to starostlivá matka, která stojí před důležitým rozhodnutím, jaké plenky jsou nejlepší pro jejího novorozence, raduje se, když může umývat nádobí Jarem, u kterého stačí pouhá kapka na umytí několika špinavých talířů a následně poté stihne ještě vyčistit podlahu novým úžasným prostředkem, po kterém bude podlaha zářit „dočista čistě“. S výběrem vhodného prostředku jí většinou přijde poradit muž odborník. Podle Deborah Tannenové právě postavení odborníka patří k naší představě mužství a ne ženství. Konvence velí, aby žena spíše vzdávala chválu, než aby podávala informace (Tannen 1995: 65 [1990]).

Jiným druhem reklamy cílené na ženu jsou reklamy na kosmetické a zkrášlovací přípravky. Pokud tyto výrobky bude používat, stane se ženou, které žádný muž neodolá.

Naopak muž je v reklamě vykreslen jako ten, kdo je „pořád nad věcí“ a „jen tak něco ho nerozhodí“. Ten co si umí poradit s každou situací, ale také ten, který by se neobešel bez svého nového rychlého auta, posilovny a party dobrých chlapů v hospodě u piva. Dalším obrazem muže, který se v reklamě objevuje, je obraz technicky založeného introvertního intelektuála, který sice nechodí do hospody a nemá supermodelku za přítelkyni, ale má hodně peněz a rozumí počítačům.

Podle některých výsledků prezentovaných na konferenci Gender Studies k určitému posunu v obrazu ženy v reklamě přece jenom dochází. Začínají se objevovat reklamy, v nichž se role obrátily – muži se starají o děti, nakupují, vaří a perou – takže porušují zažitý stereotyp.

Ve srovnání s obdobím před deseti lety je znatelný příklon k nezávislým, emancipovaným ženám, které se objevují ve zcela nových rolích. Takže vidíme i nový „obraz“, kterým je ekonomicky nezávislá, dynamická svobodná mladá žena stoupající po kariérním žebříčku. Především v reklamách zaměřených dříve zejména na muže, jako jsou např. mobilní telefony, sportovní obuv i alkoholické nápoje. Je otázkou, kdy i z tohoto obrazu bude stereotyp (Vysekalová 2008).

Erving Goffman – genderové reprezentace

Do dnešní doby aktuální přístup ke studiu genderu v reklamě nám ukazuje publikace amerického sociologa kanadského původu Ervinga Goffmana s názvem *Genderové reprezentace* (Gender advertisements), vydaná v roce 1979. Goffman v ní prezentuje koncepci vztahu genderu a společnosti skrze analýzu genderových

reprezentací v reklamních fotografiích. Ty jsou podle něj „*ilustrací ritualizovaného chování, které zobrazují ideální koncepci pohlaví a jejich strukturálních vztahů*“ (Goffman 1979: 84).

Reklamy prostřednictvím vizuálního zobrazení genderu v sobě odrážejí společenské vymezení genderových rolí. Asymetrii v postavení muže vůči ženě Goffman přirovnává ke vztahu „rodič-dítě“ (*ibid.*: 4). Muži vystupují v pozici rodiče, zatímco podřízený status dítěte je přisouzen ženě. Tento model chování se pak zpětně promítá i do způsobu, jakým jsou ženy a muži zobrazováni v reklamách. Goffmanova analýza ukazuje, že genderové rozdíly ve funkci a statusu jsou z reálného života přenášeny do světa reklamy, který navíc poskytuje nejvýraznější prostor k jejich vyjádření.

Reklamní fotografii Goffman považuje za dokonalé médium z hlediska jasné informace, kterou sděluje. Její negativum však spočívá v tom, že nezobrazuje dynamiku celé interakce. Pokud se tedy reklamní tvůrci nechtějí soustředit pouze na scény, které jsou sami o sobě statické, je nutné interakční dynamiku nahradit takovými záběry postav, které jasně vyjadřují danou činnost, jejich sociální status a vzájemný vztah. To se většinou děje skrze stereotypní role, které vnesou do dané situace srozumitelnost (*ibid.*: 26). Výsledkem jsou tedy idealizované charaktery, které mají propagovat ideální výrobky. Dramatizace hodnoty produktu prováděna tvůrci reklamy se neliší od způsobu, jakým společnost vnáší ceremoniální a rituální znaky do sociálních situací – v obou případech je nutné pracovat s limitovanými vizuálními zdroji k vyprávění příběhu a probíhající dění převést do srozumitelné podoby, přičemž používají sociálně schválené typizace (*ibid.*: 27).

Goffman se soustředí na způsob, jakým jsou vyobrazena mužská a ženská těla z hlediska kontextu reklamního vyjádření. Všimá si tělesných detailů, jako jsou ruce, oči či výrazy tváře a dále se zaměřuje na umístění a vzájemnou pozici postav. Ukazuje, jaké informace nám reklamní fotografie mohou obecně sdělit o způsobu, jímž vyjadřujeme gender v každodenním životě.

Z tohoto hlediska je možné hovořit o šesti kategoriích, ve kterých lze odlišnosti v zobrazení mužů a žen pozorovat:

1. Relativní velikost (*Relative size*)

V sociální interakci mezi pohlavími se stává biologický dimorfismus základem pravděpodobnosti, že muži obvykle vyjadřují nadřazený status nad ženou v důsledku

svého většího tělesného objemu a váze. Ve velice výjimečných případech je žena zobrazena vyšší než muž. Muži zde nejsou viděni nejen v podřízeném sociálním statusu, ale také skrze uniformy různých řemesel, posluhovačů, kteří se mohou objevit, a odborně vymezit termíny v dané oblasti (*ibid.*: 28).

2. Ženský dotek (*Feminine touch*)

Goffman upozornil, že ženy jsou spíše než muži zobrazovány, jak ve své činnosti používají ruce a prsty, při jemném či letmém doteku. Oproti tomu mužský dotek má spíše „užitný“ (instrumentální) charakter – většinou při manipulaci s objekty, jejich držení nebo používání. Ženy jsou také častěji zobrazovány při dotýkání se vlastního těla (vlasů, tváře, rtů) (*ibid.*: 29-31).

3. Funkční řazení (*Function ranking*)

Muži se v reklamách častěji vyskytují v řídicí pozici; v roli toho, kdo vede, rozhoduje či vysvětluje. Žena je naopak častěji vyobrazena, jak přijímá rady, doporučení či pomoc muže (*ibid.*: 32-35). Goffman si rovněž všímá zobrazení mužů, kteří se ocitnou v typicky „ženské“ sféře, například v domácnosti. V tomto případě jsou často zachyceni v neúčastné roli. Když se aktivně zapojí, jejich jednání působí nepatřičně a je vykresleno tak, aby bylo jasně patrné, že výskyt muže v takovéto roli není míněn vážně (*ibid.*: 36).

4. Rodina (*The family*)

Goffman pozoruje, že rodina je v reklamách nejčastěji vyobrazovaná v podobě rodičovského páru a dvojice dětí (kterou budou pravděpodobně tvořit chlapec a dívka), přičemž uspořádání postav zvýrazňuje zvláštní pouto mezi otcem a synem na jedné straně a matkou a dcerou na straně druhé. Tato pouta se liší svým charakterem. Je tu tendence, aby matka byla vyobrazena více citově bližší k dceři než otec k synovi. Otec často stojí trochu v povzdálí, mimo prostor ostatních členů rodiny, který poukazuje na jeho sociální distanci či jeho schopnost rodinu chránit (*ibid.*: 39).

5. Ritualizace podřízenosti (*Ritualization of subordination*)

Ritualizované vyjádření podřízené pozice se dle Goffmana vyskytuje výrazně častěji u žen. Ať už se jedná o úklony hlavy a těla, které jsou vyjádřením submisivity a ukazují na přijetí podřízené role, nebo úsměvy či dětské pózy (*ibid.*: 46-48). Ženy a

děti jsou mnohem častěji než muži zobrazovány na postelích či podlaze. Postele a podlahy poskytují místa v sociálních situacích, ve kterých ležící osoba bude níže než kdokoli sedící na židli nebo stojící. Podlaha je také asociována s menší čistotou, s méně ušlechtilou částí pokoje – je to prostor, kde například chodí psi, nachází se koš se špinavým prádlem, obuv apod. (*ibid.*: 41).

Goffman rovněž poukazuje na rozdíl mezi muži a ženami ve vztahu k oblečení, ve kterém jsou zobrazováni/y. Oblečení mužů, ať už se jedná o formální či neformální oděv, s sebou nese jistý prvek vážnosti a sebeidentifikace. S každým oblekem, který si vezme na sebe, se hluboce identifikuje, jako kdyby to byla jeho vlastní kůže. Ženy oproti tomu prezentují své oblečení jako jeden z mnoha převleků, které lze libovolně měnit a jež osobní identifikaci nevyžadují (*ibid.*: 51). Faktem ale zůstává, že ženský styl oblékání mnohem více podléhá módě a v obchodech při vybírání oblečení stráví mnohem víc času než většina mužů.

Podle Goffmana je možné v reklamních fotografiích vidět čtyři základní uspořádání párů, které fyzicky poukazují na to, že ti dva jsou spolu jako sociální jednotka v souladu se sociální situací, ve které se zrovna nacházejí:

- stát nebo sedět blízko sebe a dotýkat se vzájemně boky – toto uspořádání je symetrické bez jakékoli diferenciací rolí;
- žena má propletenou ruku kolem mužovy paže – v západních společnostech je toto uspořádání základním znamením, že je žena pod ochranou a dozorem muže, který ji doprovází;
- objetí kolem ramen – nesymetrické uspořádání více nebo méně požadující, aby objímající osoba byla vyšší a osoba, která je objímána, přijímala směr a vedení;
- držení za ruku – pokud je toto zobrazení viděno u dospělého muže a ženy, tak napovídá, že je mezi nimi určitý sexuální potenciál, výjimečný vztah (*ibid.*: 54–56).

7. (Sociálně) schválený odstup (*Licensed withdrawal*)

Ženy jsou častěji vyobrazeny „mimo“ probíhající dění. Může se jednat o „útěk“ z dané sociální situace skrze emocionální reakce (smutek, strach, stud, smích...) vyjádřené mimikou a gesty (zakrývání obličeje, pohled do dálky, odvracení zraku,

pohrávání si s prsty apod.), zasněnou myšlenkovou nepřítomností po boku muže, či telefonním hovorem (*ibid.*: 57–68).

Ve srovnání s emočními projevy mužů jsou pak ženy mnohem expresivnější. Jedním ze signifikantních znaků reklam, ve kterých se objevují ženy, je nadměrné vyjádření nadšení a emocí, často v reakci na samotný předmět reklamy (*ibid.*: 68).

Vzorec doteku u mužů je odlišný. Skrze položení ruky má vyjádřit ochranu, podporu či dobrou vůli. Zvláštní výsadou mužů ve vzájemných kontaktech je pak utěšování a vyjádření podpory – žena není nikdy zobrazována jako opora truchlého muže (*ibid.*: 82).

5.1.3 Časopisy

Mezi další výrazné nositele genderových stereotypů patří noviny a časopisy, i když na rozdíl od reklamy neoslovují tak širokou populaci. Setkáváme se se značným množstvím časopisů, které se výrazně dělí na „mužské“ a „ženské“. Na první pohled je patrný rozdíl, že zatímco „ženským čtením“ trh přímo překypuje, „pánské“ se dá počítat v jednotkách. Při hlubším průzkumu je také patrná odlišnost v tónu, v jakém vyznívají. Většina časopisů pro ženy je plná návodu na „sebezlepšení“, zatímco pánské popisují zábavu (Kamberský 2010).

Časopisy pro ženy

V oblasti ženských časopisů existují tituly tzv. „tradičního typu“, ve kterých se klade důraz na ženu v domácnosti a v rodině a ženy zde mohou nalézt rubriky o vaření, šití, ale také psychologické a zdravotnické poradny. Další skupina, tzv. „exkluzivních časopisů“, je cíleně zaměřena na mladou, moderní a stále atraktivní ženu.

Historie ženských časopisů v České republice sahá do 19. století (v roce 1862 byl založen dámský časopis *Lada*, v roce 1872 se objevil měsíčník *Ženské listy*). V té době byly spojeny s rozvojem tzv. ženských spolků, tedy „emancipačních skupin“. Tyto časopisy se orientovaly na politicko-kulturní situaci, snažily se ženy vzdělávat a informovat a zároveň jim přinášet typicky ženská témata a praktické rady týkající se každodenního života.

Po roce 1948 se ženské časopisy staly součástí vládní propagandy. Žena, kterou tyto časopisy oslovovaly, a tedy vytvářely, byla uvědomělá svazačka, členka strany nebo alespoň dobrá pracovnice, jejíž příběhy, osudy vzorné komunistické dělnice

a údernice, byly v časopisech otiskovány. Trh s dámskými periodiky ovládlo nakladatelství Mona, jehož hlavním „ženským“ produktem byl týdeník *Vlasta*²² a později časopisy s módními tématy jako *Žena a móda* a *Praktická žena*. V průběhu osmdesátých let se občas objevily časopisy typu *Burda*, které přinášely náhled do módy „západu“, přičemž vysněný kus oblečení si mohly ženy vyrobit i sami ze socialistických textilií. Po roce 1989 nastal obrovský boom nárůstu ženských periodik a brzy se vyčlenily dva výše vymezené typy. Z dat získaných z Media projektu²³ za období 1. 1. – 31. 12. 2009 je vidět, jaká je oblíbenost současných titulů²⁴:

1) Nejčtenější „tradiční“ časopisy pro ženu²⁵

Název časopisu	Odhad čtenosti na Vydání	Prodaný náklad v kusech
Chvilka pro tebe	704 000	141 336
Blesk pro ženy	677 000	196 277
Svět ženy	520 000	211 229
Katka	520 000	85 549
Tina	397 000	107 525
Žena a život	375 000	69 112
Vlasta	363 000	77 354
Claudia	249 000	85 554
Napsáno životem	207 000	52 405
Praktická žena	184 000	32 225

²² Časopis *Vlasta* založila poslankyně Milada Horáková a její spolupracovnice z Rady čs. žen v lednu 1947. Jméno jí vybraly podle ženy – bojovnice ze Starých pověstí českých, jež v sobě zároveň nese slova vlast. Od počátku měla *Vlasta* sloužit svým čtenářkám jako kamarádka, která má pět P – potěší, pohladí, povzbudí, pomůže i poradí.

²³ Výzkum odhadů čtenosti tisku je realizován na vzorku 30 000 respondentů, využívá se vícestupňový stratifikovaný náhodný výběr a dotazování probíhá „face to face“ metodou (Median.cz).

²⁴ Jsou zde zahrnuty časopisy, které si čtenáři musí koupit pro jejich samotnou hodnotu, tudíž v seznamu chybí tituly, které vycházejí jako příloha zdarma k novinám (např. *ONA Dnes*), které logicky přitahují i čtenáře, kterým nejde prvoplánově o daný titul.

²⁵ Zmíněno deset nejprodávanějších titulů z celkových 22 „tradičních“ časopisů, jejichž odhad čtenosti přesáhl 20 000.

2) Nejčtenější „exkluzivní“ časopisy pro ženu²⁶

Název časopisu	Odhad čtenosti na vydání	Prodaný náklad v kusech
Glanc	262 000	62 763
Elle	194 000	46 286
Cosmopolitan	189 000	Neověřováno
Marianne	186 000	62 007
Joy	177 000	56 477
Moje psychologie	109 000	Neověřováno
Juicy	97 000	Neověřováno
Marie Claire	80 000	27 492
Style	62 000	Neověřováno
Harper's Bazaar	57 000	Neověřováno

Z uvedených tabulek čtenosti daných titulů je patrné, že nejvíce vyhledávaná jsou „tradiční“ periodika (nejčtenější „exkluzivní“ *Glanc* má méně čtenářů než *Vlasta*, která se v žebříčku „tradičních“ titulů umístila na sedmém místě), založená na obrazu ženy jako matky, která se setkává s praktickými problémy v domácnosti – čtenářky zde ocení rady a recepty, jak si zútulnit domácnost či upéct levný koláč. Velkou roli na úspěch těchto časopisů má však také cena. Zatímco cena „exkluzivního“ časopisu se může pohybovat až kolem 100 korun (*Elle*), oblíbené „tradiční“ periodikum se dá sehnat i za 10 korun (*Katka*).

Exkluzivní dámské časopisy v České republice nejvíce zasahují ženy ve věku od 20 do 29 let. Jejich vliv lze tedy vnímat jako socializaci mladých dospělých, kterým jsou jejich prostřednictvím předkládány rolové vzory pro dospělý život. Tyto druhy časopisů, nazývané též jako „lifestylové“, nabízejí pomocnou ruku při stavbě identity jedince, jsou plné rad, jak si vést v různých situacích, jak se chovat, jakými věcmi a lidmi se obklopotovat, a to nejen v okrajových oblastech života, ale naopak ve všech relevantních společenských situacích.

Zatímco „tradiční“ časopisy často nabízejí rady, jak si mnohé vyrobit sama, „exkluzivní“ časopisy jsou charakteristické tím, že odkazují na službu, která danou věc

²⁶ Zmíněno deset nejprodávanějších titulů z celkových dvanácti „exkluzivních“ časopisů, jejichž odhad čtenosti přesáhl 20 000.

zprostředkuje bez zbytečné námahy. Počítají s tím, že čtenářka neumí plést, háčkovat, či vařit, ale nabízejí elegantní a sexy návod, jak to vyřešit. Čtenářka dostává stabilní servis užitečných informací z oblasti sexu, vztahů, kariéry, krásy, zdraví a osobnostního rozvoje, přičemž ale zůstává na ní osobní volba, zda je použije, alespoň dle pocitu čtenářky. Tyto časopisy sice dávají falešný pocit svobodné volby, ale nabízí jen jeden, pro většinu žen nedosažitelný vzhled. Z téměř všech stránek časopisu vykukují mladé, krásné a hubené modelky, což je pro většinu žen nedosažitelný vzhled. A přitom většina těchto fotografií je počítačově upravována, retušována a opravdovému vzhledu dané modelky může být někdy hodně vzdálená.

Časopisy pro muže

Časopisů určených mužům je na českém trhu mnohem méně než ženských a chybí zde kategorie cenově dostupnějších „tradičních“ titulů, tak jako je tomu u žen. Samozřejmě jsou zde i jiné časopisy, které by se mohly označit za mužské, ale ty jsou buď pornografického rázu, nebo se zaměřují pouze na určité mužské záliby, například počítače, film, sport či automobily, kde apel na mužskou identitu čtenáře není vyjádřený, respektive je považován za samozřejmost.

V globálním měřítku byl velký nárůst pánských magazínů patrný zejména v padesátých letech minulého století v USA, kdy se začaly objevovat tituly jako například *Male* (1950), *Real – vzrušující život muže* (1950), *Impact – Skutečně odvážné akce pro muže* (1957) či *True* (1956). Všechny tyto časopisy oslavovaly mužství a způsoby jeho dokazování. Nezáleželo na tom, jestli to bylo na základě boje v džungli či protestu proti primárním silám přírody, ale vždy v kontextu odměny v podobě ženy s velkým poprsím. Časopisy měly za cíl stimulovat mužské ego a podpořit jej v době opětovného boje proti tendencím žen usurpovat jejich tradiční roli „hlavy rodiny“.

Snad nejznámějším titulem, který se objevuje v různých jazykových variacích po celém světě, je *Playboy*. První číslo tohoto časopisu s Marilyn Monroe na obálce vyšlo v listopadu 1953. Jeho zakladatel Hugh Hefner (1926) si položil za cíl „vytvořit časopis pro mladé muže z města“, kde vedle intelektuálního čtení pózují nahé ženy. V prvotních reakcích vyznívalo, že hledat bezbožné rozptýlení je neamerické: ideální muž celý den vydělával peníze, zatímco ideální žena doma připravovala večeři a starala se o děti. Večer se spokojená rodina sešla u televize a řekla si, jak hezký den prožila. Sex mimo ložnici byl tabu (Holec 2009: 18). Úspěch *Playboye* byl však raketový. Vedle

fotografií celebrit i neznámých „dívek od vedle“, z nichž vyhlášoval tzv. Playmate, nabízel i rozsáhlé rozhovory s významnými osobnostmi, literární reportáže či povídky od autorů jako byl například Vladimír Nabokov. Aby ve společenských potřebách moderního muže nezůstala žádná trhlinka, dostal od časopisu rady, co jíst, pít, poslouchat, oblékat na sebe a v jakém autě jezdit. Časopis navodil představu nablýskaného světa krásných žen a bohatých mužů. Politici, sportovci či zpěváci se opíjeli v Playboy klubech, spali s Playmates a prohrávali v kasinech. Ve filosofii *Playboye* byla odměnou muži za jeho spotřebu sexuální přitažlivost a dostupné krásné ženy, které vytvářely doplněk jeho staromládeneckého bytu. *Playboy* také pozměnil způsob, jak se muži dívali na ženy, které dělili do různých kategorií. Manželky byly považovány za nepřítelkyně, matky byly uctívány v abstraktní rovině a ostatní ženy byly považovány za roztomilá stvoření, která mají být svedená. Správný čtenář *Playboye* miloval ženy, ale nesnášel manželky. Vrchol úspěchu časopis zažil v sedmdesátých letech, kdy se náklad vyšplhal přes sedm miliónů. Poté ale začal jeho postupný pád a dnes se topí v dluzích. V Čechách *Playboy* vychází od roku 1991 a byl první českou mutací velkého světového časopisu. Titulu se tu ale tady nikdy nepodařilo vytvořit auru pohádkového světa, jehož součástí by byly i celebrity.

Dle Media projektu je na současném českém trhu pět titulů „exkluzivních“ časopisů s následující oblíbeností:

3) Nejčtenější „exkluzivní“ časopisy pro muže

Název časopisu	Odhad čtenosti na vydání	Prodaný náklad v kusech
Maxim	158 000	44 000
ForMen	105 000	Neověřováno
Esquire	78 000	Neověřováno
Playboy	76 000	Neověřováno
FHM	43 000	Neověřováno

U mužských exkluzivních časopisů je rovněž úzce vymezená struktura čtenářů podle věku. Pouze *Playboy* oslovuje věkové skupiny od 20 do 60 let. *Esquire*, *Maxime* a *FHM* zasahují téměř výhradně muže od 20 do 29 let, ačkoli *Esquire* je v menší míře čten i ve věkových skupinách od 30 do 50 let. I zde můžeme vidět dvě odlišné prezentace

obrazu muže. Druhý nejčtenější časopis *ForMen*, který má být určen generaci třicátníků a má se od výše uvedených titulů lišit, se prezentuje tím, že „*namísto polonahých žen, košilatých vtípů a sexuálních návodů, se čtenář dozví o nových možnostech investic, přečte si příběhy úspěšných, dozví se novinky z techniky i kultury, které by ho mohly zaujmout. Otestuje restaurace, vinotéky, nová auta a podívá se, co všechno by mohl ve světě navštívit*“ (viz www.for-men.cz, 12. 6. 2010). Odlišnost je patrná již při prvním pohledu na obálku, kde je časopis prezentován elegantním mužem, namísto svůdné ženy.

Nejčtenější *Maxim* charakterizuje nakladatelství Hachette Filipacchi, které jej vydává, jako časopis, který sice není elitářský, ale zároveň není pro každého muže. „*Maxim totiž oslovuje všechny muže, jejichž smysl pro humor je založený na ironii, sarkasmu a zpochybňování uznávaných hodnot. Stejně jako jeho čtenáři je Maxim sebevědomý. Právě proto si může dovolit dělat si legraci ze všeho – včetně sebe sama –, což ho diametrálně odlišuje od všech ostatních pánských titulů. Humor je sice jednotícím prvkem Maxima, ale nikoli jedinou příčinou jeho úspěchu. Čím šilenější se totiž Maxim zdá být, tím užitečnější je jeho servisní část, tím přesnější informace poskytuje, a tím dokonalejší je jeho grafické zpracování a fotografie. Jde o čistě autorský časopis: to, o čem jeho reportéři píšou, také sami prožívají. Maxim se nebojí ničeho, co čtenáře zajímá*“ (viz www.hf.cz/index_maxim.php, 13. 6. 2010).

Dalo by se říct, že tyto dva časopisy vymezují dva typy mužské identity. Tradiční mužská identita znázorněná časopisem *Maxim* při své prezentaci mužství jako chlapáctví vybízí své čtenáře, aby ve vztazích se ženami využívali všemožných dostupných forem zákeřností, klamů, lstí a podvodů. Vychází z určitého pocitu strachu, aby muž nebyl považován za „neopravdového“ muže, který má neustálou potřebu projektovat svou moc vůči všem ostatním. Podle Elisabeth Badinterové je to zejména vůči ženám, homosexuálům a dětem, kteří ztělesňují nedostatečně drsné vlastnosti, a tak potenciálně tradiční mužskou identitu ohrožují (Badinter 1999). Časopis *Maxim* se snaží vytvořit obraz „drsného chlapa“ očištěného od veškeré ženskosti, naopak časopis *ForMen* inklinuje k vlastnostem v tradičním pojetí chápaných jako ženských a vnímá je jako žádoucí i u muže.

ForMen vytváří podobu alternativní mužské identity, která představuje především spojení narcismu a péči o rodinu. Muži zde hledají svou identitu skrze rovnocennější vztahy se svými partnerkami, citovější vztahy se svými dětmi a starostlivější vztah ke svému zdraví. Muž prezentovaný v tomto periodiku by se měl

vyznačovat vlastnostmi jako pečující, citlivý a fyzický zdatný a měl by se vyhýbat vlastnostem jako je agresivita, dominance a drsnost. Je tedy zřejmé, že v případě vlastností dané tituly reprezentují přímo až kontrastní modely mužské identity.

5.1.4 Důsledky ideálu krásy

Je patrné, že současná společnost do jisté míry nutí muže a ženy skrze moc a sílu médií, aby se přizpůsobovali „ideálu krásy“, jenž je pro většinu lidí nedosažitelný.

Krása byla po dlouhou dobu závazná především pro ženy. Ty v souvislosti s tím byly vystaveny neustálému tlaku, aby věnovaly dostatečnou pozornost svému tělu a porovnávaly je s tělem ideálním, kterému se chtěly připodobnit. To samé tvrdí i francouzský sociolog Gilles Lipovetsky (1944) ve své knize *Třetí žena*, když říká, že: „v průběhu 20. století ženský tisk, reklama, kino a módní fotografie poprvé ve velkém rozšířily ideální normy a zobrazení ženy. Díky filmovým hvězdám, manekýnkám a plakátům vystoupily svrchované vzory ženství z říše neodstupné vzácnosti a pronikly do každodenního života“ (Lipovetsky 2000: 123 [1997]). Lipovetsky se dále zmiňuje, že „za posledních sto let získal kult krásného pohlaví neshledávané společenské rozměry. Vstoupil do epochy mas“ (*ibid.*). Výzkumy však prokázaly, že většina dívek v pubertě velice rychle ztrácí pozitivní vnímání své vlastní osoby, protože neodpovídá mediálnímu obrazu dokonalé ženy, a jejich pokusy o dosažení takového vzhledu pak končí vážnými zdravotními a psychickými poruchami. U žen se může pocít menšičennosti, který mají spojený s podvědomě zakořeněným pocitem vyššího oceňování a preferování chlapců, projevoval ve snaze být stejné (či lepší) než muži, což v sobě může zahrnovat i potlačovanou agresi a závist vůči mužům. Spíše tím však mužskosti dávají větší cenu, respektive rezignují na svou schopnost se žensky prosadit. Znamená to vzdálit se od sebe samých (Poněšický 2008: 47).

V konečném důsledku tato touha po dosažení ideálu působí negativně na psychiku a potažmo na fyzické zdraví. Duševní obtíže začínají snížením sebevědomí, osobnostní nejistotou a pocitem menšičennosti, ústí však do chronických depresí, které mohou skončit tak závažnými onemocněními jako jsou mentální anorexie a bulimie postihující převážně ženy a dívky. V poslední době na internetu narůstá počet webových stránek a blogů zaměřené pro-ana, pro-mia a pro-si. Pro-anorektické stránky jsou místem, kde si –náctileté dívky vyměňují rady a návody, jak co nejrychleji a co

neúspěšněji zhubnout²⁷. Anorexie je zde prezentována jako svobodná volba a osobní filosofie, nikoli jako psychická porucha. Nejčastěji se zde objevují rady, jak bojovat s hladem, které mnohdy nabývají bizarní podoby, připomínající magické úkony: kousání ledových kostek, nosit kolem zápěstí gumičku a při myšlenkách na jídlo ji natáhnout a pustit, dát si před výrobkem z mouky dvě lžičky octa nebo sledovat při jídle tlusté lidi. Stránky pro-mia, založené na stejném principu, jsou zase věnované bulimičkám. Předkládají rady a tipy, aby rodiče a přátelé napříšili na to, že dívky zvracejí; doporučují přípravky, jimiž bulimičky předejdou případnému poškození zubní skloviny, které v důsledku častého hromadění žaludečních šťáv v ústní dutině může vzniknout nebo se zde objevují diskuze, zdali by namísto zvracení nebylo vhodnější použít projímadlo apod. Poslední zmiňované, pro-si, jsou zaměřené na dívky, které trpí sebepoškozováním – záměrným a opakovaným ubližováním si se snahou vypořádat se s nepříjemnými duševními stavy. „*Poranění odvede pozornost od nežádoucích pocitů. Zaměstná mysl praktickými starostmi, protože rána se musí omýt, ošetřit, zavázat, krev nesmí kapat na koberec, musí se vyhledat lékař...*“ (<http://www.anathinpro.estranky.cz/clanky/pro-si/sebeposkozovani.html>, 10. 2. 2011). Příznivkyním daných „filosofií“ či v nadneseném slova smyslu „náboženství“ se nabádá, aby své vyznání demonstrovali nošením patřičného atributu: „*Anorektičky vy, které chcete mít nebo máte anorexii, noste červený náramek, je to znak vašeho přesvědčení. Bulimičky vy, které chcete mít nebo máte bulimii, noste fialový náramek. A vy osůbky, které si ubližujete, noste tmavomodrý náramek... A osoby, které se vyléčily, nosí náramek barvy bílé*“ (<http://best-emo.blog.cz/0811>, 10. 2. 2011). Výběr vhodného náramku, tak aby dokonale ladil s životním stylem dotyčné, se může stát výzvou pro komerční subjekty, které neváhají s umístěním reklamy na tyto blogy²⁸.

Vliv „ideálu krásy“ stejně podstatně zasahuje také muže. U mnoha mužů má posilování (kulturistika) právě tak návykový charakter jako anorexie u žen – kulturista

²⁷ Příkladem za všechny může být blog, ve kterém se autorka prezentuje tímto způsobem: „*Je mi 12, mám blond vlasy, zelené vlasy a vážím 38 kg. Jsem pro ana, chtěla bych zhubnout. Budu ráda, když mě podpoříte! Můj graf hubnutí: začátek – 38 kg; cíl číslo 1 – 36 kg, cíl číslo 2 – 33 kg, cíl číslo 3 – 30 kg, absolutní sen 28 kg*“ (<http://pro-ana.blog.cz/>, 10. 2. 2011).

²⁸ Většina blogů podporujících poruchy příjmu potravy obsahuje reklamu. A proto je nezruší provozovatel serveru, byť je naprostá většina z nich neplacených a podmínky obsahují možnost jednostranného vypnutí. Blogy jsou komerční subjekty a jejich cílem je získat co nejvíc uživatelů. Provozovatelé sice nesou odpovědnost za obsahy svých uživatelů, ale pouze pokud se prokazatelně a standardizovaně dozvědí o jejich protiprávnosti. Zde lze těžko určit trestněprávní odpovědnost a společenská nebezpečnost zjevně nestačí.

se necítí nikdy být dostatečně svalnatý, stejně tak jako anorektička se nikdy necítí být dostatečně hubená. Obojí se mění v posedlost.

Dalším nepřehlédnutým aspektem negativního vlivu „ideálu krásy“ na lidskou psychiku jsou nepřirozené zásahy do lidského těla prostřednictvím plastických operací (nejčastěji to bývají plastiky prsou, liposukce či kosmetické úpravy na obličeji). Krom toho, že tyto mediální obrazy mají velmi negativní dopad na mínění lidí o sobě samých, vyvolávají také nespokojenost s vzezřením jejich partnerů a zvyšování nároků ohledně jejich požadavků na tyto složky.

Rituály přechodu, které v dřívějších dobách nebyly charakteristické jen pro kultury přírodních národů, ale svoji nezastupitelnou funkci, měly i v našem prostředí. Byly obzvláště pro muže důležitým nástrojem, jak si uvědomit svoji hodnotu a sebezaražení v chodu společnosti.

5.2 Ztráta přechodových rituálů

Etapy lidského života, jakými jsou narození, pohlavní zralost a smrt, jsou označovány jako „přechodové rituály“²⁹. Pomáhají překlenout mezistav mezi dosavadní etapou a nadcházejícím vstupem do nové životní fáze, a vyhnout se nebezpečí, které hrozí při změně statusu. Jak uvádí český psycholog Pavel Říčan (1933), bolestivost některých rituálů u přírodních národů není samoučelnou krutostí. Mladý člověk, který jimi prochází, prokazuje svou dospělost tím, že je schopen něco vydržet. Kromě toho zkušenost z bolesti a vážného utrpení (a také ohrožení) má značný význam pro růst a zralost osobnosti. *„Člověk, který mnoho trpěl a pozitivně se s tím vyrovnal, bývá moudřejší, tolerantnější a je schopen více pozitivně prožívat život než ten, komu to dnešní doba se svými analgetiky a nejrozmanitějším komfortem usnadnila“* (Říčan 2006: 227). Významnou životní etapou pro utváření pohlavní identity je pak zejména období adolescence. Podle Říčana to: *„Bývá to těžký zápas, zejména pro ty, kterým se nepodařilo dobře splnit předcházející vývojové úkoly – a také pro ty nejcitlivější a nejtvrději mladé lidi, kteří nemohou jen tak hladce vplout do dospělosti, kteří odmítají vyšlapané cesty a pochybují o všech konvencích. Někteří mladí couvnou před základním*

²⁹ Jak uvádí francouzský antropolog německého původu Arnold van Gennep (1873–1957), téměř všechny přechodové rituály mají ve všech společnostech stejnou strukturu a skládají se ze třech samostatných a na sebe navazujících etap: odloučení od předchozího světa (rituály preliminární), rituály konané ve stadiu pomezí (liminární) a rituály přijetí do nového světa (postliminární) (Van Gennep 1997: 27 [1909]).

úkolem dospívání, nějak ho obejdou nebo v něm zůstanou vězet a zápasí s ním ještě řadu let. Mít identitu znamená znát odpověď na otázku, kdo jsem, znát sám sebe, rozumět svým citům, vědět, kam patřím, kam směřuji, čemu doopravdy věřím, v čem je smysl mého života. Znamená to jistotu sebou samým, zodpovědnost za své činy, realistické sebevědomí, znalost svých možností a mezí. Znamená to být pevně zakotven v tradici a podílet se aktivně na tvorbě budoucnosti, osobní i společenské. Znamená to vědět o své jedinečnosti, znát své nezaměnitelné místo, svou nenahraditelnost“ (Říčan 2004: 217).

Jan Poněšický o důležitosti pohlavní identity píše: „*Teprve silná vlastní pohlavní identita a sebejistota je podmínkou pro eventuální překročení vlastních hranic, pro přijetí toho a porozumění tomu, co je v druhém, teprve pak je člověk schopen se zabývat oním starým snem o znovunastolení celistvosti“ (Poněšický 2008: 20).*

Z hlediska iniciačních slavností, které se konají v kmenových společnostech, je u většiny kmenů ženám dovolen přístup jen omezeně nebo vůbec ne. Průběh iniciace může trvat až několik roků. Většinou začíná tím, že jsou zasvěcovaní vykázáni z dosavadního obvyklého prostředí do buše nebo lesa, což také znamená odloučení od matky. Někdy se to dramaticky provádí tak, že muži v maskách přepadnou matku a dítě uloupí. Do světa nového života jsou kandidáti uváděni jednak poučením o celé tradici kmene, tak i výkladem o tom, jaká role je jako muže a ženy kmene čeká. Je to období zkoušek a otužování postěním, strádáním a zmrzačováním.

Opuštění života dětství je také symbolizováno novým oděvem, pomalováním těla bílou barvou mrtvých, tetováním, pomalováním mladíků krví starých mužů či změnou jména adepta (Bellinger 1998: 34 [1993]).

V přechodových rituálech se slaví něco jako smrt a znovuzrození. Jedinec, který se jim podrobuje, ztrácí vzpomínku na dosavadní život, začíná používat nový tajný jazyk a vstupuje do spojení s mystickými silami svého kmene. V rituálech se usiluje o to, aby se synové zbavili základních dětských pout k matce. Nejen pomocí fyzické transformace jeho těla, ale také pomocí série intenzivních psychologických zážitků, opětovného probuzení, ale současně přeorganizování všech primitivních vtisků fantazií dětského nevědomí (Campbell 2008: 97–98 [1959]).

Pouze ten, kdo prošel tímto rituálem, je považován za opravdového muže, který se „stal chlapem“. Je odňat z mateřského vlivu³⁰ a stává se součástí tzv. „mužských spolků“, jimž mohou odpovídat „mužské domy“ oddělené od ostatních obydlí. Tyto spolky mají vůči zbytku populace zvláštní druh sakrální nebo politicko-válečnické autority. Kdo takový rituál nepodstoupil, není považován za opravdového muže (ať už je jakéhokoli věku), ale zůstává v okruhu žen, dobytka a dětí. Přejít může být také symbolicky ztvárněn tak, že mladík, který jej má podstoupit, je nejprve oblečen do ženských šatů, na znamení, že se ještě ne- „stal chlapem“ (Evola 2009: 146 [1958]). Stopy nesmazatelně vryté v dětství jako znaky spouštějící energii jsou reorganizovány a pomocí mimořádně živé, stále děsivější a nezapomenutelné série řízených zážitků jsou přestavěny tak, že chlapcova cesta života bude směřovat do mužského věku: ne do nějakého pouze otevřeného, nezávazného mužství, ale konkrétně k určitému stylu myšlení a cítění, impulzu a činu, které jsou s požadavky místní skupiny. Hrubá energie mladého lidského zvířete má být zastrašena, zlomena, znovu uspořádaná ve větším rozměru, a tak současně zkrocena i posílená (Campbell 2008: 90 [1959]).

Domnívám se, že obřady přechodu z dětství do dospělosti jsou důležité hlavně u mladých mužů, kteří na rozdíl od žen nemají natolik jasné biologické signály jako je první menstruace, porod prvního dítěte a hormonální přechod. Prostřednictvím menstruace se organizuje zralejší ženské sebeuvědomování dívky, stává se jádrem nového tělesného obrazu, který do sebe integruje akceptaci vlastního těla jako ženského, sexuálně aktivního a potenciálně rodičského (Tyson and Tyson 1990: 272). Nemohou nám v dnešní euroamerické společnosti přechodové rituály spojené třeba i s bolestí chybět? Jak se zmiňuje Elisabeth Badinterová, dalo by se říci, že ještě nikdy nebyl tak jako nyní patrný velký rozpor mezi potřebou dát najevo „rod“ a nedostatkem jasných a definitivních důkazů (Badinter 1995: 14 [1992]). Zásadním problémem současnosti je fakt, že zatímco takzvané primitivní národy měly výborně vypracované rituály, s jejichž pomocí přijímaly své děti mezi dospělé, průmyslové společnosti Západu adolescentům přirozenou generační změnu neumožňují (Hudalla 2010: 52). Transformace dítěte v dospělého, jíž se na primitivní úrovni uskutečňuje stručně a náhle pomocí rituálů dospívání, se dosahuje ve vyšších společnostech postupně prostřednictvím let

³⁰ Podle psychologa Jana Poněšického se vztah mezi matkou a synem může jevit jako silnější než vztah s dcerou. Syn znamená pro ženu jakési doplnění toho, co sama nemá, aniž by se cítila být nějak mužskostí ohrožená. Synovi je bohyní, který jí naslouchá a obdivuje. Je to jeho první láska, která může být často pravzorem lásek pozdějších. Mnohé ženy se tak cítí být vzorem své tchýně frustrované (Poněšický 2008: 69).

vzdělávání. Kdy ale přesně může být dneska jedinec považován za dospělého muže? Když dostane občanku? Když udělá maturitu? Nikdy? Český psycholog, odborník na psychologii dospívajících, Petr Macek (1956) upozorňuje na to, že v posledních dvaceti letech se mění životní styl všech generací a souvislosti s tím se posunuje i význam dospívání a dospělosti v životě člověka. V 80. letech minulého století směřoval mladý člověk, který dostudoval střední nebo vysokou školu, k tomu, aby se usadil, našel si práci a založil rodinu. Kultura dospělých a společenský tlak nepřispívaly k tomu, aby bylo mládí vnímáno jako svobodný prostor, v němž si může člověk dělat, co chce, a usadit se až v okamžiku, kdy se mu to bude hodit (Macek 2010).

Iniciační obřady přechodu z dětství do dospělosti je možné doložit i v naší západní společnosti. Francouzský historik Georges Duby se zmiňuje o patrných rituálech přechodu ve výchově rytířských synů v období středověku. *„V oné době (12. století) opouštěli synové rytířů otcovský dům velmi záhy; odcházeli poznávat život jinam a ti, kteří nebyli prvorození, opouštěli své rodiče, nenaskytla-li se šťastná náhoda, navždy. Po dovršení osmi deseti let tak byli odloučeni od matky, sester, pokrevných ženských příbuzných, uprostřed nichž dosud žili a které milovali... Šlo tedy o dvojitý rozchod, s rodným domem a s ženským světem komnaty pro malé děti. A o velmi drsný přestup do jiného světa, světa kavalkád, stájí, zbrojnic, lovu, úkladů a mužných potyček“* (Duby in Badinter 2005: 197 [1992]). Elisabeth Badinterová uvádí, že ve Francii přetrvala iniciace mužů mimo rodičovský dům i v jiných podobách. Od 17. století přebíraly roli majetných rodičů internátní školy, a to až do 19. století, které přineslo návrat k rodičovské výchově. V angloamerických zemích se rituály maskulinizace udržely ještě déle. Synové gentry byli již v raném věku odlučováni od matek a domova a posíláni do známých „public boarding schools“, kde od starších spolužáků trpěli šikanu zahrnující fyzické násilí, ústrky a ponižování. V očích rodičů to byla jediná možnost, jak z nich udělat muže, kteří by byli schopni spravovat britskou říši. Režim v anglických školách byl pověstný velkou přísností, povinnými kolektivními hrami, tvrdou vojenskou kázní, tělesnými cvičeními a skrovnou stravou (Badinter 2005: 78 [1992]). Chlapec, který odcházel z domova, musel překonat strach, bolest, prokázat, že si dokáže poradit sám a následně se vrátit jako dospělý muž.

Na pozůstatky euroamerických iniciačních mužských rituálů můžeme dodnes narazit v některých vojenských jednotkách. Ve Francii má jednu z nejhorších pověstí výcvik v cizinecké legii. Ve Spojených státech si největší „mužnost“ osobuje námořní

pěchota. Význam měla i povinná vojenská služba, která je ale dnes v mnoha zemích nahrazena profesionální armádou (v České republice od roku 2005).

Odkaz přechodových rituálů je zasazen i do některých lidových slavností. Takovým příkladem nám může být 4 dny trvající masopust v Postřekově u Domažlic. Masopust zde má specifickou roli pro muže kolem osmnácti let (neboli těch, kteří v dřívějších dobách v tomto věku odcházeli na vojnu). Pro takzvané „rekruty“ je celý masopust obzvlášť specifický a dalo by se říci, že „zhýralejší“ než pro ostatní obyvatele vesnice. Ihned po skončení masopustní zábavy totiž většinou nastupovali na vojenskou službu. Masopust pak byl na dlouhou dobu poslední možností, jak si užít. Mimo veřejné oslavy pak existují i soukromé akce rekrutů, které jsou nejvýraznější zejména v noci z neděle na pondělí. V neděli odpoledne začíná kytičkový průvod, kdy si dívky v horní hospodě (charakteristické tím, že sem běžně chodí zejména muži) vyberou chlapce, se kterým chtějí strávit večer a v kolečkovém průvodu dojdou do sálu dolní hospody (charakteristického tím, že se otevírá jen v období bálů a je spíše doménou žen). Zde zábava trvá do půlnoci, ale pro rekruty nekončí. Ti se odeberou do zadního salónku a neměli by po celou noc spát. Ráno se pak vypraví do vsi, zastavují řidiče, které nepustí dál, dokud se nenapijí nějakého alkoholického nápoje, chodí vyučovat děti do školy, vkrádají se do domů dívek. Spánek je pro ně něco nemyslitelného, protože být rekrutem mohou být jenom jednou. V úterním průvodu masek jsou to právě oni se svými nevěstami, kteří nesou postavu Masopusta na márách na místo jeho oběšení. V průběhu let zúčastněného pozorování (2005–2010) a z kvalitativních rozhovorů (květen 2008) spatřuji postupný úpadek ve striktním dodržování některých pravidel. Například při oslavách rekrutů v zadním salónku respondenti uváděli, že dříve zde byla přítomnost žen vnímána negativně. Dnes jsou však pravidla mnohem benevolentnější. Otázkou může být, nakolik tradice rekrutů bude nadále degradovat, když její hlavní psychologický smysl s koncem povinné vojenské služby skončil a jak se toto vše bude odrážet do identity místních mužů.

Americký komparativní religionista Joseph Campbell (1904–1987) zastával názor, že „*selhání mytologie a rituálu v efektivním fungování v naší civilizaci může znamenat častý výskyt neklidu, který vede k charakterizování naší doby jako ‚věku úzkosti‘*“ (Campbell 2008: 92 [1959]). Francouzský sociolog Pierre Bourdieu (1930–2002) poukazoval na to, že určitou „zkouškou mužnosti“, která se projevuje u dnešních chlapců, jsou praktiky jako kolektivní znásilnění bandou výrostků, společná návštěva bordelu. Ty mají někdy za cíl, aby účastníci před ostatními prokázali svou mužnost jako

čiré násilí. Pokud by neměli odvalu takovou zkoušku podstoupit, hrozí, že dotyčný ztratí úctu a bude vykázán do kategorie „slabochů“, „křehotinek“, „bab“ či „teploušů“ (Bourdieu 2000: 23, 49 [1998]).

Stejně tak i česká psycholožka Pavlína Janošová (1973) píše, že hry dospívajících chlapců jsou často provázeny demonstrací síly a tělesné zdatnosti. Ve vyšších třídách základních škol se pravidelně objevují hry s prvkem přetahování (např. páka). Dalším aspektem některých her je snášení bolesti – jejich principem je působit si navzájem bolest a tuto bolest po určitou dobu snášet. V mnoha činnostech chlapců je také motiv překonávání strachu. Může zde jít i o překonávání strach z autorit, což může dospět až k porušování hranic zákona (např. získání postavení v partě prostřednictvím splnění úkolu „ukrást něco v obchodě, aniž by byl viděn někým jiným než doprovázejícím členem party“). V průběhu dalších let dospívání bývá potřeba „upevnění mužskosti“ realizována v přijatelnějších podobách, např. ve sportu. Individuace osobnosti bývá nezřídka realizována prostřednictvím cestování, které ale může být vlastní chlapcům i dívkám (Janošová 2008: 208).

Ve Spojených státech se v souvislosti se ztrátou přechodových rituálů u chlapců hovoří o komplexu Petra Pana, jindy o kultuře playboye, jenž po příkladu adolescenta odmítá být jakkoli emočně poután k ženám. Mnozí přikládají vinu za destabilizaci mužské identity feminismu šedesátých let. V okamžiku, kdy se ženy začaly dostávat do mnoha (často výhradně) mužských oblastí, došlo k rozplynutí univerzální mužské charakteristiky: nadřazení muže nad ženou. Před tím se muž definoval jako privilegovaná bytost mající něco navíc. Sám sebe považoval za silnějšího, inteligentnějšího, odvážnějšího, odpovědnějšího, tvořivějšího a racionálnějšího. A to ospravedlňovalo jeho nadřazený přístup k ženám, přinejmenším k ženě vlastní (Badinter 2005: 16 [1992]).

Americký sociolog David Riesman (1909–2002) ve své studii *Osamělý dav* hovoří o proměně v identitě a mravech mužů 19. a 20. století. Zatímco „vnitřně řízený“ muž 19. století měl silný charakter, který byl vytvořen na základě autonomní morálky a z pevných zásad, ve kterých zakotvoval svou identitu, muž 20. století řízený „vnějšími faktory“ vychází při vytváření své identity z potřeby zapadnout a být oblíbený svým okolím. Zatímco vnitřně řízení muži mohli zůstat sami sebou a jít svou cestou, vnějším řízením muži bedlivě sledují vývoj veřejného mínění (Riesman 2007: 79 [1960]).

Proměna v identitě muže byla pozorována i v termínech, kterými muži označovali sami sebe. Americký sociolog Michael S. Kimmel (1951) upozorňuje na to,

že slovo označující mužství – „manhood“ – bylo vnímáno jako definice vnitřní kvality, schopnosti autonomie a spolehlivosti a historicky bylo považováno za opozitní ke slovu dětství („childhood“). Získat status muže nebylo samozřejmostí; v určité době dospívání musel chlapec prokázat, že se již stal mužem a zbavil se dětských věcí a návyků. Na přelomu 19. a 20. století bylo slovo „manhood“ postupně nahrazováno pojmem „masculinity“, který v sobě zahrnoval řadu rysů v chování a postojích, a kontrastoval s novým opozičním označením – „femininity“. „Masculinity“ bylo něco, co mělo být neustále demonstrováno a v případě, že by muž nebyl dostatečně mužný, byl vnímán jako feminní (Kimmel 2006: 81). Prokazování „masculinity“ vyžaduje značné úsilí, je jedno, jestli na sportovním hřišti, v tělocvičně či četbou odpovídající literatury.

Mnoho vědců, zejména ve Spojených státech, si pokládalo otázku, co stojí za nejistotou a úzkostí u mužů. Proč se tolik obávají, aby nebyli feminizováni? Někteří autoři zastávají názor, že feminizace kultury je přirozenou reakcí na invazi „odlišného“ mužství. Strach z kulturní degenerace byl pravděpodobně vytvářen příchodem slabší a méně plodné etnicity do rozrůstajících se průmyslových měst. Někteří se dokonce domnívali, že to bylo samotné město, které plodilo feminizaci tím, že mnoho lidí odcházelo pracovat do velkých byrokratických podniků, kde se jejich pracovní den odehrával v kancelářích. Tímto způsobem prý došlo k oslavení přirozené mužské vitality, která byla přenesena do služeb podniku. Jiní zastávali názor, že kulturní feminizace byla přímým důsledkem feminizace výchovy chlapců, matky často zůstávaly samy doma se svými syny, a stejně tak se chlapci setkávali s ženami i ve výchovných institucích – ve většině základních a nedělních školách začaly vyučovat ženy (Kimmel 2006: 82).

5.3 Manželství a rodina

Rodina a manželství spolu velice úzce souvisí, přičemž manželství je možné definovat jako *„sociální instituci, jejímž obsahem je kulturně akceptovaný typ svazku mezi dvěma a více partnery³¹, jenž je výrazem jejich akceptace společenských norem a podřízení se jim, u nějž se předpokládá dlouhodobé trvání, jež transformuje sociální status partnerů, implikuje vzájemné nároky (sexuální, ekonomické...) partnerů a jejich*

³¹ Prototypicky jsou jimi osoby opačného pohlaví, ale jako manželské svazky mohou být akceptovány i spojení mezi dvěma muži (afričtí Nuerové), dvěma či více ženami (Azandové) či mezi ženou a duchem mrtvého (Nuerové nebo Aruntové) nebo mezi mužem a částí těla „tchána“ (Kwakiutlové). Koneckonců i v některých zemích dnešní západní společnosti byly nedávno povoleny manželské svazky lidí stejného pohlaví.

příbuzných, implikuje rodičovské povinnosti a práva k dětem vzešlým z této unie a práva a povinnosti těchto dětí k rodičům, definuje sociální status dětí vzešlých z této unie a vytváří vazby mezi příbuznými partnerů“ (Skupnik 2002: 35).

Základní dělení manželství je na polygamické a monogamické, přičemž polygamie se dále dělí na polygynii jakožto manželství jednoho muže s více ženami a polyandrii coby manželství jedné ženy s více muži. Dále mohou existovat i polygamní skupinová manželství, kdy spolu žije větší počet mužů a žen (kteří mohou, ale nemusí být vzájemně příbuzní).

Polygynie

V dnešním světě je polygynie oficiálně povolena jen v islámském kulturním okruhu. Polygamní manželské právo dovoluje svobodnému muslimovi až čtyři zákonné manželky a nadto libovolný počet otrokyň-konkubín. Muslimky mají striktně zakázáno uzavřít manželství s nemuslimem, oproti tomu muž má povoleno uzavírat manželství i s „jinak“ věřícími ženami, vyznávající křesťanství nebo židovství (Bellinger 1998: 330 [1993]). Muslimský muž může zrušit manželství bez uvedení důvodu tím, že třikrát za sebou pronese „rozdávám se s tebou“. Od nového tisíciletí platí dokonce v Dubaji zákon, podle kterého stačí, když rozvodovou formuli natuká do svého mobilu a pošle ji třikrát své ženě jako textovou zprávu (Frouzová 2005: 24). Oproti tomu ženy mohou o rozvod usilovat vleklým procesním způsobem a dosáhnou jej jen občas. Pro rozvedené ženy existuje určitá čekací doba, než vstoupí do nového manželství, aby se vyloučilo, že není těhotná se svým předchozím mužem. Tato doba trvá po tři menstruační periody.

Sociobiologové a evoluční psychologové často zdůrazňovali, že monogamie není lidskou přirozeností. V dějinách se často setkáváme s tím, jak mocní muži prokazovali svou moc právě počtem žen, které si mohli dovolit. Polygynie je pak vítězství jednoho nebo několika mužů nad všemi ostatními, kteří jsou potom odsouzeni k celibátu. Muž žijící v polygynii se však musí o každou svou ženu řádně postarat. Oproti tomu monogamie představuje jediný systém, který alespoň teoreticky každému zajišťuje partnera. Je výhodou zejména pro muže nízkého socioekonomického postavení, kteří by v případě polygamie partnera neměli šanci získat (Wright 1995: 108 [1994]). Rovněž bylo dokázáno, že monogamie posílená zákonem, náboženstvím nebo trestními sankcemi omezuje vražednou konkurenci mezi muži (Ridley 1999: 166 [1994]) Polygynie se tak ve finále spíše může jevit jako výhoda ženy. Tedy ne jako právo muže

na sexuální styk s více ženami, ale jako právo ženy provdat se za úspěšného a bohatého, byť již ženatého muže a využívání jeho ekonomických zdrojů (Skupnik 2002: 21).

I když polygynie platila pro všechny věřící, nemohla se nikdy všeobecně rozšířit nejen proto, že většina mužů byla příliš chudá, než aby mohla mít víc než jednu ženu. Polygynie je na širším základě možná jen tehdy, je-li v zemi z nějakého důvodu přebytek žen. Tento předpoklad zřejmě existoval v Mohamedově době a v následujícím období arabských dobovatelských válek (Morus 1992: 79 [1956]). Ve velmi mnoha případech se tedy polygamie v mohamedánských zemích redukovala na bigamii: na jednu starší a jednu mladší ženu, kterou si muž vezme, když ho první přestane sexuálně přitahovat anebo když mu nedá děti.

Polyandrie

Polyandrie je jedním z nejméně obvyklých typem manželství. Zatímco polygynii můžeme najít v raných židovských společnostech, v muslimských kulturách, v mnoha oblastech antického Řecka a ve staré Číně³², polyandrické manželství bylo zaznamenáno jen v Nepálu, Tibetu a Indii. Tibetská polyandrie jako manželský systém, kdy si žena bere za muže skupinu bratrů, byla nejlépe popsána mezi nepálskými Nyinby. Jelikož je zde orná půda vzácná, polyandrie zde slouží jako prostředek k omezení růstu populace. Muži se o ženu dělí rotačním způsobem, proto si společná žena musí dát pozor, aby se všem věnovala rovnoměrně. Tím pádem je tedy určitým způsobem zodpovědná za dobré vztahy v domácnosti (Ulbrich 2005). Pokud je některý z bratrů nespokojený, může společnou domácnost opustit a založit si vlastní. Děti, které považují všechny bratry za své otce, však zůstávají v hlavní domácnosti společně s matkou a zbývajícími otci.

O polyandrii u národů v údolí Indu psal francouzský cestovatel a fotograf Louis Rousselet (1845–1929): „*Když se ožení nejstarší bratr, většinou se stávají všichni jeho bratři manžely jeho ženy. Děti narozené z tohoto svazku nepatří jednotlivci, ale nazývají všechny manžele své matky otcem. Tak zde má žena čtyři manžele zároveň, ale jejich počet není nijak omezen. Kromě této pravidelné formy polyandrie má žena také právo vybrat si jednoho nebo několik mužů (ne milenců) vedle skupiny bratrů. Důsledkem tohoto pozoruhodného zvyku je, že stav obyvatelstva se nezvyšuje, ale ani nezmenšuje. U Kulů je žena hlavou této pospolitosti, spravuje majetek, který manželé*

³² V Číně sice nebylo legální, aby měl muž více než jednu ženu, ale často vedle oficiálních manželek měli také konkubíny, které s nimi žily v jedné domácnosti, rodily děti a měly řadu práv.

zvelebují a jehož výnos jí přinášejí. Sama se stará o výbavu pro děti a svůj majetek jim odkazuje jako dědictví“ (Rousselet 1876 in Neumann 1999: 96 [1931]).

O polyandrii v Ladakhu se zmiňoval maďarský etnograf Károly Jenő Ujfalvy (1842–1904): *„Aby se zabránilo tříštění pozemkového majetku a snad i z úsporných důvodů, mají zvyk, že děvčeti, které se vdalo, dovolí vzít si za manžele ještě libovolný počet jiných mužů; všichni společně však tvoří jednu rodinu. Pozdější manželé většinou bývají bratry prvního manžela, a proto lze často slyšet, že děti hovoří o mladším a starším otci. Ženy v Ladakhu si však smějí vybrat ještě dalšího cizího manžela, kterého si mohou přivést do společné domácnosti bez obav, že se tomu někdo postaví na odpor. A přece se tu a tam vyskytuje i mnohoženství: také se někdy stane, že zámožné děvče si vezme jen jednoho muže podle své volby“ (Ujfalvy 1876 in Neumann 1999: 96 [1931]).*

Švédská antropoložka Helena Norberg-Hodgeová (1946), která opakovaně oblast Ladakhu od roku 1975 navštěvovala a věnovala se analýze dopadu globální ekonomiky na místní tradiční kulturu, se rovněž zmiňuje o fungování polyandrie mezi domorodým obyvatelstvem. Norberg-Hodgeová dělala rozhovory s místními ženami, a když se jedné z nich ptala, jak v praxi funguje její polyandrické manželství se dvěma bratry (nejmladší, jak to většinou bývalo, se stal mnichem) a jestli má třeba k jednomu z nich větší citové pouto, odpověděla: *„Angdus je něžnější, ale oba jsou mi blízcí.“* A pak, zatímco Angchuk s ní častěji spí, Angdus s ní stráví více času na obchodních cestách (Norberg-Hodge 1991: 56). Polyandrie byla klíčovým faktorem k udržování relativně stabilní populace v Ladakhu po staletí a podle Norberg-Hodgeové měla vliv jednak na přírodní rovnováhu, jedna na harmonické sociální vztahy. Množství mužů a žen bylo v ladacké kultuře zhruba stejně, a tak, když si několik mužů vzalo jednu ženu, znamenalo to, že některé ženy zůstaly neprovdané. Méně vdaných žen znamenalo méně dětí a tudíž přirozenou regulaci populace tak, aby počet obyvatel zůstal únosný prostředí, ve kterém žili. Od roku 1942 se polyandrie v Ladakhu stala ilegální, a tak v době, kdy Norberg-Hodgeová prováděla svůj výzkum, byla mnohem méně obvyklá než dřív a zároveň se zde objevují i případy polygynních manželství (*ibid.*: 57). V tradiční ladacké společnosti měly ženy velice silné postavení, avšak s rozšiřováním polygynních svazků a vlivu turismu a globální ekonomiky z mimohorské oblasti Indie, se situace stává opačnou. Dnes se zde ženy stále více stávají „neviditelnými stíny“. Nevydělávají peníze za svou práci, takže z dlouhodobého hlediska nejsou vnímány jako „produktivní“. Jejich práce není uznávaná jako součást hrubého národního produktu (*ibid.*: 126).

5.3.1 Rodina v současné západní společnosti

Nejméně od konce první světové války se rodina, která byla považována za snad nejstabilnější prvek naší civilizace, radikálně mění ve svých nejzákladnějších charakteristikách. Jsou to změny, které mají vesměs hluboké kořeny, ale právě v druhé polovině dvacátého století došlo k jejich zviditelnění:

1. V křesťanském kulturním okruhu měla rodina monopol na legitimní sex, což se nyní změnilo.
2. I při ztrátě monopolu na legitimizaci sexu si mohla párová rodina zachovat legitimizaci reprodukčního aktu. Od počátku sedmdesátých let, i při vývoji nových technologií, které umožnily zabránění nechtěného početí, ve všech společnostech našeho kulturního okruhu prudce stoupá počet nemanželských dětí.
3. Charakteristikou tradiční rodiny bylo rovněž to, že výběr manželského partnera byl v rukou rodičů. Ti vybírali na základě toho, nakolik je potencionální partner vhodný z hlediska zachování společenského postavení rodiny. Dnes se stává legitimním důvodem založení rodiny láska.
4. V křesťanství bylo manželství pojímáno jako instituce, která je nezrušitelná – „*Co Bůh spojil, člověk nerozlučuj*“ (Mk 10,6-9). Toto pojetí však bylo nahrazeno myšlenkou manželství jakožto občanské smlouvy, která může být vypověditelná kteroukoli ze stran. Začal růst počet rozvodů a opakovaných manželství.
5. Prohlubující se dělba práce a rozvoj specifických institucí sebraly rodině řadu jejích tradičních funkcí. Nejprve došlo k odluce bydliště a pracoviště, následně došlo k tomu, že tam, kde kdysi byla rodina nezastupitelná, nastoupili specialisté a formální organizace.
6. Od poloviny sedmdesátých let začala v zemích našeho civilizačního okruhu klesat porodnost a dnes je v mnoha z nich rodina s jedním dítětem nejčastějším typem rodiny.
7. Došlo ke změně povahy práce, která se stále více stává manipulací se symboly než s předměty a nevyžaduje tedy fyzickou zdatnost. Od konce padesátých let ženy hromadně opouštějí domácnost a profesní kariéra se pro ně stává stejně důležitou jako pro muže. Mateřství se z celoživotního údelu proměňuje na poměrně krátkou epizodu (Možný 2008: 21–23).

Proces proměny polygamiího manželství v monogamií probíhal v Evropě zhruba od pátého století n. l. do století třináctého. V době před pátým stoletím žili v prostoru české kotliny lidé ještě v kmenovém uspořádání, jež neznalo pojem manželství. První formou párového manželství bylo manželství patriarchální, kdy muž byl živitelem rodiny a manželka se starala o děti a domácnost. Zhruba od počátku 20. století (ve městech dříve než na venkově), přecházely rodiny jako svazky osob úzce příbuzných spíše do dnešního pojetí domácností. Z rodin se oddělovali především jednotlivci, zpočátku jen svobodní, později také ovdovělí a stále více rozvedení. Snižovalo se vícegenerační soužití, které se udržovalo častěji na venkově a při bydlení v rodinných domcích. Postupně se vyvířely tzv. nukleární rodiny, tvořené rodiči a dětmi (Horská, et al. 1990: 456). Generace prarodičů žije začala žít stále častěji samostatně, ale v osamocení. Rodina v dřívějším pojetí se tak zmenšuje nejen počtem svých členů, ale ještě více počtem a intenzitou vzájemných vztahů a vazeb mezi jejími členy (*ibid.*: 459). Konec druhé světové války se pak stal zlomovým přechodem k párově rovnoprávnímu manželství. Ženy začaly vykonávat stejná zaměstnání jako muži, stejně tak se stalo zvyklostí, že rozvod je přirozený, pokud se manželé nemilují (Plzák 2007: 142).

V současné době jsou nejtýpictejší rodiny se dvěma živiteli, kde oba dospělí partneři pracují za mzdu, a rodiny s jedním rodičem samo-živitelem, tedy rodiny s dětmi, v nichž domácnost finančně zajišťuje pouze jedna dospělá osoba (Renzetti 2003: 216 [1999]). V souvislosti s rostoucí rozvodovostí jsou stále častější nejen rodiny s jedním rodičem, ale rovněž například spojené rodiny, které vznikají tak, že jeden (nebo oba) z rozvedeného manželského páru vstoupí do nového manželství s někým, kdo má rovněž děti; případně nově vzniklý pár přivede na svět ještě děti vlastní. Důvody vysoké rozvodovosti mají různorodé příčiny, jejichž společným jmenovatelem je sílící touha po prosazování individuálních zájmů partnerů, růst seberealizace mimo rodinu, snížení tolerance a méně časté respektování potřeby dětí (Horská, et al. 1990: 457).

Jak se zmiňuje český sociolog Jiří Černý ve svém článku *Manželství v transformaci*, na manželství je v současné české společnosti nahlíženo jako na instituci, která spíše omezuje individuální svobodu, ubíjí romantiku ve vztahu a vede k jeho zevšednění. Manželství je dále spojováno s plozením dětí, což nemusí být vždy vnímáno jako zcela pozitivní aspekt (Černý 2003). Manželství, které plnilo před rokem 1989 funkci důležitého ekonomického nástroje na přežití tak ztratilo hodně ze svého

tradičního obsahu. Tím, jak byla Čechům vnucována představa primasů postkomunistické transformace, se z manželství stala ještě více přítěž k individuálnímu úspěchu. A tím, že plození dětí je u nás tolik spojeno s manželstvím, a jiné formy partnerského soužití nezískaly zatím silnou hodnotovou oporu, rodí se děti stále častěji spíše omylem, než jako důsledek naplnění smysluplného vztahu muže a ženy. Ukazuje se, že pouhá ekonomická transformace nebude asi k přežití společnosti stačit. *„Bez rozsáhlé transformace mentality lidí, ať již vzhledem ke znovunalezení hodnotového obsahu manželství, změně postojů k alternativním formám partnerského soužití, či zcela nevyhnutelnému otevření společnosti přistěhovalcům, nebude transformace české společnosti úspěšná“ (ibid.)*

Obecně lze říci, že spíše než uniformita je charakteristická pro současnou společnost rozmanitost. Tím, jak se změnil přístup české společnosti k hodnotě rodiny a manželství, dochází k proměně názorů u mladé generace, která svým chováním a jednáním dává najevo, že jejich životní styl a hodnoty jsou odlišné od těch, které měli jejich rodiče. Čím dál tím víc narůstá podpora různých alternativ partnerského života na úkor tradičního manželského svazku (Formanová 2010: 27).

5.3.2 Role mužského vzoru v rodině

Jak jsme se již zmiňovali, od poloviny 19. století začala industriální společnost výrazně ovlivňovat rodinu. Muži začali trávit celý den v práci mimo dům, styky s dětmi se silně omezily a otec se stal jakousi vzdálenou postavou zabývající se nějakou záhadnou činností. Zatímco v 18. století pracovali muž a žena spolu v hospodářství, v obchodě nebo v dílně a děti jim pomáhaly, nyní byl svět rozdělen na dvě různorodé oblasti, které téměř nic nespojovalo. Na soukromou sféru, která se stala doménou ženy, a na veřejnou (či profesionální), ve které vládnul muž. Na jedné straně stála žena matka a hospodyně; na straně druhé pracující muž živitel.

V Evropě i ve Spojených státech byla v módě vzorná matka, tělem i duší oddaná svým dětem. Mnoha mužům bylo otcovství znemožněno a mnozí další o něj nestáli. Fyzickou sílu a čest nahradil úspěch, peníze a oceňovaná práce, které ospravedlňovaly otcovo vzdalování od rodiny. Ve Spojených státech dovršila snížení funkce otců krize roku 1929. Nezaměstnaní muži, kteří byli nuceni trávit dlouhou dobu doma, ztratili sebedůvěru a cítili se dotčeni ve svém mužství. A o to více, že americké filmy třicátých let začaly propagovat image „career woman“.

Ve Spojených státech, a o něco méně pak v Evropě, nakonec převážily dva obrazy otce – otec vzdálený a nedostupný, nebo otec málo mužný a opovrhovaný. To mělo za důsledek, že mnoho chlapců v něm přestalo nalézat svůj identifikační vzor. Ten pak spíše začali nacházet v literární fikci a ještě více ve filmech a seriálech. Vedle supermanských hrdinů však nepřestávají působit na chlapce jako identifikační vzory jejich vrstevníci (Badinter 2005: 88–91 [1992]). Chlapci, kteří postrádají mužský vzor v otci, jej hledají v někom jiném – v tom, kdo je vyspělejší, o něco silnější či protřelejší než oni. Hledají jakéhosi staršího bratra, vůdce, kterého obdivují, napodobují a uznávají jako autoritu (*ibid.*: 92).

V následujícím textu se podíváme, jaké výrazné změny probíhaly v oblasti rodiny po konci druhé světové války a co mělo vliv na současnou situaci v utváření partnerských svazků.

5.3.3 Rodina z pozice strukturálního funkcionalismu

Konec druhé světové války přinesl vlnu porodů. Rodily se děti, jejichž narození bylo odkládáno za války. Došlo k tomu, co v demografii bylo nazváno jako poválečný „baby boom“. Poměrně brzy po válce se začaly zlepšovat i hospodářské poměry – padesátá léta 20. století jsou desetiletími hospodářského růstu. Zdálo se, že globální zdroje jsou nevyčerpatelné. Blahobyt dosáhl neuvěřitelné úrovně zejména ve Spojených státech, které nemusely nahrazovat výsledky frontových ničení a bombardování. Prolomení některých bariér v podobě zvýšené mobility pomocí aut pomohlo nejprve ideologicky a pak i prakticky realizovat rodinný život s rodinným domkem. Prosazuje se neolokalita (nová rodina zakládá samostatnou domácnost v novém domě) a pro dvougenerační, samostatně žijící rodinu začal být ražen pojem nukleární rodina.

Jako vládnoucí škola sociologického myšlení ve Spojených státech se prosadil v padesátých letech strukturální funkcionalismus. Brzy získal významný vliv i v zahraničí, poněvadž v té době měla rozhodující podíl na veškeré světové produkci produkce americká.

Strukturální funkcionalisté zastávají názor, že po značnou část historie lidstva byla ženská genderová role přímo diktována ženskou reprodukční rolí. Pokud ženy rodí a následně kojí děti, je jenom logické, že to jsou ony, kdo s nimi zůstává doma a vychovává je. A jestliže tráví čas doma s dětmi, je přirozené, aby zastávaly i další domácí úkoly. Naproti tomu muže jejich biologická konstituce předurčuje k tomu, aby

zastávali roli živitele a ochránce rodiny. Představitelé tohoto směru, jako například americký sociolog Talcott Parsons (1902–1979), tedy argumentují tím, že specializace ženy na práci v domácnosti je funkční. Určitým způsobem pak ovlivňují i chod celé společnosti – rodí nové členy, vzdělávají je a vedou k osvojování hodnot a norem dané společnosti, poskytují mužům i dětem citovou oporu a výživu (Renzetti 2003: 24 [1999]). Funkcionalisté nahlíží na genderové role jako na přirozené jevy, které se odvozují z biologických daností, stírají tak rozdíl mezi gender a pohlavím – u obojího jde o neměnný stav věcí (*ibid.*).

Parsons se ve svých pracích zaměřil na izolovanou nukleární rodinu, která je složena z otce, matky a jejich nezaopatřených dětí. Izolovanost nukleární rodiny je patrná v tom, že členové rodiny žijí odděleně od jiných příbuzných a že každá rodinná jednotka je na příbuzných nezávislá také finančně. Takto pojatá rodina přestává vykonávat řadu ze svých dřívějších funkcí (vzdělání, péči o nemocné, výrobu potravin a oblečení), poněvadž tyto funkce převzaly veřejné instituce. Rodina tak má pouze dvě funkce – zajištění primární socializace dětí, na jejímž základě se stávají skutečnými členy společnosti, do které se narodily; a stabilizace osobností dospělých jedinců, kteří tvoří společnost (Parsons 1955 in Renzetti 2003: 213 [1999]). Dospělí jedinci plní tyto dva úkoly v izolované nukleární rodině prostřednictvím dvou specializovaných rolí. Instrumentální rodinná role v sobě zahrnuje vedoucí a rozhodovací pravomoci a je vykonávaná tím partnerem, který rodinu ekonomicky zajišťuje, tedy tradičně otec. Matka se ujímá expresivní rodinné role, která nese s sebou péči o domácnost, děti a uspokojení citových potřeb rodinných příslušníků. Podle funkcionalistů vzniklo toto dělení rolí již v raných fázích vývoje lidstva v souvislosti s tím, jak se tehdejší lidé přizpůsobovali vlastním tělesným proměnám a změnám životního prostředí. A poněvadž bylo toto rozdělení funkční, došlo časem k tomu, že se funkcionalizovalo.

Kritici představitelům funkcionalismu vyčítali hned několik faktů. Funkcionalisté staví současnou rodinu proti rodině preindustriální, kde v jedné domácnosti spolu žili prarodiče, rodiče, děti a někdy i další příbuzní. Mezikulturní srovnání však ukázala, že takové uspořádání sice běžně existovalo v mnoha nezápadních preindustriálních společnostech, na Západě však byly širší rodiny poměrně výjimečné. Ještě ostřejší kritice však bylo podrobena přísné dělení rolí obou pohlaví. Představa veřejného světa práce, který je striktně oddělený od privátní sféry domova, je podle kritiků mylná – obě sféry se v každodenním životě neprožívají odděleně, ale ve vzájemné závislosti (Renzetti 2003: 215 [1999]). Jako další problematický faktor

funkcionalismu je vnímáno přísné rozdělování rolí na instrumentální a expresivní a předpoklad, že jejich distribuce mezi pohlavími je jediná možná a přirozená. Ve všech lidských společnostech sice existuje dělba práce podle pohlaví, avšak to, co je považováno za mužskou a ženskou práci, se v jednotlivých společnostech diametrálně liší (*ibid.*: 216).

Reakcí na strukturální funkcionalismus byla teorie manželské rodiny Williama J. Gooda. Podle něj rodinný život v západních společnostech charakterizuje několik základních skutečností. Jde o relativní vyloučení širšího okruhu příbuzných z každodenních aktivit manželského páru a jejich dětí, jež zakládá jistou autonomii manželské rodiny. Příbuzenský vztah je chápán jako bilaterální vztah a vztahy k ostatním příbuzným vnímá každý z manželského páru jinak. Vztahy k příbuzným také nejsou definovány v podobě práv a povinností. Protože je rodina neolokální, nejsou žádné potíže s adaptací přistěhovaného partnera na příbuzné druhého, ale jen mezi manželským párem samotným. Věk při uzavírání sňatku je proto poněkud vyšší, protože vyžaduje čas a určitou zralost pro nalezení partnera. Předpokládá se, že základem přitažlivost je emocionální a nikoliv ekonomický aspekt. City jsou však velmi křehkou záležitostí a rodina musí mít vypracovanou i cestu ven v podobě rozvodu. Významnou roli v této teorii hraje rovnost vztahů mezi mužem a ženou (viz Možný 2008: 56).

5.3.4 Teorie sociální směny

Sociální teoretikové ve svých úvahách o společnosti a lidském chování mnohdy vycházejí z předpokladu, který jim přinesla ekonomická teorie. Ta tvrdí, že veškeré lidské jednání se děje v rámci určité racionality. Tento předpoklad je nejsilněji založen v tzv. teorii racionální volby, jejíž základ se nalézá v neoklasistických ekonomických teoriích, z nichž některé měly významný vliv při vysvětlování lidské fertility. Důležitým rysem teorie racionální volby je, že často transformuje lidské chování do chování spotřebitele v ekonomickém systému, to je do chování v rámci volného trhu. Ekonomické prostředí trhu umožňuje teorii racionální volby, aby našla univerzální srovnávací kritérium, s jehož pomocí je možné všechny lidské užitky vzájemně porovnávat. Tímto médiem jsou peníze (Rabušic 2001: 115–116).

Teorie racionální volby nepředpovídá, co by konkrétní jedinec učinil v konkrétní situaci, ale ukazuje, co by udělal typický aktér v typické situaci. Externí příčiny chování, vnější vlivy, jsou podle ní vždy transformovány prizmatem účelu (*ibid.*: 117).

Představitelé tohoto směru vycházejí z přesvědčení, že lidské jednání nejlépe vysvětlíme, když se opřeme o předpoklad, že lidé trvale usilují o maximizaci svého prospěchu. Základní dvojicí analytických pojmů jsou pro teorii směny „náklady“ a „výnosy“. Lidé při svém rozhodování zvažují zisky, které jim dané chování přinese v kombinaci s náklady, jež budou muset vynaložit. Pouze v tom případě, kdy dojdou k závěru, že zisky budou vyšší než náklady, budou toto chování realizovat. Na rozdíl od behaviorismu paradigma racionální volby klade důraz na kalkul, který zahrnuje i náklady; aktér se orientuje podle rozdílu. Tento rozdíl může mít i negativní hodnotu, a přesto motivuje člověka k jednání. Aktér může vědět, že nic nemůže získat, přesto jedná, aby alespoň minimalizoval ztrátu. Podstatu teorie racionální volby vyjádřil norský sociální a politický teoretik Jon Elster (1940): *„Když lidé stojí před volbou, jaké jednání zvolit, obvykle se rozhodnou pro takové, o němž věří, že jim přinese ten nejlepší výsledek“* (Elster 1996 in Rabušic 2001: 114).

Dalším faktorem hrajícím roli v teorii sociální směny je to, že člověk si cení čehokoli více či méně zejména z hlediska k tomu, jak je to dostupné jiným a zda je to lepší či horší než to, co mají jiní. Srovnávají i výsledky svých nákladů a výnosů s tím, čeho dosáhli ostatní. V aplikaci vysvětlení rozvodového chování poukazuje v první řadě především na srovnání míry vlastního uspokojení z manželského života a s mírou uspokojení, která je obvyklá; teprve když člověk vidí, že jeho manželství je horší, než jsou manželství v jeho sociálním okruhu, začne jej považovat za špatné a uvažovat o rozluce. Na druhé úrovni pak srovnává své manželství a alternativami, které se mu otevírají rozvodem (Možný 2008: 69–70).

5.3.5 Fenomén singles

Západní sociologická literatura již delší dobu vyčleňuje novou životní fázi, kterou označuje jako pozdní mladost, mladou dospělost nebo postadolescenci. Vyznačuje se tím, že v životě dnešních dvacátníků (dvacátnic) a třicátníků (třicátnic) chybí něco z charakteristik spojovaných dosud s dospělostí. Objevuje se nová životní etapa, která fázi mládí výrazně prodlužuje. V definicích singles se objevují kritéria věku a faktu, že daný jedinec nemá partnera. Podle definice českých sociologů Radky Radimské a Marcela Tomáška jsou singles: *„relativně mladí lidé mezi 25 až 40 lety, kteří se více méně dobrovolně rozhodli žít po delší dobu bez partnera proto, aby mohli rozvíjet jiné než rodinné životní strategie“* Jak a kdy tento fenomén vznikl a co je jeho příčinou?

Trvale neprovdaní a bezdětní lidé samozřejmě existovali i v tradičních společnostech. Jejich podíl však byl kolem dvanácti procent a společnost pro ně měla institucionální zařazení: neprovdané ženy žily jako členky domácností, kde pomáhaly s výchovou dětí některého či některé ze svých provdaných sester či ženatých bratrů. Jiné odcházely do kláštera, který jim naplňoval život řádem. Muži vedle klášterů nacházeli naplnění také v armádě. Rovněž služebnictvo v domech šlechticů a buržoazie bylo tvořeno z neprovdaných mužů a žen. Byl to někdy dokonce předpoklad udržení místa a za jeho dodržování měli sloužící pevné místo v domácnosti zaměstnavatele často na celý život. Avšak zatímco dříve byly jednočlenné domácnosti výjimkou, dnes se jejich podíl v některých zemích začíná blížit čtvrtině (Možný 2008: 200).

Problému singles se věnuje i sociolog Zygmunt Bauman. Ten se domnívá, že singles jsou typickým produktem současné ambivalentní společnosti. Lidé chtějí najednou dvě neslučitelné věci – lásku a svobodu. Láska pro ně znamená závazek, který omezuje možnost svobody, ale přesto se stále pokoušejí najít kompromis. Navazují sice vztahy, ale jen na dobu určitou. Jakmile vztah nefunguje podle jejich představ nebo je začne škrtit, prostě se ho zbaví.

Bauman také poukazuje na to, že singles jsou svým životním stylem ideálními konzumenty. Stejně jako vztahy podobně konzumují i zboží, služby, zážitky, napětí, zkrátka všechno, co se může nabídnout. Z tohoto pohledu se samozřejmě stávají zajímavou skupinou spotřebitelů. Ve vyspělých státech Evropy i v USA se na ně orientuje už nejedno odvětví podnikání a nabízí jim speciální produkty a služby, například menší balení potravin, kosmetiku nebo šperky (nedávno se stal hitem například singlering – stříbrno-modrý prsten, který symbolizuje, že jeho nositel je nezadaný, ale je s tímto stavem spokojený; nebrání se seznámení, ale rozhodně nic neslibuje). Pro singles vznikají speciální seznamky, bary, kluby, cestovní kanceláře a hotely. Organizují se pro ně zábavy, relaxace, sportovní vyžití. V západní Evropě přibývají singles závratnou rychlostí. V Německu se již obchodníkům před několika lety vyplatilo vyrábět pro singles speciální postele, pračky, myčky nebo mražené výrobky obsahující jednu porci. V časopisech jim začaly vycházet speciální rubriky, začaly se pořádat specificky upravené kulturní programy „pro jednoho“ (Formanová 2010: 15). Singles většinou žijí ve velkoměstech, kde jejich životní styl nikterak nevybočuje. Je to dáno nejen anonymitou velkých měst, ale i faktem, že právě v nich existuje až polovina jednočlenných domácností. Velkoměsta také nabízejí v dostatečné míře výše uvedené specifické produkty, které singles vyhledávají.

Charakteristikou současných singlů je, že většina z nich tento životní styl nevnímá jako konečný stav, ale pouze jako životní fázi (o něco více to pak platí pro ženy). Ta se však stále častěji prodlužuje, až se může změnit v definitivu.

Pro to, že se na konci dvacátého století vynořila v západní společnosti tato nová sociální skupina, se objevují dvě silná vysvětlení. Jednak je poukazováno na to, že globální ekonomika pozdně moderního věku vyžaduje flexibilní pracovní sílu, která je schopná a ochotná se stěhovat za prací, zvládnout období bez zaměstnání při hledání nové práce a na pracovním místě bude schopná dostát nárokům na neplánované služební cesty, nárazové zatížení s dlouhými přesčasy a dalšími, rodinný život devastujícími charakteristikami. Na druhé straně je hledáno vysvětlení vzniku této sociální skupiny či fáze života v tlaku kulturních norem, k jejichž proměně dochází pod vlivem nových šancí na vytváření pohodlného životního stylu bez přijímání odpovědnosti, podporovaných reklamou a komercializací volnočasových aktivit (Možný 2008: 201).

Otázkou je, jde-li u singles o pouhé odložení manželství či o socioekonomicky dané prosazování nového životního stylu jakožto permanentní alternativy k tradičním vztahům. V dřívějších dobách se založení vlastní rodiny stalo jednou z hlavních forem seberealizace, avšak do všeho zasáhl fenomén nabyté svobody. Zatímco tento trend se v západních zemích postupně objevuje už někdy od sedmdesátých let minulého století, v České republice je to jev relativně nový, spojený zejména s devadesátými lety. Tato svoboda umožnila lidem cestovat, získávat zkušenosti a vnitřně se obohacovat. Klinická psycholožka Magdaléna Frouzová (1948) se domnívá, že podle všech ukazatelů manželství přestává být spolehlivou a stabilní jednotkou, do které se vyplácí investovat energii a lidé se více soustřeďují na svůj vlastní růst. Při prodlouženém „singlovském období“ se však může objevit překážka v podobě postupné ztráty schopnosti partnerského soužití, přizpůsobení se jinému člověku (Frouzová 2008).

Podle sociologa Marcela Tomáška má veliký význam trend samostatného bydlení, které bylo před rokem 1989 spíš výjimkou, protože mladí lidé odcházeli od rodičů přímo do nově zakládaných rodin. Příznivé ekonomické podmínky, výhodné úvěry a nastartování masovější bytové výstavby umožnilo mladým lidem, aby si pořídili vlastní bydlení. Samostatné bydlení má v tomto smyslu symbolický význam jdoucí daleko za utilizační funkci. Individualizační tendence, které bychom ve vztahu k razantnímu nástupu vymezování vlastního privátního prostoru ve specifickém volnětržním prostředí devadesátých let mohli označit za „privatizační“, ve svém naplnění v případě samostatného bydlení reprezentují cíl sám o sobě. Aktéři v momentu,

kdy jej dosáhnou, jsou jen těžko schopni sdílet tento vydobytý prostor a existence tohoto prostoru se paradoxně může stávat překážkou dosažení tradičního uspořádání párové domácnosti (Tomášek 2006).

Při charakteristice singles si je třeba uvědomit, že se jedná o diverzifikovanou skupinu lidí různého věku, různé sexuální orientace, vyznání, profesního zaměření a majetkových poměrů, a z toho také vyplývají rozdílné důvody, proč jsou sami. Magdaléna Frouzová vyčleňuje čtyři skupiny singles:

1. **Chlapci a děvčata** – mladí ekonomicky nezávislí lidé zatím nezralí na manželství;
2. **Chudinky** – ti, kteří z nějakého důvodu mají na tržišti partnerských vztahů menší hodnotu, a tak obtížně hledají celoživotního partnera;
3. **Chytráci** – ti, kteří vnímají partnerství jako způsob obohacení svého života na úkor druhého a počítají od začátku s tím, že se vztah díky této nerovnosti stejně rozpadne;
4. **Chvástouni** – lidé úspěšní a soustředující se na svůj osobnostní a profesionální růst, že preferují partnery, kteří jsou ochotni s nimi žít nějaký čas bez závazků. (Frouzová 2008).

Americký sociolog Arthur B. Shostak (1937) vytvořil na základě dvou dimenzí stavu single – podle toho, jestli k němu došlo dobrovolně či nedobrovolně a jestli je dočasný či permanentní – následující typologii (Shostak 1978 in Rabušic 2001: 201–202):

Nežentý/neprovdaná	Dočasně	Trvale
Dobrovolně	Ambivalentní	Rozhodní
Nedobrovolně	Doufající	Zarmoucení

Ambivalentní jsou jedinci, kteří momentálně nehledají partnerku či partnera, ale této možnosti se do budoucna nezřikají. Mohou to být ti, kteří jsou aktuálně plně orientováni na svou pracovní kariéru, nebo ti, kdo rádi hledají stále nové a nové vztahy.

Doufající jsou muži nebo ženy, kteří aktivně hledají trvalý vztah, ale jsou prozatím v tomto hledání neúspěšní. Se svým svobodným stavem nejsou spokojeni a věří, že vztah, který by jim umožnil uzavřít manželství, najdou.

Rozhodní jsou ti, kdo se záměrně a dobrovolně rozhodli neženit se a nevdávat. Ať už z hlediska sexuální orientace, kariéry či jiných důvodů vyplývajících z jejich osobnosti.

Posledním typem jsou zarmoucení. Ti by rádi měli trvalý vztah, ale nepovedlo se jim to, a tak to po nějaké době vzdali a nedobrovolně se zařadili mezi svobodné. Mezi nimi se často nacházejí vzdělané a velmi schopné ženy, které z důvodu určité sňatkové normy (viz níže), jenž jim říká, že by si měly brát muže o několik let staršího, nemohou ve vyšším věku, kdy se začnou rozhlížet po partnerovi, na sňatkovém trhu již žádného nalézt (*ibid.*).

Důvody, proč zůstávají sami, jsou u mužů a žen odlišné. Z hlediska biologického vysvětlení, nemají muži na sobě tlak faktu, že pokud nepočnou dítě do určitého věku, ztrácejí šanci na založení rodiny. U žen je věk 30 – 40 let braný z tohoto hlediska jako kritický. Dalším hlediskem je sociální tlak. Zatímco svobodný muž není pro společnost ničím problematickým, žena ve stejné situaci se pravděpodobněji setká s kritičtějším pohledem ve svém okolí. Společnost má pro „staré mládence“ pochopení. Berou se jako by partnerské závazky neřešili, nestarali se o vztahy, a když, tak jen skrze krátkodobé flirtování, což jim ve společnosti většinou prochází. Svobodné ženy to z tohoto hlediska mají mnohem obtížnější. Označení „stará panna“ je téměř urážkou, navíc vyvolává pocit, že je cosi v nepořádku. Každá žena chce mít přece děti, rodinu, a pokud tomu tak není, buď má za sebou výrazně negativní zkušenost s muži, nebo ji společnost lituje coby chudinku, kterou nikdo nechce (Benešová 2009). Hlavní problém však spočívá v tom, že se u ženy čím dál tím víc zvyšují nároky na případného partnera. Čím víc člověk získává úspěch v životních oblastech jako je kariéra, peníze či realizace cestovatelských snů, a čím víc se setkává s troskotajícími vztahy ve svém okolí, tím více si ujasňuje, co by chtěl a co nikoli. Vlastní náročností, neochotou ke kompromisům či slevování ze svých požadavků, se však atraktivita v očích protějšku snižuje. A tak hlavním argumentem u ženy, která se není ochotna pro život s někým, je, že „není ochotná se rozhodnout pro život s někým, koho si neváží.“ Vedle toho mnohé přiznávají, že by úplně nejraději někoho, koho by mohly obdivovat a ke komu by mohly vzhlížet. O tomto problému se zmiňuje i Petr Kamborský: „*Možná, že zde dokonce existuje nepřímá úměra: čím je žena (ze svého pohledu) dokonalejší, tím hůře hledá*

adekvátního muže – protože ten má úplně jinou představu dokonalosti a štěstí. Obrovský nárok žen a obrovská zmatenost mužů je nejhlubší podstata „naší současné krize““ (Kamberský 2010). Na ženy, více než na muže je skrze marketingový trh kladen apel pro dokonalosti, tak jak jsme mohli vidět v kapitole „Formování genderové identity skrze média“. Důsledkem toho je hluboká nekompatibilita rolí a očekávání.

Odkaz „staré“ kultury, která dbala na přesné rozdělení rolí i jistou mocenskou hierarchizaci, je ve střetu s novým světovým trendem, který je založen na plné rovnosti partnerství. Nekompatibilita rolí a krize mužské identity mají už zjevné důsledky: nespokojené, nešťastné ženy, které v rámci svého života navozují výše zmíněné kategorie vztahů.

Z kvalitativního výzkumu, který v roce 2006 prováděl Marcel Tomášek, vyplynulo, že výrazná část singles udržuje nějakou formu pravidelných a často dlouhodobých vztahů (ačkoli sebe charakterizují jako *single*, tj. bez partnera/partnerky), které jsou realizovány alternativně, např. na čistě sexuální nebo přátelské bázi, a nejsou pro ně klasickými partnerskými vztahy chápanými do budoucna jako základ pro případné založení rodiny.

Jako velice rozsáhlá kategorie se ukázal být **vztah s ženatým milencem**. Dále se zde objevují tzv. **víkendová manželství**, která prostupuje idea potřeby zachování prostoru pro sebe – vztah funguje ve stylu „odděleně, ale spolu“ (sdílet domácnost, ale mít možnost úniku do svého prostoru). **Vztahy na dálku** umožňují udržovat a prodlužovat romantickou fázi vztahu. **Otevřené vztahy** fungují na principu, že daný jedinec může mít více vztahů najednou, aniž by to tajil primárnímu partnerovi, ke kterému se i přes různé aféry vrací. Klasickou situací pak bývá **vztah s kamarádem**, s přítelem do nepohody, se kterým si vzájemně velice rozumí a jsou si blízcí, avšak nedokážou si představit, že by spolu měli založit rodinu a sdíleli navzájem naprosto všechno (Tomášek 2006).

Životní styl singlů má stejně jako manželství své výhody a nevýhody. Za hlavní přínos, kterým se životní styl singlů vyznačuje, bývá uváděna zejména osobní svoboda, která v sobě do určité míry obsahuje absenci zodpovědnosti a povinností spojených s partnerským životem. Dále je ceněna soběstačnost, která přináší prestiž a uznání v očích lidí z jejich okolí. Významným faktorem je i finanční, psychická a sociální nezávislost, kterou tento životní styl přináší. Pro někoho může být výhodou možnost získávání rozmanitých sexuálních zkušeností, další ocení dostatečný prostor pro rozvoj kariéry. Celkově by se dalo říct, že život singlů je v určitých aspektech pestřejší a nabízí

více zajímavých zkušeností (Formanová 2010: 20). Vedle toho však existuje řada úskalí, která tento způsob života přináší. Jak se zmiňuje Zygmunt Bauman, individualizace přináší stále většímu množství mužů a žen nevídanou svobodu experimentovat, vedle toho však přináší také velký úkol vyrovnávat se s jejími důsledky (Bauman 2004: 65 [1999]). K těm hlavní negativům patří zejména osamělost, nedostatek blízkých vztahů, vyloučení z párových aktivit i předsudky společnosti. Zde, přestože k tomu dochází méně než dříve, je volba lidí být single vnímaná spíše v negativním světle. V pozdějším věku je jejich rozhodnutí nevstoupit do manželství vnímáno jako selhání snahy vdát se/oženit (Formanová 2010: 23).

Britský sociolog Anthony Giddens tvrdí, že existuje silná psychologická potřeba nacházet jiné, kterým můžeme důvěřovat, ale institucionálně organizované osobní vztahy jsou v porovnání s předmoderními sociálními situacemi omezené. Forma každodenního života se přetváří v návaznosti na širší sociální změny. „*Osobní vztahy, jejichž hlavním cílem je sociabilita, prolnutá loajalitou a autenticitou, se stávají stejně tak součástí sociálních situací modernity jako všeobsahující instituce časoprostorového rozpojení*“ (Giddens 2003: 109–119 [1990]). Ve vztazích intimity moderního typu je důvěra vždy ambivalentní – osobní pouta mohou být přetrhána a pouta intimity se opět promění v neosobní kontakty – v případě zhrzené lásky se intimní stává opět cizím. V požadavku „otevření se“ se druhému a nic neskrývat, což intimní vztahy předpokládají, se mísí ujišťování s hlubokou úzkostí. Vzájemné sebeotevírání je totiž kombinováno s potřebou reciprocit a podpory, přičemž tyto potřeby jsou obvykle neslučitelné. Trápení a frustrace se prolínají s potřebou důvěry v druhého jako poskytovatele péče a podpory (*ibid.*: 128).

Psycholog Jan Poněšický uvádí několik zásadních, všeobecně platných, důvodů pro uskutečňování dlouhodobých vztahů a manželství. Podle něj teprve dlouhodobý vztah umožní konfrontaci s dosud dětskými přáními, které se z doposud nevědomé tendence mohou plně prosadit, takže je mohou partneři poznat a překonat. Stejně tak se pozvolna mohou vymanit z konvencí nereálných představ a očekávání ze strany protějšku a následně vnímat sebe i partnera bez předsudků. Pokud nedojde k vyřešení této problematiky, což je pravděpodobnější v krátkodobých vztazích, dochází k neustálému opakování stejných problémů a konfliktů. Dále dlouhodobý vztah a rodina dodávají určitou jistotu, pocit spolehnutí se na někoho, úctu a obdiv a rozvoj zdravého sebevědomí. Kromě vzájemného uspokojení fyziologických potřeb nabízí dlouhodobý vztah partnerství, jakožto jednu z nezákladnějších potřeb člověka. V manželství jde i o

poznání druhého člověka a vzájemnou mezipohlavní toleranci: „*Dlouhodobý vztah může být jak mocným katalyzátorem osobnostního vývoje, tak i žalářem pro oba*“ (Poněšický 2008: 126–128).

5.3.6 Rodina budoucnosti?

A jaká bude role nukleární rodiny a manželství v budoucnosti? Některé úvahy v sobě skýtají prognózy zániku tradičního manželství a rodiny a čím dál tím větší preference jiných alternativ: skupinová soužití, manželství na zkoušku, volná i nesezdaná soužití, výměny partnerů na kratší či delší dobu, postupná soužití vždy s novým partnerem, porozvodová spolužití dětí s jedním rodičem a za nějakou dobu s druhým; registrovaná nebo neregistrovaná partnerství homosexuálů, případně uměle oplodněných lesbiček (Plaňava 1998: 17).

V západoevropské společnosti se stále častěji začíná zmiňovat termín „polyamorie“ značící touhu po tom, aby bylo legalizováno mít více než jednoho intimního partnera zároveň za předpokladu vědomí a souhlasu všech, kterých se to týká. Hledisko polyamorie se liší od monogamického tím, že respektuje partnerovo přání mít další významný vztah a přizpůsobit jej doposavad existujícímu vztahu. Polyamorie je obvykle vnímána jako životní styl a filosofie, než podřízení aktuálnímu vztahu daného jedince v daném okamžiku.

Myšlenky polyamorie nejsou ničím novým – lidé, kteří odmítají tradiční instituci rodiny, se vyskytují již nějakou dobu. V 19. století se někteří myslitelé domnívali, že by rodinný život měl být nahrazen nějakou formou komunity. Přičemž některé z nich byly uvedeny v praxi. Nejznámější Oneida vznikla v polovině 19. století v Nové Anglii (USA). Její ideou bylo, že všichni muži byli manželé všech žen a všichni měli být považováni za rodiče všech dětí. Po počátečních problémech se daná komunita rozrostla až na počet kolem 300 osob a rozpadla se až téměř po třiceti letech. Od té doby se na řadě míst západního světa objevila celá řada dalších komunit; velmi rozmanité formy vznikaly zejména v šedesátých letech 20. století. Často pak byly založeny na sexuální volnosti a kolektivní zodpovědnosti při výchově dětí (Giddens 1999: 178 [1989]).

Polyamorie se liší od polygamie tím, že je bližší k osobnímu názoru než předdefinovaným systémem. Její příznivci uvádějí, že je položena na takových konceptech, jako je volba, důvěra, rovnoprávnost, svobodná vůle. Sex není

v polyamorických vztazích primárním cílem, ale spíše soužitím více než dvou lidí, kteří by se snažili si společně budovat dlouhotrvající budoucnost.

V argumentech pro zavedení polyamorie zaznívají i výhody v péči o děti, které může přítomnost více dospělých „vychovatelů“ v domácnosti přinést. Polyamorní rodiny mohou být strukturované tak, že jeden partner může být doma a starat se o děti, zatímco dva či více partnerů pracuje a přináší domů výdělek. Tímto způsobem tak získávají lepší životní podmínky všichni zúčastnění. Více dospělých v domácnosti, znamená více lidí, kteří jsou schopni dětem poskytnout péči. Mohou si lépe rozdělit domácí práce a každodenní problémy, včetně umožnění poskytnutí většího prostoru pro volnočasové aktivity dětí. Zastánci polyamorie vycházejí z předpokladu, že pokud jsou partneři šťastni ve svých intimních vztazích, má to pozitivní vliv na rodinu a spokojenost dětí (viz www.polyamory.eu).

Za legislativní uznání polyamorie se vedou spory zejména v Nizozemí. Tisíce lidí se v dubnu 2009 vyslovily pro uznání vícečetných manželství a v tomto smyslu byla zahájena i podpisová akce příslušné petice pro parlament. Jejich kampaň směřuje k tomu, aby se občan mohl rozhodnout, s kolika lidmi chce sdílet svůj manželský život, tedy mít možnost uzavřít manželský svazek s několika lidmi, a nejen s jedním člověkem. Iničiátoři jsou přesvědčeni, že sesbírají 40 tisíc podpisů, což je počet potřebný k tomu, aby se peticí zabýval parlament.

Může mít ale polyamorie reálnou budoucnost? Jak se zmiňuje například český sociolog Ladislav Rabušic (1954), moderní demokratická společnost, v níž mají všichni právo volit, se velice těžko může stát polygamní či polyandrijní. Je velice nepravděpodobné, že by se neperspektivní muži smířili s vnuceným celibátem, stejně tak by v případném referendu byl patrný ohlas žen, které by se obávaly, že by se změnou systému nemusely najít manžela a zůstaly by tak „na ocet“ (Rabušic 2001).

Úzce spojené s tím, jak vnímáme sebe coby muže a ženy, je i to, jak se díváme na druhé. Tudíž od raného dětství se neučíme nejen to, jak se máme coby dívky a chlapci chovat, ale i to, jaké chování a vlastnosti by mělo mít opačné pohlaví. Obraz, který nám je tímto způsobem předkládán a následně ještě posílněn genderovou prezentací v médiích, v nás vyvolává představy, jak by měl vypadat ideální protějšek, se kterým by bylo vhodné počít dítě a založit rodinu. Tenhle obraz však nemusí vůbec odpovídat tomu, koho je možné reálně nalézt. V následující kapitole podrobněji rozebereme moderní způsoby namlouvání u lidí v současné české společnosti. Stále více

se zde dostává do popředí moc a síla internetu. Je možné touto cestou nalézt partnera pro život? Jaké faktory nás ovlivňují při výběru partnera? Jak moc se do jasně definovaného inzerátu promítají genderové stereotypy? Vedle teoretické části uvádím i poznatky získané z obsahové analýzy inzerátů internetové seznamky a hloubkových rozhovorů s lidmi, kteří osobně podstoupili proces seznamování přes internet.

6 Tržiště partnerských vztahů – každé zboží má svého kupce?

Podle Zygmunta Baumana se dnes svazky a partnerství vnímají jako věci, které máme spotřebovávat, tedy konzumovat, nikoli vyrábět. Podléhají kritériím jako všechny ostatní předměty. Na spotřebitelském trhu jsou trvanlivé výrobky většinou „nabízeny na zkušební lhůtu“ – když nějakým způsobem nevyhovují, výrobci slibují, že vám vrátí peníze. Jestliže se pak tímto způsobem pojímá i partner, pak již „není úkolem obou stran starat se o to, aby vztah fungoval: aby obstál při všech potížích a nástrahách, aby se oba partneři navzájem podpořili na dobrých i špatných cestách, aby byli schopni kompromisu, aby dokázali obětovat část svých vlastních zájmů pro trvání uzavřeného svazku. V dnešní době jde naopak o to dosáhnout uspokojení produktem, který je ihned připraven k použití: jestliže vás věc neuspokojí tak, jak slibovala nebo jak jste očekávali, případně když potěšení zmizí zároveň s novotou, nemáte žádný důvod lpět na horším nebo zastaralém produktu a můžete si v prodejně najít jiný, „nový a lepší““ (Bauman 2004: 186 [1999]). I ten nejmenší problém pak může způsobit, že celý vztah ztroskotá – z nepatrných neshod se stávají nepřekonatelné konflikty (*ibid.*: 187).

6.1 Zprostředkované a přímé seznamování

Rozdíl mezi zprostředkovaným a přímým seznámením spočívá výhradně v překonání bariéry oslovení. V nezprostředkovaném seznámení musí jeden z partnerů, většinou muž, tuto bariéru překonat a ženu oslovit. Oslovit ji znamená, že byla pro něj do té doby neznámá, jinak tato bariéra zaniká. Další dvě bariéry – sjednání první schůzky a první milostný projev (může jím být vyznání lásky či dotykové aktivity) – je již zcela nezávislý na tom, zda se partneři seznámili zprostředkovaně nebo ne. Zprostředkované seznamování skrze nějakou osobu bylo běžnou součástí namlouvání v České republice až do počátku první světové války, částečně i během první republiky. Podmínkou vzniku manželství tehdy primárně byla velikost movitého majetku a vlastní vůle seznamovaných lidí neměla žádnou roli. Seznamování bylo často zprostředkováno dohazovači a dohazovačkami, kteří patřili mezi velice vážené osoby, na vysokém stupni společenského žebříčku, s bohatými zkušenostmi a s dobrými schopnostmi pro odhad partnera.

Seznamování prostřednictvím inzerátů v České republice je doložené již od konce 19. století. Mnoho inzerátů můžeme najít například ve vydání *Ilustrovaného kurýra*³³ z roku 1893. Ty však měly naprosto jiný charakter, než je tomu dnes. V inzerátech, které zde byly uvedeny, například znělo: „*Samostatný živnostník (truhlář), vdovec 37 let star s 500 zlatými hodlá se oženiti se slečnou nevyjímaje i vdovu, v stáří 30-40 roků, vládnoucí jměním od 800-1500 K. Mlčenlivost ctí zaručena. Jen opravdové nabídky do 15. listopadu pod známkou 26 S.H. do administrace tohoto listu.*“ Nebo v *Ilustrovaném kurýru* z roku 1901 bylo inzerováno, aby: „*ve vážnou známost s inteligentním panem úředníkem ve stáří 45 let, vešla by slečna 28letá z dobré rodiny, milé vážné povahy, s prozatímním věnem 4000 K. Žert a dohazovači úplně vyloučeni. Neanonymní nabídky možno-li s podobenkou do týdne pod značkou ‚Korespondence z venkova‘.*“

Nebylo výjimkou, že inzeráty podávaly i ženy v podobě: „*Nabídnutí k sňatku. Mladá dívka, 18 roků stará, z řádné rodiny, domácně vychovaná, přeje si učiniti známost s mladým úředníkem nebo obchodníkem za příčinou nedostatku známosti. Nabídky pod známkou ‚Budoucnost‘ do administrace tohoto listu. Mlčenlivost zaručena.*“ Či: „*Který inteligentní pán úředník, učitel nebo obchodník se zajištěnou budoucností, přeje si v milý a klidný stav manželský vejíti s dívkou 26-letou, slušného zevnějšku, dobrou hospodyní, z vážné rodiny, s věnem 1000 zl. a výbavou? Laskavě neanonymní nabídky pod zn. ‚A2‘, zprostředkovatelé vyloučeni.*“ A nechyběly i lehce alternativní inzerce typu: „*Nabídnutí k sňatku! Hledám Oldřicha, štíhlého blondýna! Žádá se akademické vzdělání! Nabídky možno-li s podobenkou pod značkou ‚Oldřich a Božena‘. Umělec má přednost. Po případě bych jej po čas studií podporovala.*“

Z těchto inzerátů je patrné kladení důrazu na velikost majetku, a pokud chtěl inzerent uspět, neměl jinou možnost než majetek mít. Samozřejmě to vedlo k tomu, že si řada lidí skrze inzeráty vymýšlela v naději, že v následném přímém setkání vzniknou natolik silné sympatie, že na hodnotu majetku bude zapomenuto. Strach z nepříjemných

³³ Noviny této doby nám mohou být i dobrý zdrojem toho, jaká byla tehdejší představa o ideálním muži či ženě. Tak například v *Pražském ilustrovaném kurýru* z 24. 4. 1901 můžeme nalézt úvahu na toto téma: „*Žena má být jako venkovský chléb: zdravou a silnou, ale nemá být jako venkovský chléb: tak obyčejnou a takovým peciválem. Má být jako jahoda: tak čerstvou a lahodnou, ale nemá být jako jahoda: tak nízko se sklánějící. Má být jako kartáč: symbolem čistoty, ale nemá být jako kartáč: tak ostrou a škrábající. Má být jako svítilna: svítící na cestách mužů, ale nemá být jako svítilna: tak chytlavou. Má být jako kostelní věž: důstojně nésti svůj kříž, ale nemá být jako kostelní věž: nade vše se vypínati. Má být jako telegrafní drát: mnohé zvidat, ale nemá být jako telegrafní drát: všechno pověděti. Má být jako povětrná korouhvička: vědět odkud vítr věje, ale nemá být jako povětrná korouhvička: obracet se po větru. A má býti jako Himalája: tím nejvyšším na zemi, ale nemá býti jako Himalája: pokukovat stále po – Kašmíru.*“

překvapení a zklamání však mladé lidi vedl k tomu, že dávali nadále spíše přednost seznamování skrze ověřené dohazovače či dohazovačky.

Podoba seznamovacích inzerátů se na přelomu 19. a 20. století proměnila na základě vlivu průmyslové revoluce. Většina mechanické práce je nahrazena stroji, dochází k rozvoji průmyslové výroby. Začínající podnikatelé se pokoušejí v seznamovací inzerci najít mimo vztah i vstupní kapitál pro svou činnost. V *Pražském ilustrovaném zpravodaji* z roku 1921 se objevují inzeráty této podoby: „*Pohledný mladík hledá partnerku s větším kapitálem do nově zřízeného závodu v dobrém chodu.*“ nebo „*Inteligentní muž v nejlepších letech mající výborně zařízený obchod jsoucí v dobrém chodu, hledá touto cestou družku života, která by vládla určitým kapitálem a nebyla starší 30 let. Spokojenost a štěstí zaručeno. Zn.: Štěstí rodinné.*“

Postupem času se seznamovací inzerce rozvíjí ještě intenzivněji a mimo soukromé inzeráty se začaly objevovat i inzeráty prvních „seznamovacích agentur“: „*Ručíme za sňatek! Mnoho zámožných pánů továrníků, velkostatkářů a obchodníků, jiných v zajištěné existenci, jako úředníků, doktorů, inženýrů, důstojníků, také četníků, různých řádných živnostníků, rolníků a řemeslníků atd. Ožení se s dámami i nemajetnými. Podrobnosti ochotně a diskrétně sdělí Ústav Factum, Praha 5.*“ Zde je také jasně viditelné i to, jakých povoláních se v té době cenilo nejvíce (Plzák 2000).

Další změny v charakteru inzerátů přinesla situace po druhé světové válce. Za „totality“ se velice intenzivně rozvíjelo seznamování, které s majetkem nemuselo mít mnoho společného. Všichni měli „stejně nic“ a nebylo tedy co závidět. A jaká je situace dnes?

6.2 Zdánlivě svobodná volba v procesu namlouvání

Současná společnost tím, že přijala jako oprávněnou možnost pozdějšího zrušení manželského závazku, nejen ulehčila situaci zúčastněným, ale také znejasnila kritéria výběru. Ten se stal věcí jejich suverénního rozhodnutí, které pro oba zúčastněné znamená velkou lidskou investici. Metafora sňatkového trhu poukazuje na skutečnost, že v každé společnosti dochází k setkávání, vzájemnému oceňování, zvažování a vytříďování párů, které by potenciálně mohly směřovat k manželství. Na takzvaném sňatkovém trhu jde o totéž jako na každém jiném tržišti: směnit co nejlépe.

Teorie sňatkového trhu předpokládají, že se v procesu párování vyhledávají dvě rozumné osoby. Otázkou může být, jestli není láska příliš emocionální nebo iracionální

záležitostí, aby mohla být analyzovaná z ekonomického úhlu pohledu. I když z komplexního hlediska sňatky z lásky mimo naši současnou západní kulturu byly méně časté, a tak se aktuální možnost výběru stává spíše ojedinělou (Becker 1981: 82). Může se sice zdát, že fyzická a sociální reprodukce (tedy bytí celé společnosti) je založena na svobodné volbě daného páru, jak se ale zmiňuje český sociolog Ivo Možný (1932), i v těch společnostech, kde byl vzájemný výběr svěřen do rukou hledajících se, systémové determinanty ovlivňují výběr tím, že k určitému chování táhnou či tlačí – každá společnost je vnitřně rozdělena v subkultury, třídy a teritoria, za jejichž hranice se jedinec těžko dostává. Přímý tlak na výběr vykonává vlastní rodina. I když rodiče ztratili původní moc něco přikazovat, pořád mají na výběrové chování svého dítěte podstatný vliv. Nejen z hlediska přímé manipulace, ale také tím, jaké hodnoty a postoje mu vštěpovali v socializaci od raného věku (Možný 2008: 128–130).

Podle amerického ekonoma Gary S. Beckera (1930) se o účastnících sňatkového trhu předpokládá, že mají limitované informace o užitku, jenž jim plyne z uzavření manželství, neboť často informace o jeho či jejích charakteristikách bývají neúplné. Pokud by ukončení manželství nic nestálo, brali by si toho prvního zhruba přijatelného a nadále by pokračovali v hledání. Další vyhledávání a lepší informovanost zvyšují užitek očekávatelný z manželství tím, že zvyšují kvalitu výběru. Samotné vyhledávání však spotřebovává čas, úsilí a jiné vzácné zdroje a čím déle trvá, tím déle jsou odkládány výnosy plynoucí z manželství. *„Racionální osoba bude pokračovat ve vyhledávání jak na ‚extenzivním převisu‘ dalších možných partií, tak i na ‚intenzivním převisu‘ doplňujících a vyjasňujících informacích o svých vážných nápadnících, dokud se převis zisku a převis nákladů nevyrovnají. Jde zejména o to, že racionální osoba se žení či vdává, i když si je vědoma, že další hledání by jí zajisté umožnilo najít někoho snad ještě lepšího, leč náklady na další hledání by zřejmě převýšily zisk plynoucí z potencionálně lepší partie“* (Becker 1981: 220).

O ekonomickou teorii se opřela i americká socioložka Valerie K. Oppenheimerová (1932–2009) ve své stati *Teorie načasování manželství*. Ta vychází z toho, že vyšší vzdělání žen, vyšší míra jejich zaměstnanosti a narůstající finanční nezávislost zvýšily normu na kvalitu partnera a změnily vnímání toho, jaký partner je pro ženu ještě minimálně akceptovatelný. Východiskem pro její teorii jí byl model pracovního trhu, který měl určité podobnosti s trhem sňatkovým. Zejména inspirativní jí byly modely chování osob při hledání práce. V nabídce volných míst existuje malé rozpětí, jež zaujímají „výborná místa“. Ta je třeba hledat a investovat do jejich hledání.

Je tu ale daný rozpor: když odmítáme místa méně dobrá a pokračujeme v hledání, utíká nám plat, který bychom jinak už z těch méně dobrých míst pobírali. Zúčastnění by si tedy měli stanovit určitou minimální úroveň nástupního platu a místa s nižší nabídkou odmítat; jakmile pak narazí na místo s platem nad takto stanovenou úroveň, vezmou ho, i když vědí, že by mohlo existovat místo ještě lépe placené. Kvalita uskutečněné volby, stejně jako doba strávená hledáním, se stávají funkcí stanovené výše akceptovatelného platu. Avšak zatímco v situaci hledání místa je výnos z volby snadno měřitelný výši získaného, na trhu sňatkovém to tak jasné není (Oppenheimer 1988 in Možný 2008: 121). Model Oppenheimerové se odvíjí z následujících východisek:

1. Proces výběrového párování je zdržován tím, že třídění potenciálních partnerů musí brát v úvahu nejen současné, ale i pravděpodobné budoucí charakteristiky prověřovaného protějšku, což zvyšuje nejistotu výběru a prodlužuje dobu potřebnou k rozhodnutí.
2. Tento tlak na odložení rozhodnutí o sňatku může být kompenzován předpokladem posňatkové adaptivní socializace, v níž se upraví nepřesné odhady budoucích charakteristik. Snižuje-li se ale pravděpodobnost posňatkové adaptace (můžeme-li méně očekávat, že se nám partner později přizpůsobí), zvyšuje se závislost na správném výběru, který musí počítat s větší nejistotou, což opět tlačí na oddálení rozhodnutí.
3. Základním zdrojem nejistoty je v industriálních společnostech budoucí zařazení prověřovaného partnera do ekonomických struktur skrze jeho zaměstnání, protože to má významný vliv na životní úroveň páru.
4. Pokud má počátek ekonomické aktivity vliv na proces výběrového párování, tak sbližování mužských a ženských pracovních rolí vede i ke změně ve výběrovém párování: zvyšuje se zejména míra nejistoty o budoucích vlastnostech ženy a snižuje se pravděpodobnost úspěšné posňatkové adaptace, protože oba partneři obstojí i bez manželství (*ibid.*: 123–124).

S ekonomickými teoriemi je také spojen problém nadměrného výběru. Svobodná volba je základem trhu, pomáhá rozvíjet konkurenci a vytváří ekonomický růst. Jak ale ukazuje řada výzkumů, příliš široká možnost volby člověka demotivuje. A s rostoucím počtem alternativ se jedinec může dostat do situace, kdy úsilí nutné k získání informací potřebných k rozumnému rozlišení mezi jednotlivými možnostmi převáží výhody, který

spotřebiteli přináší větší výběr. Problematikou nadměrného výběru se zabývá americký sociolog a psycholog Barry Schwartz (1946) a ve své publikaci *Paradox volby* uvádí, že může dojít k tomu, že „v tom okamžiku nás volba již neosvobozuje, ale ochromuje. Dalo by se říct, že tyranizuje“ (Schwartz 2004: 2). Je to v důsledku toho, že „většina lidí chce mít větší kontrolu na svými životy – zároveň však také touží po tom, aby se jejich životy zjednodušili“ (*ibid.*: 25).

Schwartz se domnívá, že:

1. bychom byli šťastnější, kdybychom dobrovolně přijali jistá omezení naší volby namísto toho, abychom se proti nim bouřili;
2. raději hledáme to, co je „docela dobrý“, než to „nejlepší“;
3. bychom byli spokojenější, kdybychom snížili očekávání ohledně výsledku našeho rozhodnutí;
4. by bylo lepší, kdyby naše rozhodnutí bylo nevratné;
5. že by bylo lepší, kdybychom nevěnovali tak velkou pozornost tomu, co dělají lidé v našem okolí (*ibid.*: 5).

Český sociolog Tomáš Katrňák (1973) tvrdí, že moderní společnost je plná paradoxů. A jedním z těchto paradoxů je, že výběr manžela a manželky je v současných západních společnostech ostentativně individuální, svobodomyšlný a explicitně neomezený, přitom však poměrně silně sociálně strukturovaný. Z tohoto hlediska je to, s kým budeme žít a jestli vůbec uzavřeme sňatek, do jisté míry předvídatelné (Katrňák 2008: 18–19). Jaká sociální kritéria jsou brána při výběru partnera či partnerky?

Pravidlo homogamie nám říká, že většina lidí, kteří uzavírají sňatek, si nevybírání partnera nebo partnerku náhodně, ale hledá si ji na základě podobnosti sociálních charakteristik. Lidé ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodnění si vybírají své protějšky zase mezi lidmi ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodněnými; lidé dobře společensky postavení si vybírají své protějšky zase mezi lidmi dobře společensky postavenými. Výběr manžela či manželky strukturují sociální kritéria, která vymezují pravděpodobnost jednotlivých protějšků, jež člověk během života nejen potká, ale které si zvolí pro svůj manželský život (*ibid.*: 23). Řada empirických šetření dodnes opakovaně potvrzuje, že většina lidí si nachází partnera v okruhu několika kilometrů od svého bydliště. U lidí dojíždějících za prací, a zejména u dojíždějících studentů se však tato pravděpodobnost snižuje. Podle Tomáše Katrňáka,

který analyzoval sídelní homogamii na datech o uzavřených sňatcích podle velikosti místa trvalého bydliště snoubenců a jejich vzdělání v letech 1994–2004, výzkumy ukazují, že větší geografická vzdálenost je očekávatelná zejména ve sňatcích mužů a žen s vyšším vzděláním, kteří mají prestižní zaměstnání nebo vyšší sňatkový věk (*ibid.*: 159). U všech typů sňatků je nejvyšší sídelní homogamie u mužů a žen se základním vzděláním. Lidé s nejnižším vzděláním mají největší pravděpodobnost, že jejich partner nebo partnerka bude pocházet ze stejně velké obce jako oni, a to bez ohledu na jejich rodinný stav nebo rodinný stav jejich partnera nebo partnerky (*ibid.*: 163).

Určitý rozdíl je patrný z hlediska faktoru „věkové homogamie“. Ten se mění historicky, je odlišný mezi kulturami a je velice citlivý i na krátkodobé změny na manželském trhu. V době, kdy se partneři nevybírali sami, nýbrž prostřednictvím svých rodičů, nebyl věku snoubenců ani jejich vzájemnému věkovému poměru přikládán příliš velký význam. Měšťanská rodina si postupně vytvořila model, kde byl muž v průměru o pět až patnáct let starší než nevěsta. Jak se zmiňuje sociolog Ivo Možný, kulturní vzorec, který předpokládá, že ženich bude starší než nevěsta, vychází z kombinace biologického a sociálního vkladu partnerů za situace tradiční dělby rodinných rolí. Muž potřebuje, aby si určitou dobu získával dobrou ekonomickou pozici, a proto se žení až po třicítce. Nevěsty v jeho věku jsou však už za vrcholem své plodnosti, a proto, může-li si to dovolit, si vybírá partnerku blíže věku maximální fekundity, která u žen vrcholí brzy po dosažení dvacátého věku³⁴ (Možný 2008: 131). Ženy naopak preferují staršího muže (sociální status a ekonomický příjem jsou u staršího muže obvykle konsolidované). S tím, jak rodiče začali ztrácet kontrolu nad namlouváním svých dětí, klesal i věkový rozdíl v páru. Tato tendence zesílila vzrůstem vzdělanosti žen a všeobecným rozšířením vysokoškolského vzdělání. Tak jak už bylo uvedeno výše, sbližují se rovněž očekávání na muže a ženu, klesá hodnota mateřství a velikost rodiny omezují jiné než biologické limity. Jistý věkový rozdíl se starším mužem v páru je však stále statisticky i kulturně normální a je patrný i u opakovatelných sňatků.

Rovněž se ukazuje, že čím později lidé uzavírají sňatek, tím mají vyšší šanci na věkově odlišného manžela nebo manželku. Z hlediska pohlaví, s rostoucím sňatkovým věkem mužů rostou výrazně šance na mladší partnerku, s rostoucím sňatkovým věkem

³⁴ Před dvaceti lety v České republice pouze jedna žena z padesáti porodila své první dítě po pětaticátém roku života. Dnes je to každá pátá žena. Věková hranice se stále posouvá. Průměrný věk prvorodiček byl v roce 1991 něco málo přes 24 let, dnes se věk novopečených matek pohybuje mezi 27 a 32 lety. Podle statistik má každá druhá žena nad čtyřicet problém s otěhotněním. U žen ve věku mezi 35–39 let toto nebezpečí hrozí každé čtvrté a ve věku kolem třicítky jen jedné z šesti žen.

ženy rostou sice také šance na mladšího partnera, ale ne tak výrazně jako u mužů (Katrňák 2008: 179).

Pro ekonomicky zdatnou ženu hodnota manželství klesá s mírou jejího profesionálního úspěchu. Manželství jako ekonomický zdroj pro ni ztrácí smysl. Stejně tak zde mizí hodnota manželství jako zdroje pravidelného sexuálního uspokojení, které může v dnešní liberální společnosti získat i mimo něj.

Podle Iva Možného přibývající věk u žen nezužuje množinu potenciaálních partnerů až tak dramaticky. Vzhledem k vysoké hladině rozvodovosti mnozí z těch, kteří z trhu už zmizeli, se na něm po nějaké době znovu objevují. „*Dobrá hospodyně najde na trhu ‚z druhé ruky‘ často značkové zboží daleko větší užitné hodnoty, než mají předražené novinky na trhu se zbožím novým*“ (Možný 2008: 127). Otevřela se také možnost vybírat i ze zadaných a vyhlédnuté zboží svými vyššími zdroji přeplatit.

Na sociální limity zdánlivě svobodné individuální volby poukazuje rovněž rasová a etnická homogamie. Postoje ke smíšeným sňatkům jsou neopominutelnou součástí kulturního klimatu a nemusí se vždy projevovat zcela zjevně. Americký sociolog Robert K. Merton na počátku čtyřicátých let minulého století zavádí termín **zjevných a skrytých kulturních vzorců** a demonstroval jejich vliv na skutečnosti, že ačkoli bylo daleko větším porušením uznávaných kulturních norem, měla-li sex běloška s černochem, než když měl sex běloch s černoškou, bylo proti pevnému přesvědčení Američanů v USA daleko více sňatků černocho-běloška než běloch-černoška. To se stalo Mertonovi důkazem, že pod všeobecně známým kulturním vzorcem leží ukryt jiný, který je daleko silnější.

Jako další dva faktory mající vliv na výběr partnera jsou uváděny náboženská a vzdělanostní homogamie.

Homogamie však není jediným determinujícím faktorem. Podle amerických sociologů Ernesta W. Burgesse a Harvey J. Lockeho hraje při výběru partnera podstatnou roli následujících pět determinant:

1. blízkost a spřízněnost (společná příslušnost k nějaké určité skupině či sociální vrstvě);
2. tlak nesouhlasu – pokud si někdo chce vzít někoho mimo svou vlastní skupiny či vrstvu;
3. představy o ideálním partnerovi;
4. psychologická podobnost potenciaálního partnera s jedním z rodičů;

5. homogamie – hledání partnera k obrazu svému (Burgess, Locke 1963 in Plaňava 1998: 91).

Preference na partnera z hlediska evolučních faktorů se staly tématem knihy *Evoluce touhy* amerického psychologa Davida M. Bussa (1953). Zde si pokládá otázky: Nakolik jsou dnešní preference partnera dané biologickými faktory? Opravdu se i v současné době potvrzuje, že muži u svých partnerek nejvíce touží po mládí a tělesné přitažlivosti a ženy u mužů vyžadují vysoké společenské postavení a ekonomické zabezpečení? A jak se tyto tužby promítají do namlouvacích strategií? Buss se domnívá, že jedním z klíčových rozhodnutí při volbě partnera, hledají-li jedinci známost dlouhodobou nebo krátkodobou. Z tohoto rozhodnutí pak vyplývají zvolené sexuální strategie (Buss 2009: 16 [1994]). Dále tvrdí, že zatímco se moderní podmínky pro namlouvání liší od podmínek našich prapředků, naše evolučně získaná psychologie namlouvání partnera zůstává. „*Uvázli jsme na místě s preferencemi, které se vyvinuly v úplně jiných podmínkách, protože evoluce pracuje v příliš pomalém časovém měřítku na to, aby udržela krok s radikálními změnami několika posledních stovek let*” (ibid.: 23-24).

6.3 Role internetu při seznamování

Internet se dnes pro mnohé lidi stal nezbytnou součástí každodenního života a je synonymem rychlé a intenzivní komunikace. V západní Evropě je navozování intimních a partnerských vztahů skrze internet stále běžnější. Webové stránky poskytují nabídku, kterou si zájemce může v klidu podrobně prostudovat, vše zvážit a pak několik tipů vyzkoušet. Prostředí „chatovacích“ místností umožňuje na internetu potkávat lidi nejrůznějšího věku, z nejrůznějších míst na světě a nejrůznějších zájmů. Online komunikace má svá specifika, stejně jako virtuální online vztahy, objevuje se problematika virtuální identity a experimentování s ní (Divínová 2005: 10).

Americký antropolog Arturo Escobar dokonce označuje studium kyberkultury za novou oblast antropologické praxe. Kyberkulturu podle něj charakterizují vazby na sféru počítačových a informačních technologií, formující takzvaný režim technospolečnosti, a na oblast biotechnologií, režimu biospolečnosti. „Kybérie“ a internet se stávají budoucí oblastí antropologických výzkumů toho, jak dopadá vliv virtuální reality na náš způsob života (Escobar 1994).

Internet se začal používat v roce 1969 v americké vojenské laboratoři pod názvem ARPANet. Vymyslel jej a navrhl Larry Roberts již v roce 1963 a jeho prvotním cílem bylo umožnit počítačovým inženýrům a vědcům pracujícím na vojenských základnách po celé Americe sdílet drahou techniku a další zdroje. Myšlenka, že by se tímto způsobem mohly posílat také vzkazy, se objevila až dodatečně (*ibid.*: 11). Vznik dnešního internetu je datován od roku 1993, kdy student univerzity v Illinois Marc Andreessen vymyslel program Mosaic, který zjednodušil používání internetu na ukazování a klikání na obrázky a podtržená slova (známé jako hypertextové odkazy). I přesto, že jsou napodobeniny reálných scén ve virtuálním světě čím dál tím víc propracovanější, přesto ve srovnání s bohatostí a rozmanitostí skutečného života i nejlepší virtuální prostory zůstávají pouhou animovanou pohádkou. Co však lidem může učarovat, je právě obrovský rozsah, v jakém internet může uspokojovat jednu ze základních lidských potřeb – potřebu komunikace. Globálně, otevřeně, s jednou osobou či s mnoha (*ibid.*: 22). Ve všech světových jazycích se vyvinula určitá forma vnitřního jazyka. Většinou je vytvářena ve stylu „*všechno, co může být zkráceno, zkráceno bude*“ (Wallace 1998 in Divínová 2005: 24). Dalším specifickým internetové komunikace jsou tzv. emotikony (neboli smajlíci), které se snaží nahradit omezení neverbálních projevů v textové komunikaci. K jejich vytváření se používají písmena a znaky, které mají různým složením vyjádřit výraz obličeje.

Dnes již prostředí kyberprostoru není omezené pouze na psaný text, ale čím dál tím větší oblibě se při internetové komunikaci těší používání webkamery či mikrofonu. Stále ale převládá písemná komunikace. To, že člověk není druhými vidět, poskytuje velké množství anonymity, která dává prostor pro prezentaci jeho názoru i vytváření identity odlišné od reálného světa.

Internet je specifický v tom, že může působit jako prostředí bez zábran. Obecně na internetu méně záleží na mínění druhých, nemusí zde platit klasická omezení, pravidla a normy reálné komunikace. Bylo prokázáno, že přátelství a vztahy v internetové prostředí vznikají mnohem snadněji a rychleji než v reálném životě (Cornwell, Lundgren 2001).

Mezi pozitivní aspekty online komunikace patří to, že tato komunikace probíhá uvolněněji, osobní a intimní věci jsou sdělovány otevřeněji, protože se účastníci cítí v bezpečí, nebojí se odhalení či odsouzení (Divínová 2005: 33).

V souvislosti s internetem se často hovoří o tzv. virtuální identitě. Ta může být shodná s identitou skutečnou, ale často se stává, že se od ní značně odlišuje. Lidé si na

internetu mohou měnit svůj věk, vzhled, minulost i pohlaví. Člověk se může stát tím, kým má problémy se stát ve skutečnosti. Zábavným, dobře komunikujícím, neodolatelným, vtipným apod. Změna identity a experimentování se zde stává bezpečnou zábavou – v reálném životě by tomu ale tak být nemuselo. Jak se zmiňuje český psycholog David Šmahel (1974): „*Virtuální realita není omezena osobní historií, a posiluje proto fantazii, která mnohdy evokuje silnější zážitek než skutečnost sama*“ (Šmahel 2002: 263). Další charakteristikami internetové komunikace je to, že i když si toho nejsme vědomi, vždy si vytváříme představu osoby, s níž si píšeme. To, že nemůžeme vnímat aspekty s fyzickou komunikací, jako je hloubka a tempo hlasu, postoj těla či mimika, způsobuje, že máme tendenci si tyto projevy vizualizovat ve svých představách. Silná projekce při čtení obdržené zprávy může mít za následek zkreslení původně myšleného významu a to může vést k nedorozumění a konfliktům, a pokud nedostaneme odpověď, máme tendence k projekcím, proč se tak stalo. Někteří lidé mohou textovou komunikaci prožívat jako určité splynutí s člověkem, který je na druhém konci. Možnost prodlevy v odpovědi e-mailu může posílit sebekontrolu a sebereflexi, na druhé straně zpožděná odpověď může lidem znemožnit říci to, co přesně chtěli.

V porovnání s reálnými vztahy roste v internetovém prostředí rychlost sebeotevírání. V prostředí internetu mizí bariéry, lidé mají pocit větší možnosti projevení sebe sama, svých názorů, pocitů i tužeb. To, co v reálném životě může trvat měsíce i roky, je v kyberprostoru otázkou několika dnů či týdnů. Příčina je spatřována právě ve schopnosti zůstat anonymní ve své online identitě, protože čím více skutečných informací lidé spolu sdílejí, tím dochází k většímu prohlubování vztahu (Divínová 2005: 56).

Zatímco někteří lidé preferují v kybervztahu, aby následně došlo k osobnímu setkání, existuje i mnoho těch, kteří vzájemné setkání neplánují (i kdyby bylo lehce uskutečnitelné). Důvodů může být několik. Někteří vnímají internetové vztahy jako lépe předvídatelné a bezpečné, někteří si nevěří ohledně svých verbálních schopností, a proto raději preferují písemnou komunikaci. Jiní mohou mít strach, že se jejich iluze s okamžikem vzájemného setkání rozplynou. Specifikům internetového seznamování se podrobněji věnuji v empirické části práce, která je na tuto problematiku přímo zaměřená.

6.4 Speed dating

Internetová seznamka však není jedinou alternativní cestou vedle přímého seznámení, se kterou se můžeme dneska setkat. Stále se objevují rozmanitější a rafinovanější formy, jak nalézt pravého partnera. Jedním z populárních seznamovacích produktů jsou večírky se speed datingem (neboli rychloseznamováním), které ve svých inzercích uvádějí, že za několik stovek korun zde lidé mohou nalézt lásku na celý život. Komu by se pak nevyplatilo takto zainvestovat? S příchodem na večírek si každý zvolí přezdívku, která jej bude na seznamovací párty provázet. Každá žena má svůj stůl, muž si sedne naproti a následně mají tři minuty na to, aby na sebe navzájem udělali dojem. Každý používá jinou techniku, jak zaujmout než zazvoní zvoneček, který je znamením, že se má muž přesunout k jinému stolu. Nepřekvapivě se tato seznamovací forma stává produktem, na kterém se dá vydělat, a tak se každá firma snaží co nejlépe prezentovat a vždy nabídnout vedle primárního produktu i „něco navíc“. Tak například plzeňské „Fér rande“ přichází s nabídkou (viz www.explzen.cz/fer-rande/index.php, 10. 5. 2010):

- setkání s minimálně 10 single muži/ženami, kteří se chtějí seznámit,
- uvítací drink (v podobě čerstvého džusu),
- FAIR TRADE & BIO občerstvení během večera,
- hudební vystoupení v africkém stylu a doplňkový program,
- večeri (kompletní menu – polévka, hlavní jídlo a dezert),
- dárkový balíček na rozloučenou,
- přítomnost moderátora v průběhu celé oficiální části večera.

Jaká je historie tohoto způsobu seznamování? Podle webových stránek www.speeddating.cz byla koncepce *speed datingu* vymyšlena americkým rabínem Yaacovem Deyovem, přičemž první seznamovací večer byl zrealizován v roce 1998. Deyov se snažil přijít na způsob, jak zvýšit počet sňatků mladých Židů mezi sebou. Zaměřil se zejména na skupinu sociálně úspěšných, sebevědomých a zaneprázdňených třicátníků z velkých měst. Chtěl nalézt alternativní možnost, která by nahradila klasické seznamky, jež mu připadaly jako indiskrétní, málo efektivní a zbytečně zabírající čas.

Oproti tomu koncepce *speed datingu* měla fungovat jako maximálně efektivní a současně i jako příjemné a bezpečné seznamovací setkání.

Ze Severní Ameriky se *speed dating* rozšířil nejprve po anglosaském světě a pak po celé západní Evropě. Poslední roky se stává nesmírně oblíbeným v Japonsku, Koreji a Hongkongu. Pořádají se večery pro lidi různé sexuální orientace, náboženského vyznání, běžné jsou večery pro rozvedené s dětmi, večery pro starší muže s mladšími ženami a naopak.

Lidé, kteří se mají daný večer setkat, projdou tedy určitým předvýběrem, s tím, aby byli podobné úrovně a měli podobný životní styl. Profilem firem pořádajících *speed dating* je oslovovat zejména pracovně vytížené vysokoškoláky, kteří podle nich mají největší problém s nalezením partnera (viz výše zmíněný fenomén „singles“).

6.5 Moderní dohazovači

Velké popularitě se zejména v Americe těší seznamovací poradenství. Mladí lidé zde neváhají zaplatit stovky dolarů za konzultaci s tzv. „dating coachem“ (neboli seznamovacím instruktorem), který učí své klienty prostřednictvím diskuze, metody hraní rolí, modelování chování a dalších forem, jak potkat a zapůsobit na partnera. Seznamovací instruktoři nabízejí obsáhlou možnost služeb, mezi něž patří poskytnutí elektronických knih a novin na dané téma, osobní konzultaci, semináře v malých skupinách lidí či víkendové workshopy. Ty mají naučit jedince, jak zlepšit konverzační techniky, jak se oblékat, jak posoudit vhodnost dané situace k projevení intimnosti jako je obětí či polibek. Někteří seznamovací instruktoři se specializují na rady ohledně internetového seznamování. Pomáhají zájemcům vytvořit si co nejlepší online profil, tak aby se jim zvýšili šance na obdržení kladných odpovědí.

V New Yorku funguje dokonce Matchmaking Institute (www.matchmakinginstitute.com/index.php), který seznamovací instruktory profesionálně školí. A jak je možné získat tento certifikát odborníka na seznamování? V první řadě internetové stránky vybízejí uchazeče k zakoupení komplexního výcvikového balíčku – „Balíček k domácímu studiu, jak se stát profesionálním dohazovačem“, který by měl poskytnout všechny potřebné informace k tomu, jak se stát certifikovaným odborníkem. Poté, co si adept příručku podrobně nastuduje, může přistoupit k online testu, který ověří jeho znalosti. Aby uchazeč získal certifikát profesionálního dohazovače, musí absolvovat jednodenní intenzivní trénink ve vybrané

lokaci. Tento trénink mu má umožnit interaktivní zkušenost, ve které se zaměřuje zejména na tři ústřední ohniska, jež ve své praktické činnosti bude nejvíce používat: prodej, osobní instruktáž a posouzení podnikatelských vzorů. Další možností, jak získat certifikát, je účast na třech šedesátiminutových sezeních s trenérem na telefonu během jednoho měsíce. První hovor se soustředí na podnikatelské vzory, druhý na to, jak správně instruovat klienta, třetí na dohazovačovo řešení prodeje.

Populárními se stávají i tzv. „wingmani“, kteří pomáhají při svádění žen jiným mužům. Wingman by měl být muž, kamarád, který dokáže podpořit, ale zároveň i zhodnotit. Základním předpokladem je umět s wingmanem soupeřit a zároveň se i podpořit. Ideálně by měl být podobného věku i zkušeností (pokud by byl příliš zkušený, nebyla by zde dostatečná motivace, aby mezi sebou muži vzájemně soutěžili; kdyby byl naopak začátečník, neuměl by podpořit a stal by se spíše přítěží).

Wingman by pak měl umět pomoci zejména ve třech oblastech: motivovat a navádět k vyšším výkonům – což se může dít i formou soutěžení (např. kdo získá během akce méně telefonních čísel, platí tomu úspěšnějšímu pivo); zhodnotit způsob svádění toho druhého – pomůže odhalit nežádoucí mimovolná gesta či špatný postoj postavy během komunikace s dívkou; a konečně společné svádění, nejlépe dvojice žen – vytvoření zaběhnutého postupu, kdy jsou muži předem dohodnutí, kdo má o kterou zájem. Základní schéma samotné akce, jak je popisováno na stránkách www.svadeni.cz, je pak asi takové:

1. Oslovení pronáší většinou jeden z mužů k jedné z dívek a druhý pouze něco dodá nebo jen pozdraví.
2. Ten, kdo začal s oslovením, navazuje konverzaci. Při tom se věnuje oběma dívkám rovnoměrně. Druhý muž doplňuje prvního, rovněž s pozorností k oběma dívkám.
3. Pokud dosáhli muži toho, že ženy zaujali, začnou si navzájem zvyšovat sociální hodnotu, nejlépe nějakým předem připraveným zážitkem, který budou dívkám vyprávět.
4. Časová tíseň. Rádi jste si pohovořili, ale už budete muset jít.
5. Žádost o číslo.

Ovšem existují i další vylepšené metody, například „team dating“, kde se seznamuje skupina kamarádů se skupinou kamarádek. „Seznamovači“, sociologové a

další pozorovatelé společnosti se však shodnou v tom, že toto není éra „divokosti“, ale spíše nekonečného přebírání a zvažování možností.

Dokonce i v Čechách před nedávnem vznikla škola zaměřená na úspěšné svádění – Seduction School – zaměřená primárně na muže. Jejím mottem je naučit muže svést ženu svých snů kdykoli, kdekoli a za každé situace. Muži si mohou vybrat z několika druhů kurzů (za které mohou utratit i patnáct tisíc za jeden víkend), které škola sebevědomou internetovou prezentací nabízí. V rámci nich mají adepti získat „hluboké pochopení procesu svádění a jeho jednotlivých fází, kondenzované znalosti jak na ženy, individuální přístup a osobní koučink od instruktorů, přístup na tajné fórum se stovkami technik, napojení na komunitu současných i minulých studentů, praktické ukázky“ (www.seduction-school.cz). Dokonce se zde mohou věnovat i určitému druhu žen a studovat, jak efektivně sbalit modelku, tanečnici, recepční či studentku. Kurzy se skládají z teorie a následně praktického nácviku v modelové situaci (sváděnou ženu představuje „herečka“) a nácviku v terénu – svádění žen v prostředí skutečného klubu (zde mají zajít za několika nic netušícími dívkami a začít konverzací). Další školou, která je zaměřená jak na muže, tak na ženy, je pražská Akademie svádění. Ta mimo kurzy svádění nabízí i kurzy úzce související se sebezdokonalováním, které by měly vést ke zlepšení vystupování a zvýšení sebevědomí. Postup, který je pro tyto kurzy charakteristický, nám může připomínat behaviorální terapie. Léčba touto terapií je pojímána jako odnaučování (odvykání), přeučování nebo jako učení se novým stereotypům a vychází ze zákonitosti podmiňování. Mimo jiné se využívá se například k léčbě alkoholismu, odnaučování koktavosti, tikům či různých fobií.

Návody, jak co nejefektivněji svést muže či ženy, lze najít i na řadě internetových stránek. Primárně pro muže založené stránky www.svadeni.cz jsou rozdělené do několika sekcí, mezi nimiž mohou čtenáři nalézt typy a triky, jak svadět ženu prostřednictvím SMS, telefonního hovoru či chatu na internetových seznamkách. Články podobající se manuálům na elektronické přístroje či matematickým vzorečkům, které mají mít jediné správné řešení, jsou často doplněny ukázkami modelových situací a jejich úspěšného řešení. Někdy jsou jednotlivé techniky a metody doprovázeny i názorným videem. Nezbytnou součástí těchto stránek jsou samozřejmě reklamy na erotické zboží (vibrátory, spodní prádlo i feromonové parfémů).

O něco odborněji se pak tváří televizní pořad, který vysílala v roce 2010 Česká televize, „Partnerské vztahy aneb návod k přežití“. V roli odborných poradců, kteří diváky učili seznamovacími strategiemi současné doby, zde vystupovali profesionálové

z oblasti psychologie, manželského poradenství, sexuologie či neurologie. Pro zvýšení popularity pořadu pak vedle nich hovořili mediálně známé a oblíbené osobnosti z řad herců, zpěváků, spisovatelů či modelek, kteří mají s tématem daného dílu osobní zkušenosti. Lidé se měli dozvědět, jaké možnosti mají při hledání partnera, co je pro seznámení důležité, jak se liší v tomto směru pohled muže a ženy, o rituálech, které první setkání provázejí i o chybách, které mohou zmařit jejich očekávání. Naučí se, kdo zve na rande a v jaký okamžik je vhodné protějšku zavolat, zda podat inzerát, nebo využít nabídku seznamovací kanceláře. Včetně názorné videoukázky „jak sbalit ženu či muže“.

Další možností, které využívají seznamovací agentury, je vytvoření nabídky seznamovacích zájezdů a pobytů pro nezadané. Ti zde mohou spatřovat výhodu v tom, že mohou propojit chuť bavit se a relaxovat na dovolenkovém místě, se zvýšenou šancí najít životního partnera. Nevšední prostředí spolu s navozením příhodné atmosféry (o což se postará animátor pobytu) může podpořit potřebné vyvolání emocí a vzrušení.

Novodobí dohazovači se neubrání kritice. Předně je tady otázka, zda-li je vůbec učení navázání milostného vztahu možné. Lze emoce a city zpacifikovat prostřednictvím přesných rad a pouček? Jaký je etický rozměr tohoto fenoménu? Mohlo by se zdát, že nutnost vyhledat člověka – odborníka, který by přinesl návod, jak postupovat, je ponižující. Avšak není snad naše doba právě charakteristická potřebou hledání řádu a návodů, jak se chovat v určitých situacích? Dříve byl postup jasný díky pevným a neměnným pravidlům, která byla stvrzována autoritou náboženského systému (viz první kapitola této práce). Kde mají sebepotvrzení, že jednají správně, nalézt lidé dnes? Jednou ze základních psychických potřeb člověka je právě takzvaná „potřeba základních podmínek pro standardní prožívání života“. Sem patří potřeba určité stálosti, řádu a smyslu v podnětech, tj. „smysluplného světa“. Uspokojení této potřeby umožňuje, aby se z podnětů, které by jinak byly chaotické a nezpracovatelné, staly zkušenosti, poznatky a pracovní strategie. Profesionální instruktor a třeba i rady nalezené na internetu můžou pomoci tento řád nalézt. Často je to ale zbožím, za které se musí zaplatit nehorázná suma peněz. Vztahový instruktor se může stát módním doplňkem celebrit a milionářů a působí jako jakýkoli obchodník, který chce prodat své zboží. Každý však pak v konečné fázi prodává sám sebe. Dříve to byli rodiče, kteří se snažili co nejlépe a rozumně zaopatřit své děti, nyní se mladí lidé snaží prodat na sňatkovém trhu sami. Rozum, emoce, podvědomá potřeba homogamie, tlak okolí – to

vše se promítá do jejich uvažování. Zmítání nejistotou pak hledají alespoň nějakou nezaujatou „odbornou“ radu a pocit, že ve svých problémech nejsou sami.

6.6 Seznamování prostřednictvím reality show

Pro lidi, kterým nestačí výše zmíněné formy seznamování se, je možné rozšířit adrenalin vzrušení při hledání partnera prostřednictvím přímé účasti v televizní reality show, i když v Čechách tento typ pořadu nikdy nedosáhl takového fenomenálního úspěchu jako ve Spojených státech či Velké Británii.

Jako první se na tehdy ještě československých televizních obrazovkách objevil na přelomu šedesátých a sedmdesátých let pořad převzatý z tzv. západního modelu *Pokus pro dva*, který měl na svou dobu moderní ráz připomínající dnešní reality show. Pořad byl natáčen ve studiu za účasti publika a byl moderován Eduardem Hruběšem a Olgou Čuříkovou. V devadesátých letech pak měl velkou popularitu pořad *Rande*.

V roce 2004 se objevila první velká seznamovací reality show nového typu s názvem *Miliónový pár*. Jejím cílem bylo seznámit dvanáct mužů a žen a nalézt z nich ideální pár. Ten měl obdržet, pokud dojde k svatbě, nejprve půl miliónu korun a za rok od svatby další půlmilión korun. Soutěž však byla v průběhu vysílání zrušena v důsledku toho, že se „vymkla původnímu záměru“. Ukázalo se, že v soutěži, která měla podle tvůrců zobrazovat skutečný život a reálné hodnoty mladé generace, jedna z jejích účastnic pózovala pro pornografické fotografie a točila pornografická videa. Z dívky, která měla kvůli své minulosti vypadnout, však diváci udělali hvězdu a nečekaně se ocitla na prvním místě. Postupně se k podobnému angažování přiznaly další dvě soutěžící. Tím pádem se podle mluvčí pořadu „vytratil smysl *rodinného pořadu, kterým bylo vytvořit ideální pár*.“ Že by pro byznys byla občas pravidla morálky, která podávají média, důležitější než krátkodobý zisk?

Další reality show, vycházející ze vzoru světově úspěšného počínu *The Bachelor*, v české mutaci s názvem *Vem si mě*, se vysílala v roce 2007. Hlavní postavou zde byl podnikatel-milionář, o jehož srdce bojovalo dvacet dívek.

Hrdina a lamač všech dvaceti srdcí každý týden vybíral při tzv. „obřadu růží“ dívku, která se mu nelíbila. Na konci zbyly dvě, z nichž jedna v mystickém prostředí nočně osvětleného kostela obdržela zásnubní prsten. Konečné rozhodnutí bylo na ní.

Vyvolená žena „do toho šla“, následně s hrdinou–podnikatelem měla dítě, avšak nakonec se tento uměle vytvořený vztah rozpadl.

Boj o milionáře byl na každém kroku pod palbou kýče pohádkového prostředí luxusu. Novodobé Popelky, mezi nimiž byly například studentka, kterou přihlásil do soutěže její otec či kadeřnice po čtyřech manželstvích, zápolily mezi sebou v dílčích kláních, ale měly možnost potencionálního ženicha okouzlit na soukromých schůzkách. Uvolněná atmosféra postupně houstla a diváci mohli být svědky „pravé dívčí války“. Vše podkreslovala atmosféra oproštěná od reálného světa, v níž city a emoce, za normálních okolností bedlivě střežené a utajované, nabíraly neobvyklých intenzit.

Poprvé se tato původně americká show objevila v roce 2002 na kanálu ABC. Od té doby se po celém světě objevila celá řada její mutací a odnoží, které z originálu vycházejí. A tak se například v rámci jedné série mohly kandidátky rozhodovat mezi dvěma atraktivními muži či jindy usilovaly o člena populární hudební skupiny nebo sourozence filmové hvězdy. V jiné sérii zas byl dívkám nastrčen falešný milionář, přičemž ve skutečnosti šlo o chudého kombajnéra.

Na stejném principu je založen i pořad s názvem *Hledá se táta, hledá se máma* s tím rozdílem, že své protějšky hledají dva muži a jedna žena, jež spojuje podobná životní situace – chybějící partner a děti ve vlastní péči.

V pořadu *Rande naslepo* je zase výraznou postavou „komik s břitkým humorem v roli dohazovače vhodných partnerů“. Ten představí každý týden střídavě tři ženy a dva muže, anebo naopak dvě ženy a tři muže. Adepti na rande dostanou v několika kolech možnost vzájemně vyzpovídat potenciální protějšky. Své reakce prověří nejen v otázkách osobního života a názorů na vztah, ale i v sexuální oblasti. V rámci každého kola se pak rozhodne, kdo pořad opustí, až se nakonec profilují dva účastníci na rande. Ti jsou do poslední chvíle pro sebe „neviditelní“, než je moderátor poprvé představí tváří v tvář. Následně seznámený pár čeká schůzka v romantické atmosféře, nicméně pod dohledem skrytých kamer, a teprve pak se rozhodnou, jestli se chtějí vídat i v soukromém životě.

Kde se bere síla reality show? Vedle samotné motivace nalezení partnera je zde pro účastníka lákavý faktor „patnácti minut slávy“, kdy mu bude věnovat pozornost okolní svět. Je jedno, jestli svým televizním vystoupením získají ocenění či ostudu, vždy je zde pozornost miliónů (či alespoň několika tisíc) diváků. Stejně tak ale k uspokojení dochází u televizních diváků dostávajících se do role voayerů, kteří vidí, ale nejsou

vidění. Krom toho atraktivita pořadu spočívá v tom, že účastníci pocházejí z řad obyčejných lidí, kteří by mohli být klidně sousedy diváků. Jsou neokoukaní a jejich reakce jsou nepředvídatelné. Reality show se dá vytvořit prakticky na každé téma, její úspěch vždy záleží na umu jej prodat³⁵. Pro účastníky je pak nejproblematictější právě přechod z běžného světa do pohádkového a naopak, a adekvátně vztahy a identity v nich vytvořené mezi nimi přenášet.

³⁵ Do nových hloubek klesl nedávno (2010) žánr reality show, když se australský filmař Justin Siseley rozhodl, že v přímém přenosu bude nabízet na prodej panenství a panictví dobrovolníků. Každé panně a panícovi nabízí vyplatit 20.000 dolarů (asi 400.000 korun) plus devadesát procent z „prodejní ceny“, přičemž zbylých deset procent dostane nevěstinec v Nevadě, kde se dražba má konat. Při přihazování mají být prodávající i potenciální kupci ve stejné místnosti a Siseley to všechno hodlá točit. V době psaní této práce však nebylo dosud jasné, kdy by se projekt měl uskutečnit a jak se k němu postaví americké úřady.

7 Empirická část

Genderová identita v seznamovacích inzerátech na internetu

Jak jsem se již zmiňovala v kapitole 6.3 *Role internetu při seznamování*, je patrné, že v dnešní době mají mladí lidé více než kdy jindy v minulosti možnost svobodné volby při výběru partnera a s rozvojem moderních komunikačních zařízení a internetu se může zdát, že je vše jednodušší než dříve. Předmětem empirické části této disertační práce bude fakt, že stále více lidí využívá k nalezení svého protějšku právě možností internetu. Zde mohou prostřednictvím internetové seznamky natrefit na nejrůznější typy vztahů, od flirtování až po vážné známosti vedoucí k svatbě. Většina lidí hledá svého partnera ve škole, v práci nebo skrze sociální síť svých známých a přátel. V tomto smyslu internet představuje revoluci, protože velice snadno umožní kontakt s „cizincem“. Umožňuje uskutečnění příběhu setkání párů, které by se jinak nikdy nepotkaly (Kaufmann 2008: 118 [1999]).

Jak spojit v internetovém prostředí pragmatismus a romantiku a někoho si vybrat? Právě efektivní výběr je problémem dnešního seznamování. V Čechách je „seznamka“ jedním z nejvyhledávanějších slov na portálu Seznam.cz (průměrně 44 820 dotazů za den). Na největší českou seznamku (Seznamka.cz) přibude každý den tisíc inzerátů, na něž přijde pět tisíc odpovědí. Jenže velké množství potenciálních partnerů může být frustrující, odpovídat na všechny odpovědi je únavné, navíc si mnoho lidí v internetovém prostředí vymýšlí. Nemałym problémem je nesolidnost – anonymita internetu otevírá prostor pro celou kategorii lidí, kteří se chtějí zabavit, ale ne seznámit.

Internetové seznamky je možné rozdělit na obecné a specializované. Specializované³⁶ mají většinou úzce vyčleněný okruh uživatelů, který na ně chodí (např. specifických zájmů či sociálního statusu). Obecné se většinou také určitým způsobem člení, ale šíře jejich záběru pokrývá většinu kategorií. Mezi základní kategorie, které většinou nabízejí, patří „vážné seznámení“, „flirt“, „sex“ a „přátelství“.

Podle sociologa Tomáše Katrňáka v Čechách převyšuje nabídka poptávku ve dvou kategoriích, přičemž zajímavé je, že se jedná o muže a ženy kolem třiceti let. Katrňák se domnívá, že v internetovém seznámení je největší problém v tom, že mužští účastníci jsou především z vesnice se základním vzděláním nebo vyučením. Ženy, které jsou jim věkově blízké, je ale nepovažují za „dost dobré“, protože se většinou jedná o kariérně úspěšné vysokoškolačky z měst. Francouzský sociolog Francois De Singly (1948) tvrdí, že vyšší vzdělanostní kapitál na sňatkovém trhu zvyšuje hodnotu ženy a na její vzdělání lze pohlížet jako na věno (Singly 1993). Jiný francouzský sociolog Jean Claude Kaufmann (1948) oproti tomu zastává názor, že vyšší vzdělání ženy naopak zvyšuje nároky na potenciálního partnera a jeho vzdělání, respektive přínosy, které z něj vyplývají. Kaufmann dále uvádí, že muži v západní společnosti obecně upřednostňují ženy, které jsou krásné, mladé a submisivní. A i když je přitahují samostatné a vzdělané ženy z velkých metropolí, tak ze strachu, aby nebyly příliš náročné, raději preferují ženy „starého stylu“, které jim mohou poskytnout poklidný manželský život a ještě jsou k tomu navíc dobré hospodyně. Kaufmann v této souvislosti varuje před nebezpečím, že mnoho mužů se při hledání partnerky obrátí na mezinárodní trh, aby získali tuto submisivní, mladou, krásnou a bezproblémovou ženu. To může znamenat hrozbu, že bude k dispozici stále méně potenciálních partnerů pro vzdělané a nezávislé ženy z velkých metropolí na západu, a zároveň chudí muži z rozvojových oblastí budou mít stále větší obtíže nalézt pro sebe manželku (Kaufmann 2008: 201–202 [1999]).

³⁶ Jednou z takových specializovaných sezonek mohou být stránky sdružující pouze „krásné“ lidi BeautifulPeople.com, které byly založeny v roce 2002. Aby se zájemce mohl stát členem tohoto internetového serveru, musí zaslat fotografii, kterou ostatní členové schvalují. Momentálně tvoří komunitu krásných přes 600 tisíc členů ze 190 zemí. Většina z těch, kteří o členství žádali, však přijata nebyla. Jako nejhezčí jsou bez ohledu na pohlaví hodnoceni obyvatelé Brazílie, mezi ženami jsou v procentech krásných lidí nejvíce zastoupeny Norky, u mužů Švédové. Nejhůře jsou na tom Britky. Základním konceptem této internetové stránky je fakt, že lidé hledají někoho, kdo je bude přitahovat. Hlavní předností, kterou její tvůrci zdůrazňují, tedy je, že se zde hledající nemůže rozhodně seznámit s někým ošklivým či průměrným (otázkou samozřejmě zůstává, kolik lidí zde registrovaných skutečně svým zevnějškem odpovídá uveřejněné fotografii). Po úspěšném „schválení“ dalšími krásnými může začít vzájemná komunikace, následovaná setkáním v realitě, zamilováním se a zploděním krásného potomka. Nejnovější aktivitou Krásných lidí je tzv. fertility fórum, které má za úkol svést dohromady krásné dárcce vajíček a spermii s těmi, kteří buď děti mít nemohou, nebo mají strach, že by jejich dítě nebylo dostatečně krásné. Na toto fórum mají přístup i ti „oškliví“ (Knapová 2010).

Mezinárodní sňatkový trh je však podle Kaufmanna nastaven velice jednostranně – muž hledá a vybírá, žena sebe vystavuje a zkouší se prodat za nejlepší cenu (*ibid.*: 204).

Seznamování přes internet na první pohled představuje jednoduché a účinné řešení základní lidské potřeby – nebýt sám. Nabídku, kterou poskytují webové stránky, je možné v klidu zvážit a prostudovat, a pak několik tipů vyzkoušet. Množství potenciálních partnerů, se kterými je možné se setkat ve virtuálním prostředí, mnohonásobně překračuje běžné možnosti. Pro řadu lidí, zejména těch introvertnějších, pro které je vyhledávání partnera v klubech, barech či na diskotékách nepříjemné, může být seznámení přes internet a e-mail vítaným opakem. Jedinec nemusí mít strach ze svého okolí, ale také mizí obavy, komplexy a úzkosti z toho, jak sám vypadá a jak se vnímá po fyzické stránce (Šmahel 2003: 26).

Všechno, co stačí pro nalezení pravé lásky, je jedno kliknutí. Prostřednictvím něj se před hledajícím jedincem objeví stovky mužů a žen, kteří jsou usměvaví, příjemní a okamžitě k dispozici. Tato konzumní iluze nám vsugerovává, že si můžeme vybrat muže (nebo ženu) stejným způsobem, jako si vybíráme jogurt v supermarketu (Kaufmann 2008: 117 [1999]).

V seznamování přes internet existují v zásadě dvě možnosti, jak oslovit potenciálního partnera. Jednou z nich jsou různé chatovací místnosti, které jsou většinou tematicky zaměřené a lidé tam vstupují s přesným očekáváním, jaký druh vztahů zde mohou začít vytvářet. Výhodou mohou být bezprostřednější odpovědi.

Další alternativou, které se budu věnovat podrobněji, je podat si inzerát. Tato forma seznámení, o jejímž historickém vývoji jsem se zmiňovala výše (viz kapitola 6.1 *Zprostředkované a přímé seznámení*), může asociovat prodej jakéhokoli zboží. Jen na místo zboží lidé nabízejí sami sebe. Každé zboží má určité kvality, které se prodávající snaží i přes případné vady co nejlépe prezentovat (sebecharakteristika hledajícího). V tomto případě je však prodávající zároveň i kupující, a proto je pro něj žádoucí zároveň co nejpřesněji vymezit požadavky na to, co hledá (charakteristika hledaného).

7.1 Obsahová analýza a hloubkové rozhovory jako nástroj výzkumu

Obsahová analýza je metoda, kterou můžeme obecně definovat jako rozbor obsahu záznamu určité komunikace. V užším pojetí lze tuto metodu vymezit jako analýzu textu či souboru textů. V takovém případě se lze setkat rovněž s označením textuální analýza. Hlavním smyslem této metody, která vychází z tradic pozitivistické

metodologie, je vyhledávání konkrétních slov a konceptů v analyzované komunikaci a stanovit četnost jejich výskytu, významu, vzájemného vztahu atp.

Kvantitativní obsahovou analýzu reprezentuje americký vědec Bernard Berelson (1912–1979) jako metodu určenou k analýze obsahu masmédií, podle vlastních slov „*sloužící k objektivnímu, systematickému a kvantitativnímu popisu zveřejněného obsahu informačních projevů*“ (Berelson 1952).

Britský sociolog zabývající se komunikační teorií Denis McQuail uvedl následující základní postupy při použití obsahové analýzy:

1. zvolit vzorek obsahu,
2. vytvořit relevantní rámec kategorií vnějších referentů,
3. zvolit jednotku analýzy obsahu,
4. pomocí počítání frekvence zvolených jednotek obsahu zmiňujících se o relevantních tématech umístit obsah do připraveného rámce,
5. vyjádřit výsledky jako celkovou skladbu vybraného vzorku obsahu podle frekvence výskytu hledaných referencí.

Tento postup je podle McQuaila založen na dvou hlavních předpokladech. Jedním z nich je, že spojení mezi vnějším objektem reference a referencí v textu bude dostatečně zřetelné a jednoznačné, další nám říká, že frekvence výskytu vybraných referencí má přesvědčivě a objektivním způsobem vyjadřovat převažující „význam“ textu. Obsahová analýza se snaží být spolehlivá (tedy opakovatelná) a nezávislá na jediném tazateli. Tato metoda vytváří statistický souhrn velmi rozsáhlé mediální reality. Bývá užívána pro mnoho účelů, ale zejména pro srovnání mediálního obsahu se známou distribucí výskytu v „sociální realitě“ (McQuail 1999: 309 [1991]).

Mezi výhody obsahové analýzy patří zejména to, že je možné získat informace, které vznikly spontánně, a lze získat výpovědi jinak nepřístupných subjektů. Za nevýhody považují možnou odchylku v účelu, za jakým zkoumané dokumenty vznikly a to, že rozsah výpovědi jednotlivých respondentů může být odlišný.

Ve výzkumu obsahové analýzy seznamovacích inzerátů na internetu jsem si stanovila následující hypotézy:

- **H₁** – Seznámení přes internet hledají více muži než ženy.

- **H₂** – Inzeráty mužů a žen budou obsahově odlišné.
- **H₃** – Do seznamovacích inzerátů se budou promítat biologicky determinované požadavky: muži u svých partnerek nejvíce touží po mládí a tělesné přitažlivosti; ženy u mužů vyžadují vysoké společenské postavení a ekonomické zabezpečení.
- **H₄** – Věkové kategorie mužů hledajících seznámení přes inzerát budou vyrovnanější než u žen.
- **H₅** – Věk žen hledající seznámení přes internet se bude nejčastěji pohybovat okolo třiceti let.
- **H₆** – Ženy starší třiceti let budou častěji pocházet z Prahy a Jihomoravského kraje (Brno) než ženy mladší.
- **H₇** – V inzerátech obou pohlaví se bude projevovat homogamie z hlediska místa bydliště, vzdělání a věku, přičemž muži budou mít tendenci hledat si ženu, která je mladší než oni a ženy budou požadovat muže, který je starší než ony.

Předmětem obsahové analýzy byly inzeráty uveřejněné na stránkách „seznamka.lide.cz“. Ke dni 10. 4. 2010 hledalo seznámení tímto způsobem 143 853 uživatelů³⁷, avšak já jsem se zaměřila výhradně na analýzu v kategoriích vážného seznámení³⁸ „On hledá ji“ a „Ona hledá jeho“. V obou kategoriích jsem provedla analýzu 500 inzerátů. Sledovanými proměnnými byly věk, region, sebecharakteristika hledajícího a charakteristika hledaného protějšku. Při analýze jsem si stanovila tato omezení: jednak z hlediska věku hledající(ho), jež jsem vymezila na 15–49 let, a pak také z hlediska toho, zda byla v inzerátu blíže určena alespoň jedním pojmem charakteristika sebe či hledaného protějšku.

Pro lepší interpretaci dat získaných z obsahové analýzy a pro ověření reálné kontextuálnosti vztahů jsem výzkum doplnila kvalitativními hloubkovými rozhovory s lidmi, kteří přímo absolvovali proces seznamování se přes internet. Výzkumné otázky, které jsem si položila, byly: Jak láska přes internet funguje? Jaké jsou motivace internetového seznamování? Do jaké míry nabídka odpovídá poptávce? Jaká jsou kritéria výběru? Lze tímto způsobem nalézt partnera, který by odpovídal daným

³⁷ Je třeba neopomenout to, že Internet nabízí možnost vytvořit si více profilů a tudíž si podat více inzerátů pod různými identitami.

³⁸ Což samozřejmě neznamená, že reálná motivace může být jiná.

požadavkům? Nakolik se představa vzniklá v průběhu internetové komunikace liší od reálného setkání? A jaké faktory mají vliv na představu o ideálním partnerovi?

Použitou výzkumnou metodou bylo strukturované interview s pevně fixovaným pořadím a zněním otázek. Výhodou této metody je, že data takového interview se snadněji analyzují, protože jednotlivá témata se lehce lokalizují. Jeho negativa však spočívají v tom, že omezuje individuální rozdílnosti a okolnosti, stejně jako varietu poskytovaných informací (Hendl 1999: 111). Se svolením všech účastníků výzkumu jsem během fáze získávání dat mohla využít k zachycení jejich odpovědí zvukového záznamu, což podpořilo nestrannost a autentičnost šetření. Při přepisování jsem rozhovory převedla do spisovného jazyka, očistila od chyb ve větné skladbě a upravila stylisticky.

Cílovou skupinu hloubkových rozhovorů tvořili mladí lidé ve věku 25–35 let, kteří absolvovali proces seznamování přes internet. Toto věkové rozhraní jsem zvolila z toho důvodu, že je podle mého názoru z hlediska potřeby vytvoření dlouhodobého partnerského vztahu, zejména u žen, kritické. Sociálními psychology je definované plnou výkonností a relativní stabilitou. Jedinci už převzali určité vývojové úkoly a dosáhli jistého stupně osobní zralosti (Langmeier, Krejčířová 1998). Charakteristickým znakem je zapojení se do chodu společnosti a vytváření a naplňování dlouhodobých životních cílů a hodnot. Význam je přikládán hlavně reprodukci, přičemž může jít o rodinné vztahy, potomky, umělecké hodnoty či hmotné statky. Člověk se zapojuje do společnosti, aby vytvořil něco pro něho subjektivně významného. Pokud nedojde k naplnění osobních potřeb, hrozí riziko stagnace (Hladíková 2008: 32).

V předcházejících obdobích jedinci nabyli v této oblasti určité zkušenosti a nyní mohou lépe zvažovat své priority: *„Současná dospělost je typická posunem od tradičního rodového předurčení k osobní volbě, k individualismu, k převaze selektivity vztahů, zdůrazňující jejich kvalitu a míru uspokojení, kterou mohou poskytovat. Tento trend umožňuje větší svobodu volby a možnost získat subjektivně více vyhovující variantu“* (Vágnerová 2000: 303).

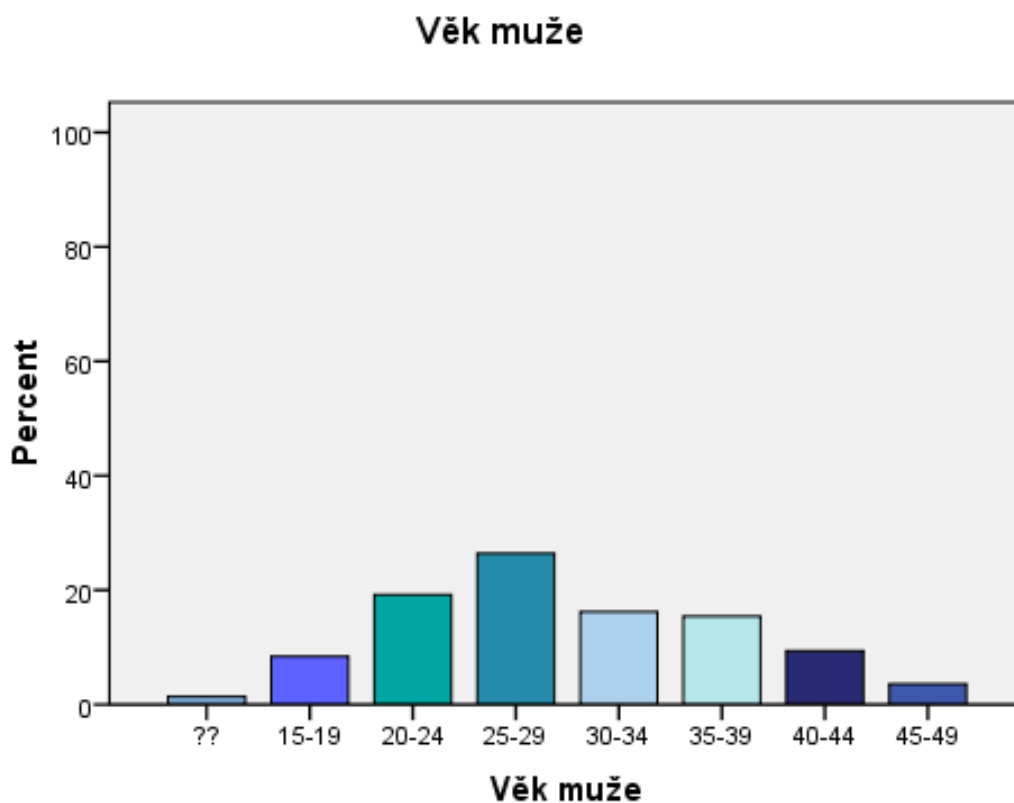
Konstrukce výběrového souboru byla založena na kombinaci záměrného výběru a technice tzv. sněhové koule, tj. rozšiřování výběru o další respondenty vytipované na základě doporučení získaných při provádění šetření. Metoda sněhové koule patří v oblasti kvalitativních metod k jedné z nejčastěji používaných. V zásadě je založena na kombinaci účelového výběru a prostého náhodného výběru. Základním východiskem pro aplikaci této metody je získání kontaktu s „první generací“ účastníků výzkumu, kteří nominují další potenciální respondenty výzkumu (Miovský 2006: 132). V mém případě

byli „první generací“ mladí dospělí z mého blízkého okolí. Tuto metodu jsem zvolila z důvodu, že výzkumné téma je poměrně osobní, a jinou metodou by mohlo být obtížné získat osoby, které by byly ochotné otevřeně hovořit o svých zkušenostech. Princip této metody má samozřejmě svá omezení. Výhodou „první generace“ bylo to, že jsem díky osobní známosti mohla předpokládat větší otevřenost, upřímnost a uvolněnost v odpovědích. Na druhé straně jsem volbou „první generace“ dosáhla vzorku s určitými sociálními a kulturními vazbami, které nemohou vyjadřovat názory celé populace zahrnuté v obsahové analýze. Plánovaná velikost souboru byla cca 10–15 osob (s minimálním zastoupením pěti mužů a pěti žen). Samotné šetření proběhlo v průběhu července–srpna 2010. Ve výsledném souboru bylo 14 respondentů – osm mužů a šest žen. Délka každého rozhovoru trvala přibližně 30 minut.

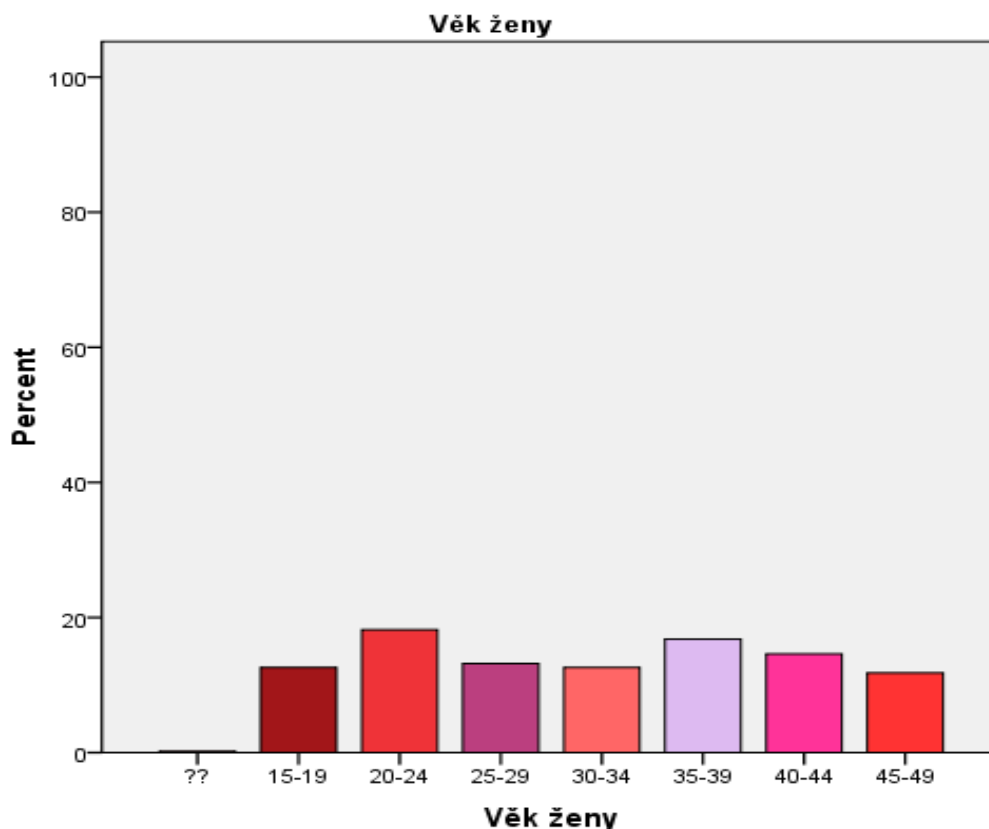
Text vzniklý přepsáním rozhovorů jsem analyzovala tím způsobem, že jsem v odpovědích respondentů vyhledala opakující se témata. Relevantní témata byla poté sdružena do odpovídajících kategorií, podle toho, jak do nich zapadala.

7.2 Prezentace výsledků obsahové analýzy

7.2.1 Věk hledajícího



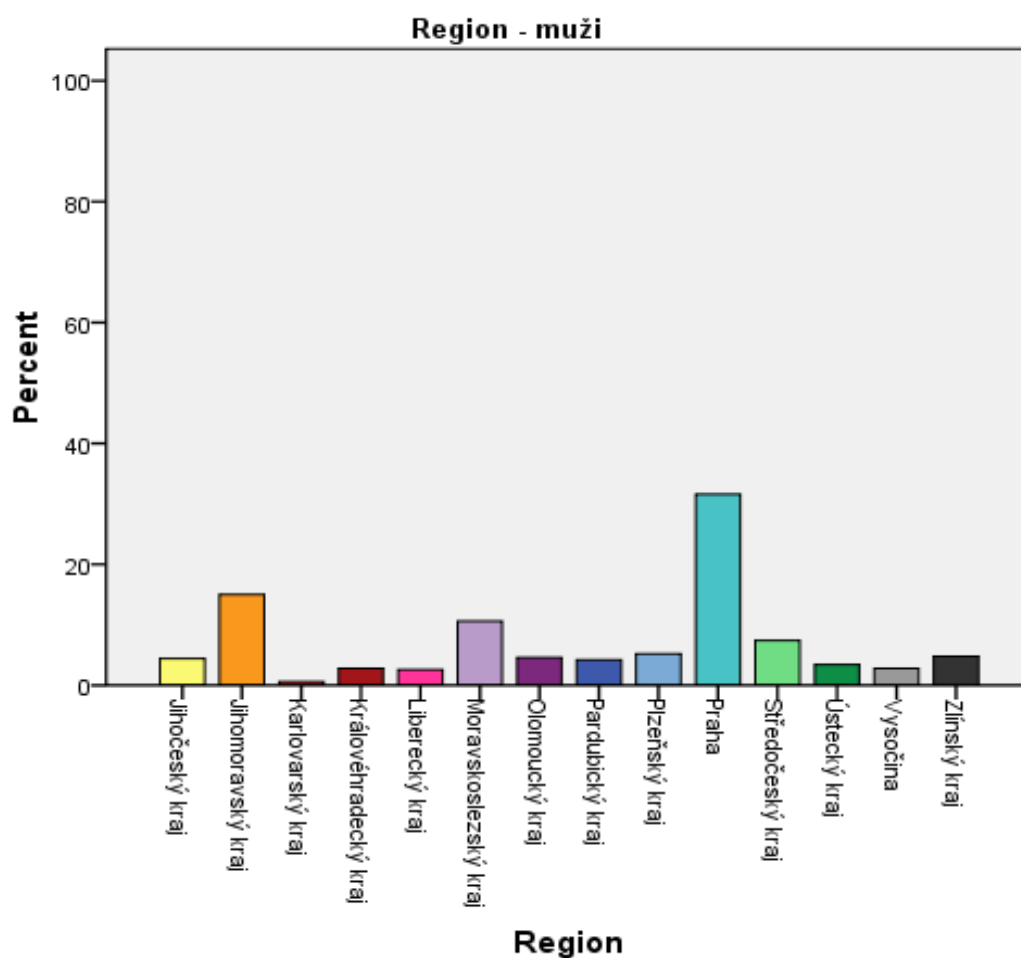
Ukázalo se, že nejvíce inzerátů bylo podáno muži ve věkové kategorii 25–29 let (26,4 %). Druhou nejpočetnější skupinou byli muži ve věkovém rozmezí 20–24 let (19,2 %). Poměrně velké zastoupení v podaných inzerátech bylo u mužů mezi třicátým a čtyřicátým rokem. Naopak muži mladší 20 let a starší 40 let hledali seznámení skrze inzerát podaný na internetu nejméně. V sedmi z analyzovaných inzerátů nebyl věk hledajícího muže uveden.



V kategorii „Ona hledá jeho“ bylo uveřejněno nejvíce inzerátů ženami ve věkovém rozmezí 20–24 let (18,2 %). Zde by se mohlo předpokládat, že do této kategorie budou patřit ženy s nižším vzděláním, u nichž pracovní seberealizace může ustupovat na okraj. Rodinný život, rození a výchova potomků se tak u nich stává hlavním zdrojem jejich sociálního statusu. Druhou nejpočetnější skupinou byly ženy mezi 35–39 lety (16,8 %), o nichž by se zase dalo předpokládat, že jsou to ty, které hledají druhou šanci anebo právě ženy singles, které si uvědomují potřebu založit rodinu, dokud je to ještě u nich biologicky možné. Poměrně velké zastoupení je patrné i ve věkové kategorii 40–44 let (14,6 %). Pouze jedna uživatelka neuvedla ve svém inzerátu svůj věk.

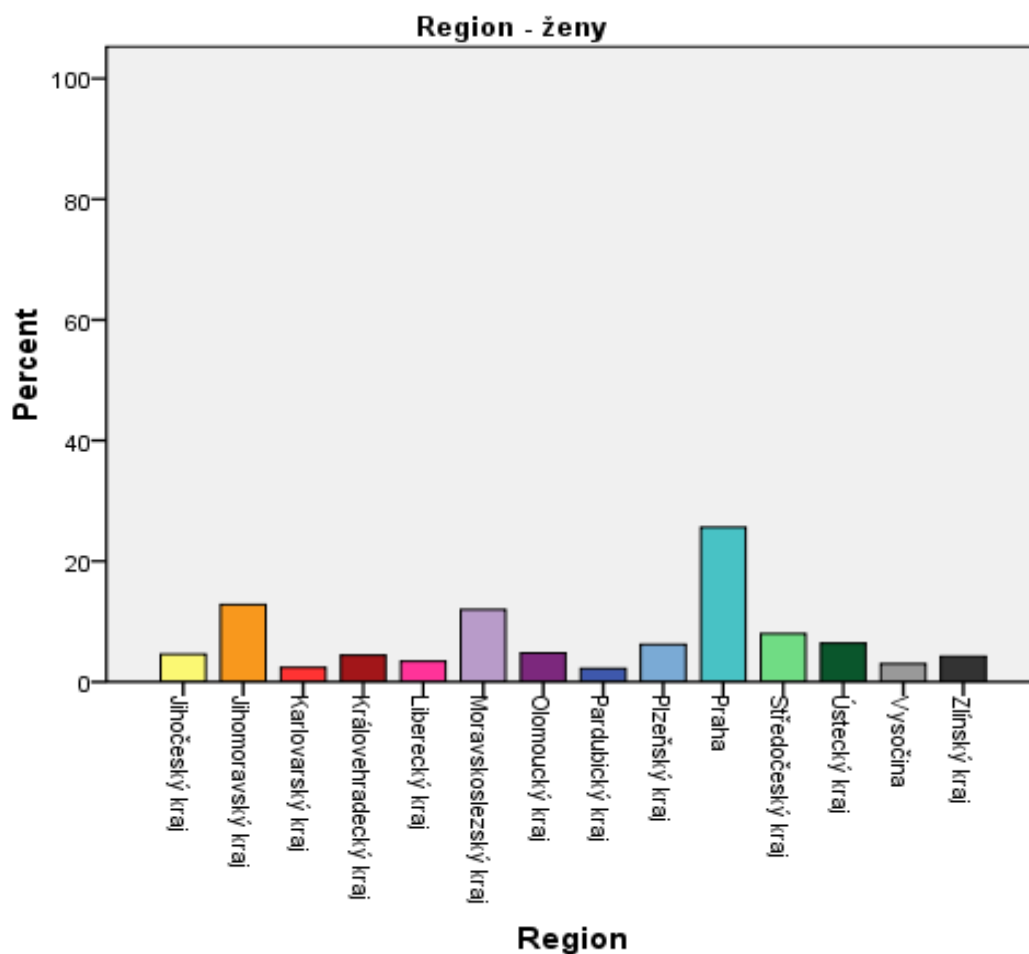
Srovnání: Ukázalo se, že z hlediska věku jsou patrné rozdíly mezi inzeráty podanými muži a ženami. Zatímco u mužů je vidět, že mezi hledajícími jsou nejvíce lidé mezi 25 a 29 lety a s klesajícím i stoupajícím věkem je jejich zájem o internetové seznamování nižší, u žen bylo věkové rozložení vyrovnanější. Přesto se u nich vyčlenily dvě výraznější kategorie: mladé ženy mezi 20–24 lety a pak ženy ve věku 35–39 let.

7.2.2 Bydliště hledajícího



Další sledovanou kategorií bylo místo bydliště člověka, který si podával inzerát. Ukázalo se, že necelá třetina mužů je z Prahy (31,6 %). Dále bylo nejvíce inzerátů podáno muži, kteří žijí v Jihomoravském (15 %) a Moravskoslezském (10,6 %) kraji³⁹. Pouze tři muži ze sledovaného vzorku pocházeli z Karlovarského kraje. Poměrně malé zastoupení inzerentů je možné sledovat v Libereckém kraji (2,6 %), Královéhradeckém kraji (2,8 %) a na Vysočině (2,8 %).

³⁹ Je zde logicky vidět souvislost s počtem obyvatel, kteří v daném kraji žijí – Moravskoslezský, Jihomoravský, Středočeský kraj a Praha mají více než milion obyvatel; Karlovarský a Liberecký méně než půl milionu (dle sčítání obyvatel z roku 2002).



Podobně jako u mužů bylo nejvíce podaných inzerátů ženami z Prahy (jedna čtvrtina). Stejně tak jsou shodné i další dvě nejpočetněji zastoupené oblasti: 12,8 % žen pochází z Jihomoravského kraje, 12 % z kraje Moravskoslezského. Nejméně žen, které si podaly inzerát, bydlí v Pardubickém (2,2 %) a Karlovarském kraji (2,4 %).

Dále si pokládám otázku, zdali existují nějaké regionální rozdíly mezi lidmi z nejpočetněji zastoupených věkových kategorií. Porovnávala jsem muže ve věku 25–29 let se dvěma nejpočetnějšími věkovými kategoriemi žen.

	Ženy 20–24 let	Ženy 35–39 let	Muži 25–29 let
Praha	21,7 %	27,2 %	33,6 %
Moravskoslezský kraj	14,5 %	11,1 %	10,7 %
Jihomoravský kraj	10,8 %	9,9 %	13 %
Středočeský kraj	12 %	9,9 %	6,9 %
Jihočeský kraj	4 %	2,5 %	5,3 %
Karlovarský kraj	2,4 %	2,5 %	0,8 %
Královéhradecký kraj	7,2 %	2,5 %	4,6 %
Liberecký kraj	4,8 %	6,2 %	3,8 %
Olomoucký kraj	3,6 %	2,5 %	3,8 %
Pardubický kraj	2,4 %	3,7 %	2,3 %
Plzeňský kraj	6 %	7,4 %	3,1 %
Ústecký kraj	4,8 %	7,4 %	5,3 %
Vysočina	2,4 %	2,5 %	4,6 %
Zlínský kraj	2,4 %	4,9 %	2,3 %

Pokud jsme srovnali věk hledajícího s regionem, odkud pochází, zjistili jsme, že hledající ženy ve věku 35–39 let pocházejí častěji z hlavního města než ženy ve věkovém rozmezí 20–24 let. Ty mají naopak větší zastoupení v Moravskoslezském kraji a mírně i v Jihomoravském a Středočeském kraji. Je možné, že tato situace je způsobená tím, že ženy z menších měst a vesnic (neboli „praktické ženy“) jsou více pod nátlakem společnosti, aby si našly partnera a založily rodinu, než ženy z větších měst (neboli „kosmopolitanky“). Jak už jsem nastiňovala výše, kategorie žen ve věku 35–39 let se dle mého názoru profiluje jednak z žen, které prostřednictvím seznámení hledají „druhou šanci“, tedy ženy, které již mají za sebou jiný vážný vztah, jenž mnohdy vyústil ve zplodění potomků, a jednak těch, které si v důsledku svého věku uvědomují svou „poslední šanci“, aby založily rodinu a daly světu kromě svého memetického odkazu i odkaz genetický.

Jedna třetina mužů ve věku 25–29 let pochází z Prahy. Druhé největší zastoupení mají v Jihomoravském kraji. Dalo by se tedy předpokládat, že muži aktivně hledající seznámení skrze internet o něco více než ženy pocházejí z větších měst jako je Praha či Brno, přičemž výraznější rozdíly lze pozorovat, pokud je porovnáme s nejvíce zastoupenou kategorií žen ve věku 20–24 let. Hledání přes internet mohou často preferovat muži pracující v oblasti IT či v technických oborech (tedy v profesích, které jsou žádané zejména ve velkých městech), kteří se mohou v důsledku své práce cítit sociálně izolováni a internet, právě v souvislosti se zaměřením jejich práce, se jim může jevit jako důvěrně známé prostředí, ve kterém by mohli nalézt partnerku.

7.2.3 Sebe prezentace hledaného

Ve většině inzerátů vedle vymezení nároků a požadavků na hledanou osobu, charakterizuje hledající osoba určitým způsobem sama sebe. Do jaké míry však odpovídá sebecharakteristika v uveřejněných inzerátech skutečnému obrazu hledajícího a nakolik se do ní projektuje touha, co nejvíce se zalíbit potenciálnímu partnerovi či partnerce? Hledající se ocitá před dilematem, zdali o sobě prozradit i negativní charakteristiky, čímž si může snížit množství přijatých odpovědí, či sám sebe více či méně „přikrášlit“ tak, aby podle jeho vlastního názoru zaujal co nejvíce čtenářů/čtenářek jeho inzerátu. Tímto způsobem si sice může zvýšit množství přijatých odpovědí, na druhé straně se však vystavuje větší pravděpodobnosti odmítnutí během následné osobní schůzky. Právě do názoru, jak by muž či žena měli působit na okolí, aby byli co nejvíce žádaní, vstupují často genderové stereotypy. Tyto stereotypy je možné pozorovat v oblasti fyzického zjevu, povahy i volnočasových aktivit. Dané charakteristiky tedy neukazují, jestli je hledající ve své osobě skutečně naplňuje, ale spíše to, co je pro hledajícího podstatné ve svém inzerátu zdůraznit, tak aby hledaný protějšek zaujal. Mimo genderové stereotypy však můžou být v inzerátech patrné požadavky na „novou ženu“ a „nového muže“, o nichž jsem se zmiňovala v teoretické části práce v souvislosti s proměnou genderové identity v současné společnosti.

Internet umožňuje lidem, aby ve strategiích své sebe prezentace maximalizovali své výhody a minimalizovali své slabosti. Pokud je ještě ve hře potence vzniku možného vztahu, motivace prezentovat se ve správném světle je o to větší (Joinson 2003: 136).

Některé výzkumy naznačují schopnost lepší prezentace sebe sama v online prostředí než v reálném. To se může projevit i na kvalitě vzniklého vztahu (McGeer 2004). Většina inzerátů je tvořena skrze popis zájmů a vyprávění o sobě. Hlavní

komponentou je druh „přání“, který popisuje vysněného partnera. Vyprávěním o sobě vlastně nepřímo popisujeme i požadavky na partnera. Počítač sice přináší nové rituály dvoření, kontext a hledané charakteristiky však zůstávají stejné (Smail 2004). Australská socioložka Belinda Smaillová odmítá rozšířený koncept odtělesnění v prostředí internetu a tvrdí, že charakteristiky jako fyzická atraktivita, věk či rasa jsou na internetu dokonce akcentovány.

Americký sociolog Adam Arvidsson zase uvádí, že muži obecně více inklinují k tomu prezentovat se na seznamkách svým majetkem a ženy spíše používají k tomuto účelu své tělo (Arvidsson 2006).

Výzkumy vypovídají o genderových rozdílech, i co se týče „přikrašlování“ skutečnosti. Americké socioložky Nicole Ellisonová, Rebecca Heinová a Jennifer Gibbsová v roce 2006 zjistily, že muži lžou mnohem častěji než ženy a to o skutečnostech týkajících se příjmu, zaměstnání a vzdělání. Také se častěji vydávají za jiné pohlaví. Ženy lžou spíše z obavy o svou bezpečnost, což se projevilo ve zvýšené míře zvláště u mladších respondentek.

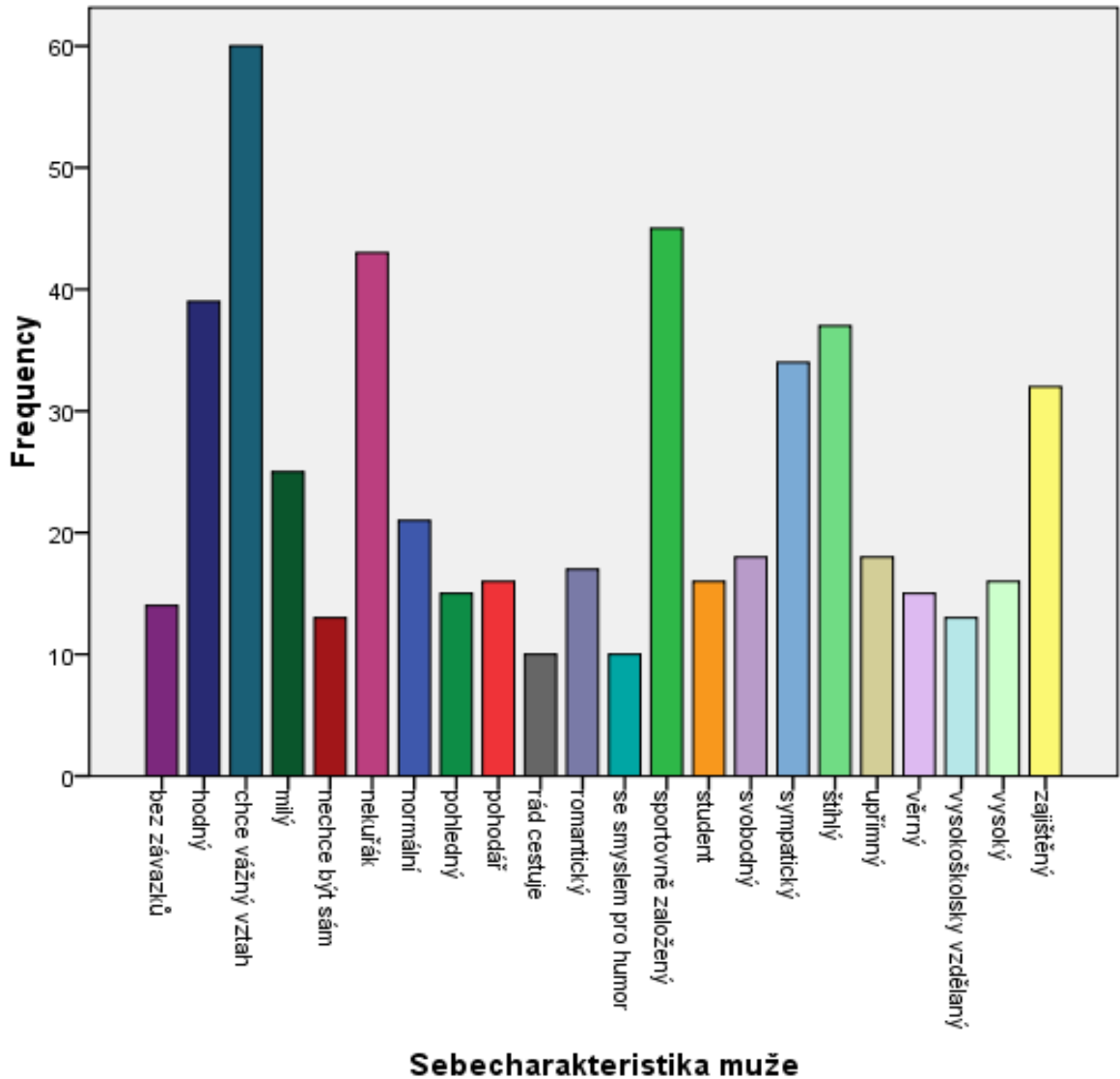
Práce Ervinga Goffmana zaměřená na sebe prezentaci vysvětluje způsob, jakým mohou jedinci zaujmout strategickou aktivitu, aby „udělali na druhé takový dojem, jaký je v jejich zájmu, aby udělali“ (Goffman 1959: 4). Toto řízené chování obsahuje vyjádření dvou základních prvků – *daný* (komunikace v tradičním slova smyslu, např. mluvená komunikace) a *vydáváný* (pravděpodobně neúmyslná komunikace, jako například tušení nonverbální komunikace). Strategie sebe prezentace jsou důležité zejména na počátku vztahu. Podle informací, které druhým o sobě sdělujeme, se rozhodne, jestli bude chtít protějšek s námi mít vůbec nějaký vztah.

Sebecharakteristiky mužů

V pět stech analyzovaných inzerátech podaných muži bylo uvedeno celkové množství 1012 charakteristik sebe sama. Předmětem mého zájmu se staly ty, u kterých bylo možné pozorovat deset a více výskytů⁴⁰. Synonymní charakteristiky byly zařazeny pod jednu kategorii.

⁴⁰ **Bez závazků** – 14 výskytů, 1,4 %; **hodný** – 39 výskytů, 3,9 %; **chce vážný a dlouhodobější vztah** – 60 výskytů, 5,9 %; **milý** – 25 výskytů, 2,5 %; **nechce být sám** – 13 výskytů, 1,3 %; **nekuřák** – 43 výskytů, 4,3 %; **normální** – 21 výskytů, 2,1 %; **pohledný** – 15 výskytů, 1,5 %; **pohodář** – 16 výskytů, 1,6 %; **rád cestuje** – 10 výskytů, 1 %; **romantický** – 17 výskytů, 1,7 %; **se smyslem pro humor** – 10 výskytů, 1 %; **sportovně založený** – 45 výskytů, 4,5 %; **student** – 16 výskytů, 1,6 %; **svobodný** – 18 výskytů, 1,8 %; **sympatický** – 34 výskytů, 3,4 %; **štíhlý** – 37 výskytů, 3,7 %; **upřímný** – 18 výskytů, 1,8 %; **věrný** – 15 výskytů, 1,5 %; **vysokoškolsky vzdělaný** – 13 výskytů, 1,3 %; **vysoký** – 16 výskytů, 1,6 %; **zajištěný** – 32 výskytů, 3,2 %.

Sebecharakteristika mužů



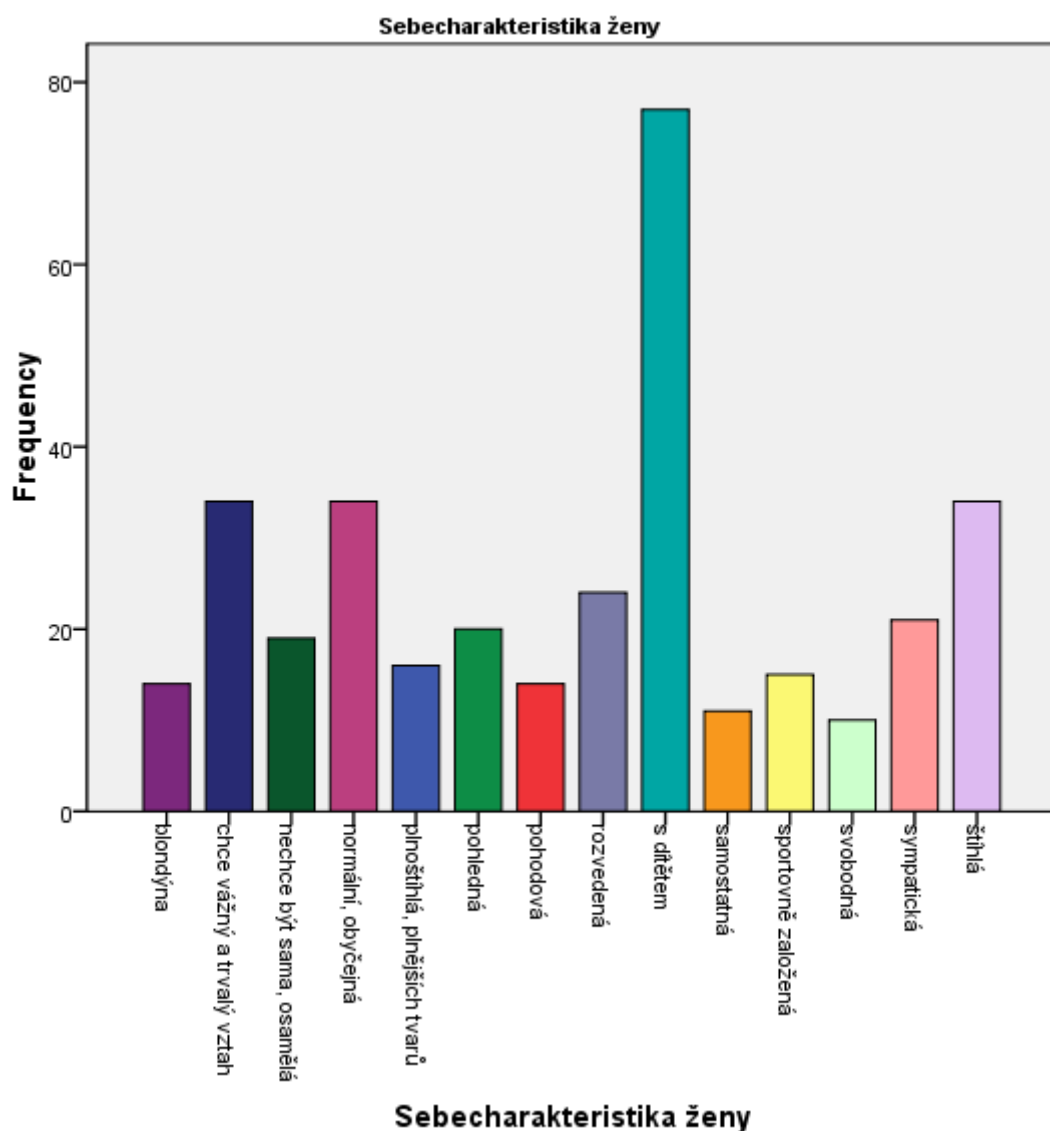
V obsahové analýze se výrazně prokázalo, že muži ve svých inzerátech nejčastěji zdůrazňují, že hledají vážný a dlouhodobý vztah. Tím se může projevovat jejich snaha zaujmout potenciální partnerku svojí seriózností a zdůrazněním toho, že podání inzerátu není pro ně pouze způsob, jak se chvilkově zabavit. Pokud se nějakým způsobem muži v inzerátech charakterizují, často uvádějí, že jsou sportovně založení a nekuřáci, čímž vlastně zdůrazňují jednak svůj fyzický zjev, jednak to, že do jisté míry vedou zdravý a aktivní život. V povahových rysech se nejvíce prezentují obecně

pozitivními vlastnostmi, které mohou ženě jen minimálně napovědět, jaký daný jedinec skutečně je. Muži se domnívají, že se ženám zalíbí, když zdůrazní, že jsou hodní, sympatičtí a milí. Avšak tato sebepopisování, ve kterých se užívají subjektivní termíny (jako „hezký“ nebo „normální“), mohou vést k neúmyslnému zkreslení skutečnosti v důsledku rozdílné interpretace těchto termínů (Ellison et. al 2006).

Ve fyzickém zjevu pak často zdůrazňují, že jsou štíhlí, o něco méně pak zmiňují, že jsou vysocí a pohlední. Při charakteristice sebe samotného muži rovněž často uvádějí svoje finanční zabezpečení. Další kategorií, kterou zmiňovali, bylo vzdělání, ať už v podobě dosaženého vysokoškolského vzdělání, nebo faktu, že jsou studenti a na zvýšení své vzdělanostní úrovně pracují.

Sebecharakteristiky žen

V pěti stech analyzovaných inzerátech uvedly ženy celkově 819 charakteristik sebe samotné. Při jejich vyhodnocování jsem postupovala stejným způsobem, jako tomu bylo u sebe prezentací v inzerátech mužů⁴¹.



Ukázalo se, že velké množství žen ve svých inzerátech uvádí, že již mají jedno nebo více dětí z předchozích vztahů (více jak čtvrtina z nich). O něco méně, avšak stále

⁴¹ **Blondýna** – 14 výskytů, 1,7 %; **chce vážný a trvalý vztah** – 34 výskytů, 4,2 %; **nechce být sama, osamělá** – 19 výskytů, 2,3 %; **normální, obyčejná** – 34 výskytů, 4,2 %; **plnoštíhlá, plnějších tvarů** – 16 výskytů, 2 %; **pohledná** – 20 výskytů, 2,4 %; **rozvedená** – 24 výskytů, 2,9 %; **s dítětem** – 77 výskytů, 9,4 %; **samostatná** – 11 výskytů, 1,3 %; **sportovně založená** – 15 výskytů, 1,8 %; **svobodná** – 10 výskytů, 1,2 %; **sympatická** – 21 výskytů, 2,6 %; **zklamaná** – 12 výskytů, 1,5 %.

často, se v inzerátech objevuje upozornění, že je hledající rozvedená. Poměrně často se objevuje požadavek vážného a trvalého vztahu, avšak tento fakt mají ženy tendenci zdůrazňovat méně, než je patrné z inzerátů mužů. Ženy sebe mnohdy popisovaly jako normální a obyčejné a odpovídající průměru.

Pokud žena popisovala své fyzické parametry, objevovalo se často zdůrazňování štíhlé postavy, výrazněji se rovněž projevilo to, že autorky inzerátu dávaly význam tomu, že jsou pohledné a blondýny. Avšak poměrně velká část hledajících žen měla také tendence potenciálního partnera upozornit na to, že je plnoštíhlá a ideálu, který by mohli muži primárně hledat, tedy příliš neodpovídá.

V menší míře se ženy charakterizovaly jako samostatné, z čehož by se mohlo usuzovat, že se do inzerátů začíná promítat i obraz moderní ženy 21. století.

Shrnutí

Jako zásadní rozdíl v mužských a ženských sebecharakteristikách spatřuji to, že ženy při popisu sebe sama mají větší tendenci zdůraznit i to, co by mohlo potenciálního odepisovatele odradit (má závazky z předchozího vztahu, je silnější postavy apod.). Faktem zůstává, že jsou-li ve hře děti z předchozích vztahů, většinou primární zodpovědnost za starost o ně bere na sebe většina žen. Děti z předchozích svazků jsou spíše považovány za přítěž než přínos, a ženina schopnost přivábit partnera tímto trpí. Jak uvádí David M. Buss, v důsledku toho se znovu vdá méně rozvedených žen než mužů a tento rozdíl mezi oběma pohlavími se zvyšuje se stoupajícím věkem (Buss 2009: 21 [1994]). Oproti tomu muži se ve svých inzerátech snaží více zalíbit. Často se v nich objevuje předpoklad, že ženy mohou mít z internetové inzerce špatné zkušenosti, a tak kladou důraz na to, že skutečně hledají dlouhodobý a trvalý vztah. V souvislosti s tím zmiňují i to, že jsou svobodní a bez závazků a že budou své partnerce věrní.

Při popisu fyzického zjevu jak muži, tak ženy nejčastěji zmiňují, že jsou štíhlí a pohlední, avšak ženy mají v souladu s tím, co jsem zmínila výše, i tendence poukázat na to, že jejich postava zcela ideálu neodpovídá. Muži předpokládají, že získají preference, pokud v inzerátu zmíní, že jsou vysocí, ženy zase, když napíšu, že jsou blondýny.

Zatímco ženy se v inzerátech o svém vzdělání zmiňují minimálně, muži poměrně často uvádějí, že jsou vysokoškolsky vzdělaní. Dále se muži domnívají, že pravděpodobnost odpovědi na inzerát se jim zvýší, pokud dají najevo, že nekouří a jsou sportovně založení. Sportovní založenost jako sebecharakteristika se objevuje i u žen, avšak v podstatně menší míře než u mužů. Tato charakteristika se odráží jednak do fyzického zjevu, jednak do utváření dojmu „dobrého zdraví a životního stylu“.

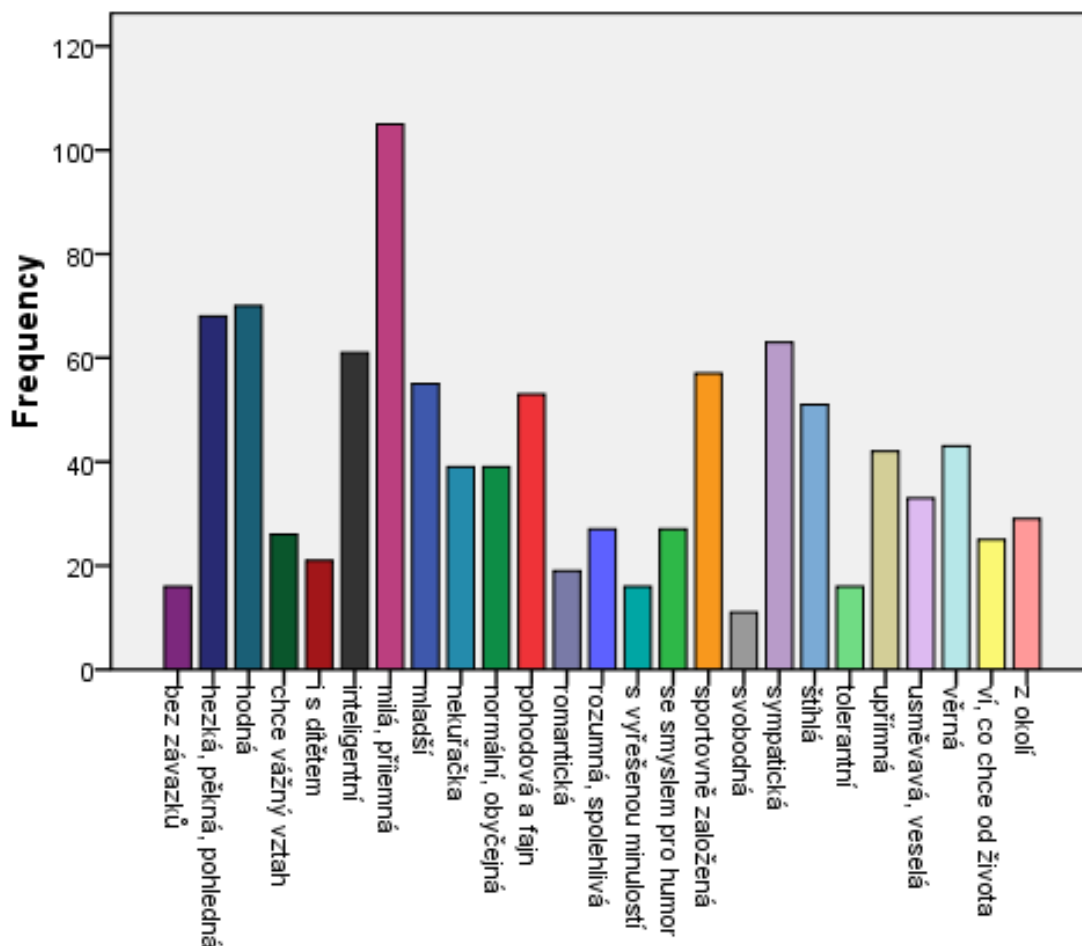
Do inzerátů se rovněž významně promítá představa ekonomické dominance muže a jeho role jako živitele rodiny tím, že zdůrazňují svoji finanční zajištěnost. I u žen, i když podstatně méně, se objevuje v sebecharakteristikách, že jsou samostatné a dokážou se o sebe postarat. Podle Davida M. Busse se vysoké hodnocení muže s bohatými zdroji objevuje i u profesně a ekonomicky úspěšných žen. Uvádí příklad studie, která se zaměřila na finančně úspěšné, vysoce vzdělané, sebevědomé ženy a porovnávala jejich preference pro partnery s preferencemi žen s nižším příjmem. Studie prokázala, že úspěšné ženy kladou ještě vyšší důraz než ty méně úspěšné na partnerovo postavení, inteligenci, výšku postavy, nezávislost, sebedůvěru a vysoké příjmy (Buss 2009: 63–64 [1994]).

7.2.4 Obraz hledaného protějšku – jaký by měl být ideální partner?

Preference charakteristik potenciálního životního partnera jsou z velké části ovlivněné základními sociodemografickými charakteristikami každého jedince (věkem, sociálním postavením, ekonomickou situací), ale zároveň jsou i určeny konkrétním historickým kontextem doby, v níž se daná kultura nachází (viz výše). Identifikace vlastností, které se dají z hlediska představ o ideálním partnerovi brát jako prioritní, výrazně napomáhá k pochopení širších souvislostí „*současného názorového klimatu*“ (Vymětalová 2000: 100). Podle výzkumu české socioložky Simony Vymětalové mezi nejdůležitější vlastnosti, které by měl mít potenciální partner (mužů i žen), patří: dobrý vztah k dětem, zodpovědnost a poctivost, smysl pro rodinný život a tolerantnost. Tudiž je vidět, že mladí lidé přikládají největší důraz na takové vlastnosti svého partnera, které odkazují na zodpovědný přístup k rodině a manželství (*ibid.*: 100). Další charakteristiky jsou však už dle Vymětalové odlišné. Pro ženy se v mnoha případech ukázala rodina jako hlavní sféra jejich seberealizace. S tím také souvisí poznatek, že ženy přikládaly vyšší hodnotu zejména těm vlastnostem životního partnera, které reflektovaly celkové materiální zajištění rodiny a její společenský status. Ženy také více než muži přikládaly vysokou důležitost ctížádostivosti, rozhodnosti, úspěšnosti v zaměstnání a vysokoškolskému vzdělání. Muži naopak hodnotili u své partnerky jako důležitý hezký vzhled a pěkné vystupování. V celkovém shrnutí by se tudíž dalo říct, že ženy ve svých očekáváních směřují spíše k zabezpečení materiálních potřeb rodiny (či jisté společenské prestiži), zatímco muži více akcentují atributy fyzické atraktivity partnerky (*ibid.*: 102).

Požadavky na hledané ženy

Charakteristika hledané ženy



Charakteristika hledané ženy

V požadavcích na hledané ženy muži uvedli celkově 1643 charakteristik⁴². Z nich je patrná snaha oslovit co nejvíce žen. Tedy, aby ideální partnerka byla milá a příjemná (což uvedl každý pátý hledající). Podobnou výpověď mají i další dvě nejčastěji uvedené charakteristiky hledané ženy – aby byla „hodná“ a „sympatická“, často bylo

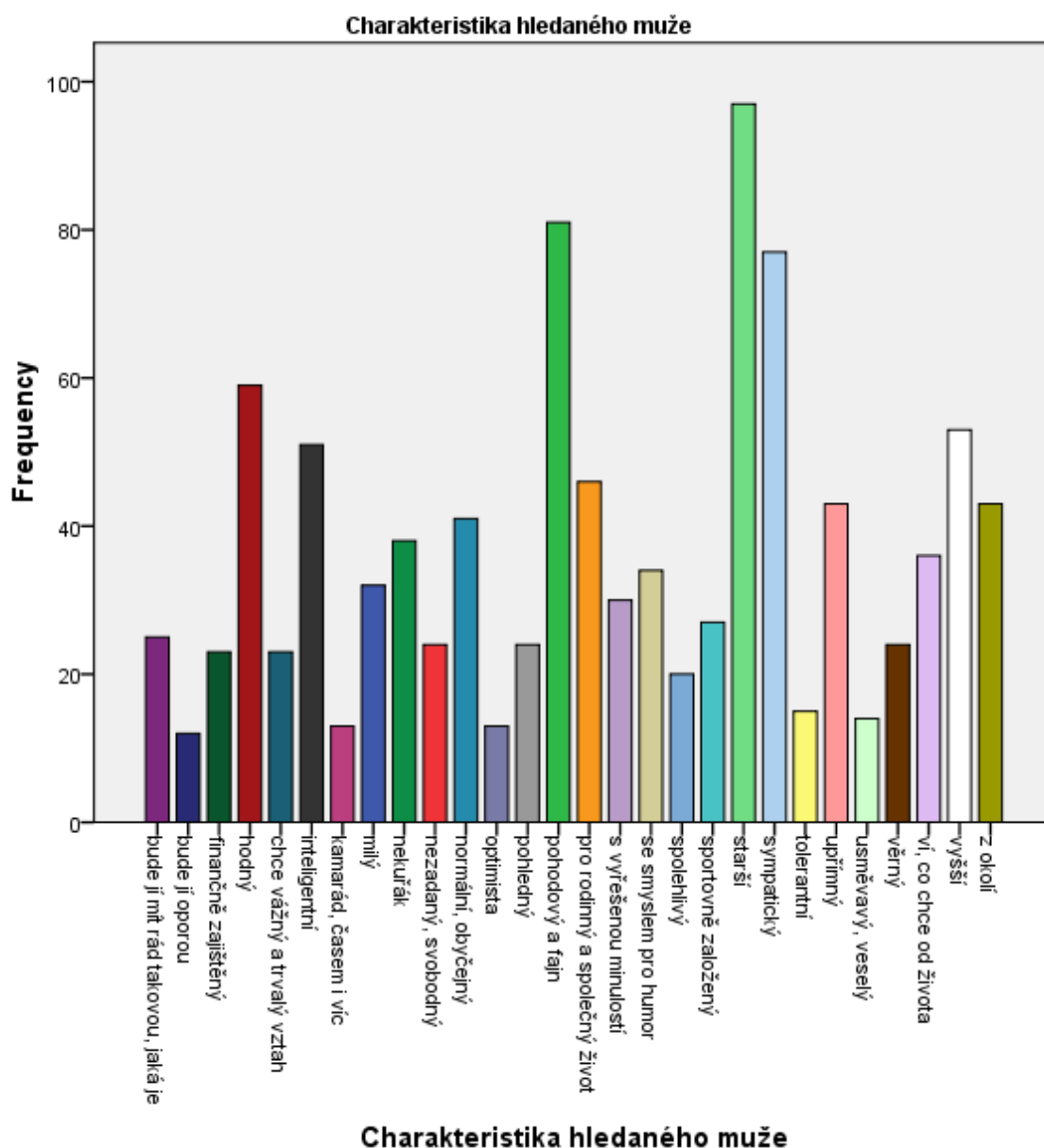
⁴² **Bez závazků** – 16 výskytů, 1,6 %; **hezká, pěkná, pohledná** – 68 výskytů, 4,1 %; **hodná** – 70 výskytů, 4,3 %; **chce vážný vztah** – 26 výskytů, 1,6 %; **i s dítětem** – 21 výskytů, 1,3 %; **inteligentní** – 61 výskytů, 3,7 %; **milá, příjemná** – 105 výskytů, 6,4 %; **mladší než on** – 55 výskytů, 3,3 %; **nekuřačka** – 39 výskytů, 2,4 %; **normální, obyčejná** – 39 výskytů, 2,4 %; **pohodová a fajn** – 52 výskytů, 3,2 %; **romantická** – 19 výskytů, 1,2 %; **rozumná a spolehlivá** – 27 výskytů, 1,6 %; **s vyřešenou minulostí** – 16 výskytů, 1 %; **se smyslem pro humor** – 27 výskytů, 1,6 %; **sportovně založená** – 57 výskytů, 3,4 %; **svobodná** – 11 výskytů, 0,7 %; **sympatická** – 63 výskytů, 3,8 %; **štíhlá** – 51 výskytů, 3,1 %; **tolerantní** – 16 výskytů, 1 %; **upřímná** – 42 výskytů, 2,6 %; **usměvavá a veselá** – 33 výskytů, 2,1 %; **věrná** – 43 výskytů, 2,6 %; **ví, co chce od života** – 25 výskytů, 1,5 %; **z okolí** – 29 výskytů, 1,8 %.

rovněž zmiňováno „pohodová a fajn“. Otázkou však zůstává, zdali se tato forma inzerátu skutečně může setkat s kýženým úspěchem.

Tendence konstruovat inzerát tak, aby oslovil co největší počet žen, se promítá i v definici fyzických požadavků. Muži nejvíce zmiňovali, aby jejich partnerka byla hezká, pěkná a pohledná, což jsou opět charakteristiky, které jsou příliš všeobsahující, subjektivní a individuální. To znamená, že jejich skutečná povaha se definuje až mimo prostředí internetové seznamky, v osobním setkání. Pokud muži uváděli nějakou specifitější charakteristiku týkající se fyzického vzhledu, bylo to, aby jejich partnerka byla štíhlá. Více než šedesát respondentů požadovalo u partnerky, aby byla inteligentní. Podobný počet mužů touží po tom, aby žena byla sportovně založená.

Patrný je i apel na věk. Pokud se muži ve svém inzerátu zmiňovali o věku potenciální partnerky, často uváděli, aby byla mladší než oni. Dále od svého protějšku očekávají věrnost a upřímnost, a aby dotyčná nekouřila.

Požadavky na hledané muže



V požadavcích na hledaného muže uvedly ženy celkově 1705 charakteristik⁴³. Skoro každá pátá žena zdůraznila, aby její partner byl starší než ona. V této preferenci se může odrážet představa, že starší muž bude mít větší množství finančních a hmotných

⁴³ **Bude jí mít rád takovou, jaká je** – 25 výskytů, 1,6 %; **bude jí oporou** – 12 výskytů, 0,7 %; **finančně zajištěný** – 23 výskytů, 1,5 %; **hodný** – 59 výskytů, 3,5 %; **chce vážný a trvalý vztah** – 23 výskytů, 1,5 %; **inteligentní** – 51 výskytů, 3 %; **kamarád, časem i víc** – 13 výskytů, 0,8 %; **milý** – 32 výskytů, 1,9 %; **nekuřák** – 38 výskytů, 2,2 %; **nezadaný, svobodný** – 24 výskytů, 1,4 %; **normální, obyčejný** – 41 výskytů, 2,4 %; **optimista** – 13 výskytů, 0,8 %; **pohledný** – 24 výskytů, 1,4 %; **pohodový a fajn** – 81 výskytů, 4,7 %; **pro rodinný a společný život** – 46 výskytů, 2,8 %; **s vyřešenou minulostí** – 30 výskytů, 1,8 %; **se smyslem pro humor** – 34 výskytů, 1,9 %; **spolehlivý** – 20 výskytů, 1,2 %; **sportovně založený** – 27 výskytů, 1,5 %; **starší než ona** – 97 výskytů, 5,6 %; **sympatický** – 77 výskytů, 4,5 %; **tolerantní** – 15 výskytů, 0,9 %; **upřímný** – 43 výskytů, 2,5 %; **usměvavý a veselý** – 14 výskytů, 0,8 %; **věrný** – 24 výskytů, 1,4 %; **ví, co chce od života** – 36 výskytů, 2,1 %; **vyšší** – 53 výskytů, 3,1 %; **z okolí** – 43 výskytů, 2,5 %.

zdrojů, pravděpodobně bude zralejší, stabilnější a spolehlivější v jejich zaopatřování. V osobních vlastnostech, podobně jako u mužů, převládaly genderově neutrální charakteristiky typu, aby byl „pohodový“⁴⁴ a fajn“, „sympatický“ či „hodný“. Často se také objevovala prostá konstatování, aby byl „normální a obyčejný“. Poměrně velké množství žen uvedlo, aby byl muž inteligentní. Z hlediska fyzického zjevu bylo ženami požadováno, aby byl muž vyšší. Patrné zde bylo zdůrazňování, aby byl hledaný protějšek z okolí jejich bydliště. Podstatné pro ně rovněž bylo, aby nekouřil a byl k nim upřímný. Pokud ženy specifikovaly povahu vztahu, který chtěly s mužem vytvořit, nejčastěji uváděly, aby byl trvalý a dlouhodobý a vedl ke společnému sdílení rodinného a společného života. Objevoval se však i názor, že ze začátku chtějí vytvořit vztah spíše kamarádský a následně se uvidí, jestli přeroste ve vztah partnerský. V menší míře se objevoval apel na finanční zajištěnost, sportovní založenost či požadavek, aby byl hledaný muž věrný a spolehlivý. Spolehlivost a zralost pak mohou signalizovat zvýšenou pravděpodobnost toho, že ženiny zdroje nebudou mužem vysávány (Buss 2009: 47 [1994]). Jako důležitá se ukázala i určitá psychická vyspělost a ujasněná identita muže spočívající v tom, že muž ví, co hledá a očekává od života, a svoji minulost má vyřešenou.

Shrnutí

Z hlediska fyzických požadavků na partnera se u žen vyskytly dva nejvýraznější apely: aby byl vyšší a pohledný. S fyzickým vzhledem má souvislost i to, že partner bude sportovně založený, což se rovněž ve vyhledávaných charakteristikách hledaného protějšku poměrně často vyskytovalo. Sportovní založenost jakožto životní styl, který se promítá do fyzického vzhledu, se výrazně objevuje i v požadavcích mužů na ženu. Ti kromě toho apelují na to, aby byla štíhlá, hezká a pohledná.

Jako nejčastější charakteristiku hledaného muže ženy zdůrazňují, aby byl starší než ona. Stereotyp „starší muž – mladší žena“ se ukazuje i v inzerátech mužů, avšak ne tak výrazně jako u žen.

⁴⁴ Podle české lingvistky Ireny Vaňkové (1962) Češi obecně klid a osobní pohodlí vnímají jako klíčový. S tím je také spojen nárůst novotvarů spojených se slovem „pohoda“ v posledních třiceti letech. Původně toto slovo označovalo pěkné počasí, poté se přidal význam osobního hmotného i duševního komfortu. Následně si zejména mladí Češi oblíbili rčení, že je něco v „pohodě“, načež se i objevila nová charakteristika člověka „pohodáře“. Vaňková na základě podrobných rešerší došla k závěru, že právě „pohoda“ je klíčovým slovem k pochopení české kultury v posledních deseti letech (Šůra 2011: 76–77).

Pro muže se ukázalo jako nejpodstatnější, aby partnerka byla milá a příjemná. Obě pohlaví pak u svých protějšků preferují genderově neutrální charakteristiky: „hodný/á, pohodový/á, fajn, normální, obyčejný/á, sympatický/á, upřímný/á“.

Jak pro muže, tak pro ženy je stejně důležité, aby partner nekouřil. U obou pohlaví se poměrně často ukazuje požadavek na homogamii z hlediska místa, odkud hledající pochází, u žen pak o něco více než u mužů. Stejně tak je pro ženy o něco více důležité, aby měl partner vyřešenou minulost a věděl, co očekává od života. Oproti tomu muži více než ženy kladou význam požadavku na věrnost svého protějšku. Ženy pak častěji uvádějí, aby se na partnera mohly spolehnout (tedy loajlnost).

V souvislosti s tím je u žen možné vidět požadavek na finanční zajištěnost muže a to, aby jí byl partner oporou.

Výška požadovaného vzdělání je v inzerátech uváděna minimálně, spíše se zde, nezávisle na pohlaví, objevuje přání všeobecné inteligence partnera.

Obě pohlaví vyhledávají u svého protějšku optimistický pohled na svět a zejména muži si přejí, aby byla jejich partnerka veselá a usměvavá. Ženy o něco více zdůrazňují, že by měl jejich partner mít smysl pro humor – zkráceně by bylo možné konstatovat: „muž baví, žena se směje“.

7.3 Ověření hypotéz

H₁: Seznámení přes internet hledají více muži než ženy.

Při porovnání genderového zastoupení u podavatelů inzerátu se ukázalo, že inzeráty podávají spíše muži než ženy (49 716 ku 32 241 ke dni 10. 4. 2010⁴⁵). Tato hypotéza tedy **byla ověřena**.

H₂: Inzeráty mužů a žen budou obsahově odlišné.

Při popisování sebe sama se ukázaly mezi muži a ženami odlišné tendence. Zatímco ženy častěji zdůrazňovaly i to, co by mohlo partnera odradit, muži se snažili ve svých inzerátech více zalíbit. Muži také více než ženy inklinují při sebepopisování k uvádění charakteristik, které nejsou příliš konkrétní (milá, pohodová, normální, sympatická) a v prostředí internetové seznamky těžko vyjadřitelné. V preferencích na

⁴⁵ Otázkou zůstává, zdali je tento rozdíl daný tím, že seznamování přes Internet vyhledávají spíše muži nebo tím, že ženy spíše na inzeráty odpovídají, než je uveřejňují.

partnera/partnerku se ale výskyt těchto nekonkrétních charakteristik objevoval u obou pohlaví. Tato hypotéza tedy **byla ověřena částečně**.

H₃: Do seznamovacích inzerátů se budou promítat biologicky determinované požadavky: muži u svých partnerek nejvíce touží po mládí a tělesné přitažlivosti; ženy u muže vyžadují vysoké společenské postavení a ekonomické zabezpečení.

V inzerátech mužů se ve větší míře ukázalo, že hledají hezkou, pohlednou ženu, stejně tak se jako významný ukázal požadavek, aby hledaná žena byla mladší a štíhlá. Požadavek finančního zabezpečení muže se v inzerátech žen ukázal, avšak v porovnání s ostatními hodnotami nebyl tak často zastoupen. V celkovém hodnocení tedy byla tato hypotéza rovněž **ověřena částečně**.

H₄: Věkové kategorie mužů hledajících seznámení přes inzerát podaný na internetu budou vyrovnanější než u žen.

U mužů se z hlediska věku ukázal stoupající zájem o internetové seznamování. Nejvíce byla zastoupena věková kategorie v rozmezí 25–29 let, s vyšším věkem zájem o internetové seznamování klesal. Věkové rozmezí hledajících žen bylo v porovnání s muži vyrovnanější. Tato **hypotéza se nepotvrdila**.

H₅: Věk žen hledajících seznámení přes internet se bude nejčastěji pohybovat okolo třiceti let.

V případě internetové seznamky se výrazněji vyčlenily dvě skupiny hledajících žen, a to ve věku 20–24 let a 35–39 let. Internetové seznamování tedy hledají spíše ženy mladší nebo starší a tato hypotéza tudíž rovněž **nebyla potvrzena**.

H₆: Ženy starší třiceti let budou častěji pocházet z Prahy a Jihomoravského kraje (Brno) než ženy mladší.

Ukázalo se, že ženy ve věkovém rozmezí 35–39 let hledající internetové seznámení častěji pocházely z hlavního města než ženy, kterým bylo mezi 20–24 lety. Ty naopak častěji bydlely v Moravskoslezském, Jihomoravském a Středočeském kraji. Tato **hypotéza se tedy potvrdila**.

H₇: V inzerátech obou pohlaví se bude projevovat homogamie z hlediska místa bydliště, vzdělání a věku, přičemž muži budou mít tendenci hledat si ženu, která je mladší než oni a ženy budou požadovat muže, který je starší než ony.

U obou pohlaví se objevil požadavek, aby hledaný protějšek pocházel z okolí místa jejich bydliště, u žen pak o něco více než u mužů. Faktor vzdělanosti se jako významný projevovat pouze v sebecharakteristikách mužů. Oproti tomu se potvrdilo, že ženy hledají muže, který je starší než ony, a muži zase touží po mladší partnerce. Celkově tedy byla hypotéza homogamie **částečně potvrzena**.

Jak ze sebe prezentace, tak z požadavků na hledaného partnera je patrné, že řada mužů i žen očekává, že vyústěním internetové seznamky bude společný partnerský život a následné založení rodiny. Jaká je ale praxe? Obsahová analýza nám sdělila fakta, avšak k důkladnějšímu odhalení příčin těchto jevů a toho, co se za nimi skrývá, bylo třeba provést kvalitativní výzkum rozhovorů s lidmi, kteří proces hledání vážného vztahu přes internet přímo absolvovali.

7.4 Prezentace výsledků hloubkových rozhovorů

7.4.1 Vzorek respondentů

Respondenti, kteří byli zahrnuti do výběrového souboru, byli mladí lidé ve věku 26–35 let. Všichni, až na jednoho, žijí v Praze či v jejím blízkém okolí. Pět ze šesti respondentek mělo vysokoškolské vzdělání, jedna vystudovala Vyšší odbornou školu. Tři ze sedmi oslovených mužů měli středoškolské vzdělání s maturitou, tři byli vysokoškolsky vzdělaní a jeden byl vyučen.

Všichni mnou oslovení lidé byli v době výzkumu nesezdaní (dva z nich byli rozvedení, ostatní svobodní). Sedm z nich bylo ve fázi aktivního hledání partnera, pět z nich mělo partnera (kterého mimo jeden případ našli právě prostřednictvím internetové seznamky), dva z nich sebe definovali jako svobodný/á na základě své vlastní volby. Byli s tímto stavem smíření a aktuálně po dlouhodobém partnerském vztahu netoužili.

7.4.2 Profily respondentů a jejich zkušenosti s internetovou seznamkou

R1	29 letá žena, žijící v Praze. Má vysokoškolské vzdělání, bydlí sama ve vlastním bytě a pracuje v oblasti IT. V době uskutečnění rozhovoru byla svobodná a partnera aktivně hledala v internetovém prostředí, tak i v reálném životě. Přes internet se setkala přibližně s 10 muži. Vážný, delší než měsíční vztah z internetové seznamky u ní nikdy nevzešel.
R2	31 letá žena, žijící v Praze. Má vysokoškolské vzdělání humanitního zaměření, pracuje jako redaktorka. Bydlí s přítelem, se kterým se seznámila přes internetovou seznamku po přibližně půlročním aktivním hledání.
R3	29 letá žena, žijící v Praze. Má vysokoškolské vzdělání humanitního zaměření, žije sama ve vlastním bytě. Je svobodná a přítele aktuálně nehledá. Z internetové seznamky u ní v minulosti vzešel několikaletý vážný vztah.
R4	29 letá žena, žijící v Praze. V době rozhovoru dokončovala studium na vysoké škole, vedle toho pracuje jako lektorka anglického jazyka. Je bez partnera a bydlí v podnájmu s přáteli. Přes internetovou seznamku se sešla přibližně s deseti muži, ale nikdy to nevyústilo ve vážný vztah.
R5	34 letý muž, žijící v Praze. Má vysokoškolské vzdělání, pracuje jako farmaceut. Bydlí v pronajatém bytě se spolubydlícím, je svobodný a aktivně hledající. V průběhu deseti let se sešel s 15–20 ženami, ale nikdy to nevyústilo ve vážný vztah.
R6	28 letý muž, žijící v Praze. Má středoškolské vzdělání. Pracuje jako delegát cestovní kanceláře, tudíž je velkou část roku v zahraničí. V současné době je svobodný a aktivně nehledající. Z internetového seznamování má zkušenosti spíše z minulosti a vztahy, které se tímto způsobem vytvořily, hodnotí spíše jako přátelské než partnerské.
R7	33 letý muž z Přerova na Moravě. Je vyučen a pracuje jako kuchař/číšník. Je rozvedený, ale má přítelkyni, se kterou se seznámil mimo prostředí internetové seznamování. Vážný vztah z internetové seznamky nikdy neměl, ale kontakty zde vzniklé vyústily v přátelství.

R8	34 letý muž, žijící v Praze se svou přítelkyní, se kterou se seznámil přes internetovou seznamku. Má středoškolské vzdělání, pracuje jako Site manager OBS (zajišťující fungování tiskáren). S internetovým seznamováním má dlouhodobé zkušenosti, poprvé jej k tomuto účelu začal používat v roce 1994. V realitě se sešel přibližně s pěti ženami, několikrát to vyústilo ve vážný vztah.
R9	26 letý muž, žijící v Praze. Aktuálně dokončuje studia na vysoké škole. Bydlí s rodiči, je bez partnerky, kterou ale aktivně hledá. Sešel se s několika ženami, se kterými se seznámil na internetu, ale nikdy to nevyústilo ve vážný vztah.
R10	32 letý muž žijící v Praze, bydlí se svými rodiči. Má středoškolské vzdělání a pracuje v oblasti IT. Je svobodný a aktivně hledající. Přes internetovou seznamku se sešel přibližně s třiceti ženami, několikrát to vyústilo v několikaletý či několikaměsíční partnerský vztah.
R11	31 letá žena. Má vystudovanou vysokou školu, pracuje v oblasti školství. Bydlí v Berouně s partnerem, se kterým se seznámila přes internet. Mimo něj se přes internetovou seznamku sešla v realitě se dvěma dalšími muži, ale jen s tím jedním to vyústilo ve vážný vztah.
R12	32 letý muž žijící v Berouně. Má středoškolské vzdělání, pracuje v interiérovém studiu. Bydlí s partnerkou, se kterou se seznámil přes internetovou seznamku. Většinou jeho internetové dopisování vyústilo v osobní setkání. Sešel se přibližně s deseti ženami, přičemž dvakrát setkání vyústilo v delší vztah. Poslední vztah navázaný přes internetovou seznamku stále trvá.
R13	35 letý muž bydlící v Praze sám, v podnájmu. Má vystudovanou vysokou školu a pracuje v oblasti marketingu. Je svobodný a aktuálně hledající. V realitě se sešel přibližně s 8–10 ženami, se kterými navázal kontakt ve virtuálním prostředí internetu. Jednou to vyústilo ve vážný vztah, který ale dnes už netrvá.
R14	27 letá žena z Prahy. Vystudovala Vyšší odbornou školu a pracuje jako zdravotní sestra. Je rozvedená, má dvě děti, bydlí se svou matkou. Partnera nemá, ale aktivně ho hledá, zejména skrze příležitosti, které nabízí internet. Využívá možnosti chatu i podání si inzerátu. Přes inzerát se sešla přibližně s osmi muži, přes chat množství nepočítá. Setkání v realitě však nikdy nevyústilo ve vztah trávající více než dva měsíce, s několika lidmi se ale stále vídá jako kamarádka.

7.4.3 Proč hledat partnera přes internet? (Motivace)

Psycholog Zdeněk Vybíral (2002) mezi motivace k elektronické komunikaci řadí zejména předávání poznatků, navazování sociálních kontaktů, dále zde hraje roli motivace adaptační, přesilová, existenciální, požitkářská a sebestpotvrzovací. Sdružovací motivace se jeví v problematice seznamování a navazování kontaktů jako jasná priorita, ale velkou roli zde hraje i požitkářství a sebestpotvrzení. I v případě, že hledání ideálního partnera je neúspěšné, zájem ostatních uživatelů může pozitivně působit na vnímání sebe sama. Hledání partnera pomocí internetu tak může mít i vedlejší dopad na sebevědomí jedince a pro někoho se může stát i hlavní motivací k návštěvě seznamky. Nejde už vlastně o to někoho najít, ale mít pocit, že jsem pro někoho žádoucí. K sebestpotvrzení tu neslouží jen projevený zájem ostatních účastníků, ale i hodnocení fotografií, komentáře atd. (Hladíková 2008: 11).

V hloubkových rozhovorech se vedle očekávaných motivů, proč se jedinec rozhodne využít internetové seznamky (cítí se **osamocen a nemá dostatek příležitostí** se seznámit v realitě nebo mu v seznámení brání jeho **ostýchavost a nesmělost**), objevovaly i další názory. Nedostatek příležitostí uvedlo pět respondentů; možnost seznámit se i přes ostýchavost, která je provází v reálném životě, zmínili dva respondenti.

„Neměla jsem z časových důvodů možnost chodit na společenské akce, kde k seznamování zpravidla dochází. A oslovování na ulici mi připadalo nevhodné a nedůstojné“ (R11).

„Je-li člověk introvert, nesmělý a nepolepšitelný Dantista, k tomu postižen abstinencí, nekuřáctvím a jinými neduhy, je pro něj seznámit se jinak než formou neosobního internetu zcela nereálné“ (R10).

U tří respondentů byla důvodem hledání partnera přes internet **zvědavost** a touha to vyzkoušet a svou roli sehrál i **vliv zkušeností lidí** z jejich okolí.

„Já jsem měl zpočátku strach si hledat partnerku přes internet, ale byl jsem trochu ovlivněn několika známými, kterým se to poštěstilo a podařilo. A tak jsem si řekl, že bych to mohl díky tomu zkusit taky...“ (R9).

Rozvedená respondentka se dvěma dětmi se vyjádřila v tom smyslu, že k seznamování přes internet ji vedl pocit **zoufalství** v kombinaci s **touhou po dobrodružství**.

Další respondentka uvedla, že během seznamování přes internet uvítala fakt **přímocharosti** v jeho prostředí. Zmiňovala zejména to, že lidé tam již chodí za jasným účelem se seznámit, a tak se nemusí obávat někoho oslovit, oproti reálnému životu, kdy to tak jasné není a je tu tedy větší obava z případného odmítnutí.

Jiný respondent upozorňuje na to, že klasické seznamování je vzhledem k současnému stylu života většiny lidí složité, obzvláště pro ty, kteří neplují zcela s hlavním proudem. V inzerátu mohou lidé alespoň částečně zadat své představy, říci něco o sobě a tím **vše zjednodušit**. Následující respondent upozorňuje na to, že lidé v Čechách jsou oproti jiným zemím příliš **uzavření do sebe** a nejsou nakloněni tomu, aby se seznamovali na ulici:

„My jsme takoví ustrašení. Máme pořád nějaké předsudky, že to je někdo, kdo nás chce přepadnout nebo něco vyloudit. Jsme takoví uzavření do sebe“ (R13).

7.4.4 Podání inzerátu vs odpověď na něj

Většina z respondentů vyzkoušela odpovědět na něčí inzerát, i si podat svůj vlastní, přičemž podání vlastního inzerátu bylo hodnoceno pozitivněji. Slovy jednoho respondenta:

„Většinou jsem si inzerát podával já sám, ale třeba i v minulosti jsem zkoušel i odpovídat, ale ta situace je taková, že ty odpovědi většinou vyznějí na prázdno. Podat inzerát je prostě lepší“ (R5).

Dva respondenti uvedli, že k seznámení na internetu spíše než podání inzerátu využívali možnosti chatu.

7.4.5 Strategie vytváření inzerátu

Otázku, jaké požadavky na partnera byly pro hledající v seznamovacím inzerátu důležité uvést, a jak v něm prezentovali sami sebe, jsem položila i respondentům

v rámci hloubkových rozhovorů. Na co kladli důraz? Spíše než na konkrétní charakteristiky, které byly předmětem obsahové analýzy, jsem se ve výpovědích respondentů snažila zachytit obecnější strategie toho, jaký obraz o sobě chtěl respondent skrze internetový inzerát vytvořit a na co kladl u partnera/partnerky důraz. Z odpovědí respondentů jsem definovala následující čtyři strategie:

- **selekce nežádoucího,**
- **nejsem zoufalec,**
- **oslovit co nejširší okruh lidí,**
- **nevzdat se ideálu.**

V jednotlivých kategoriích jsem nespatořovala genderové odlišnosti – jejich výskyt jsem zaznamenala u obou pohlaví.

Selekce nežádoucího

Tato strategie se objevovala nejčastěji. Respondenti tímto způsobem eliminovali masový zájem tzv. „chronických odpovídačů“ a očekávali jen reakce od těch, které skutečně zaujalo to, co napsali. Pro jejich inzeráty je signifikantní specifičtější vypsání jednotlivých charakteristik a požadavků.

„Nejdřív jsem uvedla takové ty rozřazující, filtrovací vlastnosti, aby nekouřil a měl určitou úroveň vzdělání... a pak prostě ty charakteristiky, které mají lidé, do kterých se zamilovávám“ (R1).

„Napsal jsem základní charakteristiky a představy, to vše tak, aby to pokud možno již předem odradilo určitou kategorii lidí“ (R11).

Nejsem zoufalec

Vedle „selekce nežádoucího“ byla tato strategie mezi respondenty nejčastější. Hledající, který přistoupil k seznamování přes internet, se domníval, že by měl skrze inzerát dát najevo, že nepatří do kategorie „zoufalců“, jakožto lidí, kteří jsou mnohdy s tímto způsobem seznamování asociováni. Snažili se do svých inzerátů vnést zejména originalitu a autentičnost.

„Mně šlo o takový nadhled, aby bylo vidět, že nejsem žádný zoufalec, který hledá někoho za každou cenu. Nechtěla jsem být nudná, chtěla jsem působit zajímavě, a aby to vyznělo sympaticky a příjemně“ (R2).

„Snažil jsem se to napsat trochu neformálně, ale zase na druhou stranu jasně, aby bylo vidět, o co mi jde“ (R9).

Oslovit co nejvíce lidí

Strategie „oslovit co nejvíce lidí“ vystupuje opozitně proti „selekcí nežádoucího“. Hledající chce ve svém inzerátu oslovit co největší množství lidí a jejich selekci provádět až při osobnějším kontaktu, například prostřednictvím mailu či komunikačních aplikací, jako je ICQ či Skype.

„V charakteristice jsem uvedla fajn člověka pro život, který se nebojí překážek. Spíš jsem spoléhala na to, že se ozve širší okruh lidí a z těch to potom dopadne nebo ne“ (R4).

Nevzdat se ideálu

Čtvrtou kategorii, kterou jsem z rozhovorů vypočetla, tvoří respondenti s tendencí nevzdat se ideálních představ na partnera, které v sobě uchováváme. Hledající v internetovém prostředí nabývá představy, že tím, že osloví větší množství lidí, zvyšuje i šanci, že se ozve někdo, kdo odpovídá jeho představám o ideálním partnerovi/partnerce. Zároveň využívá prostředí oproštěné od reálného světa, tudíž se neobává otevřeně své ideální požadavky vyjádřit. Respondenti, kteří používali tuto strategii, pak ale zároveň přiznávali, že příliš úspěšná nebyla.

„Psal jsem tam normálně to, co bych sděloval v životě, kdybych nebyl svázán morálními záležitostmi, které nám sděluje naše společnost. Partnerka musela být krásná, inteligentní, rozumná, cílevědomá, šetřící peníze, ale ochotná utratit za svého partnera víc než on za ni. Hlavně ale krásná“ (R6).

„Měl jsem takový pocit, že hledáme-li člověka pro život, tak bychom neměli ustupovat od svých ideálních parametrů. A ty jsem si kladl. Samozřejmě, že nás pak zákonitě čeká facka, realita bývá krutá“ (R10).

7.4.6 Jaký inzerát zaujme?

Jak jsem se již zmiňovala výše, většina mnou oslovených respondentů si inzerát podala i na něj odpovídala, a proto jsem jim rovněž položila otázku, jakou podobu měl mít inzerát, aby respondenta motivoval k odpovědi na něj. Ukázalo se, že velkou roli hraje **originalita a výjimečnost** inzerátu, která byla zmíněna pěti respondenty.

„Musel nějakým způsobem zaujmout. Jedno jak, musel být nějak originální, napsat něco, s čím se člověk ztotožnil nebo ho to zlávalo. Většinou jsem měla odpor, bylo-li tam ‚hledám normální holku, normální seznámení‘“ (R1).

„Tak, aby to člověka oslovilo. Mě odrazovalo, že se tam objevovaly mraky inzerátů typu: taková maková hledá bohatého, zajištěného, podnikavého, sportovně založeného, svalnatého. V té době, když jsem se seznamoval přes internet, mi přišlo, že tam toho je většina. Takže já jsem vlastně hledal něco jiného než tohle“ (R8).

„Ty inzeráty jsou většinou dělané jako přes kopírák, takže mě zaujalo, když tam bylo něco neobvyklého nebo zvláštního, co upoutalo moji pozornost“ (R5).

Dále respondenti považovali za důležité **věkové rozmezí**, které bylo v inzerátu uvedeno, a jako velmi žádoucí byla u komunikačního partnera označena také podobnost ve smyslu sdílení **zájmů, postojů a hodnot**. Dvěma respondentkami bylo zmíněno, že je pro ně prioritní, aby byl inzerát **bez gramatických chyb**. Vedle toho dva účastníci výzkumu uvedli, že je zaujme, když je vidět, že si dotyčný věří a má dostatečné **sebevědomí** v seberepresentaci.

„Obvykle mě zaujme text, který naznačuje, že muž nějak vybočuje, nepodceňuje se“ (R1).

„Většinou mě zaujalo, že ta žena vypadala hodně náročně. A z toho mi vyplynulo, že na tom nebude moc špatně“ (R13).

7.4.7 Setkání v reálném životě – vystoupení z virtuální reality

Všichni účastníci mého výzkumu překročili práh virtuální reality a uskutečnili setkání s jedincem, se kterým si psali, i v reálném životě. Jak jsem se již zmiňovala výše, v internetovém prostředí je tendence idealizovat si člověka, se kterým zde navážeme kontakt, což vede k tomu, že k němu začínáme pociťovat větší sympatie (Joinson 2003: 136). Na druhé straně se však objevuje riziko zklamání, když se setkání v reálném životě uskuteční. Jaké dojmy a pocity měli respondenti z uskutečněných setkání?

V názorech většiny respondentů se odrážely zkušenosti, ve kterých se často **realita** skutečného setkání v mnohém **lišila** od představy, kterou si vytvořili během předcházející internetové komunikace:

„Od představ se realita obvykle lišila dost, většinou charakterovými vlastnostmi. Projektuješ si předem svoje představy, a pak je těžké, aby kandidát zaujal. Pokud tam není nějaké jiskření, nemá-li něco iracionálního nebo spřízněného, co tě chytí. Obvykle se stane, že společné zájmy souhlasí, ale stejně to není nejdůležitější. Je dobré mít něco společného, ale ve finále je to prakticky jedno“ (R1).

Ne vždy se ale očekávání, které před setkáním s protějškem respondenti měli, proměnilo v negativní zkušenost. Dva respondenti sdělili, že uskutečněné schůzky pro ně byly spíše **příjemným překvapením**.

„V realitě jsem byla velice příjemně překvapená. Lišilo se to až o polovinu, ale pozitivním směrem“ (R3)

„To je hodně zvláštní, mně se zdálo, že pokud jsem se potkal s nějakou slečnou, tak to bylo většinou, až na pár výjimek, milé překvapení“ (R9).

Respondenti však často uváděli, že očekávání se od reality lišilo zejména tehdy, když si s objektem svého zájmu před samotnou schůzkou až příliš dlouho dopisovali. A

proto se snažili po svých předchozích zkušenostech sejít v dalších případech s protějškem **co nejdříve**.

„Ze začátku to (setkání) bylo po delší době, což jsem zjistila, že je docela průšvih. Protože, když to bylo po delší době, tak jsem si k tomu člověku vytvořila nějaké vlastní představy a potom jsem byla zklamaná. Takže jsem se raději začala scházet co nejdřív. A tam nemohlo být zklamání, protože jsem o tom člověku zas tak moc nevěděla. Protože jakmile jsem si o tom člověku udělala nějakou představu a on to nesplňoval, už mi tam na něm něco vadilo... Potom, když to byla ta kratší doba, tak určitou představu jsem měla, ale ne až tak, takže to nebyl takový problém“ (R4).

„Já mám právě tu zkušenost, že u setkání, která se domluví poměrně rychle, jsou si představa a výsledná realita poměrně blízké. Ale čím víc mají holky tendenci setkání skrze různé maily prodlužovat, tím víc je realita od představy vzdálenější“ (R5).

„Vždycky jsme spolu komunikovali napřed po mailu. Ale relativně brzy jsem se to snažil natlačit k tomu, abychom se poznali osobně. Dlouho to vést virtuálně, to není ono. To se pak může zkroutit úplně jinam“ (R8).

K rozčarování dochází zejména z důvodu, že si protějšek, se kterým jsme v kontaktu, **vymýšlí** nebo nějakým způsobem poupravuje skutečnost. Nemusí to být jenom tím, že uvede odlišný věk, vzdělání, sociální postavení či dokonce pohlaví. Sebe prezentace v inzerátu může být podpořena vložením fotografie či odkazem na profil uživatele, ve kterém o sobě může napsat řadu detailů – od oblíbené barvy po preferovanou sexuální polohu. Ale i tyto informace jsou redukovány na to, co by podle dotyčného mělo být zveřejněno. Stejně tak profilové fotografie neukazují jenom jak lidé vypadají (nebo by chtěli vypadat), ale také zdůrazňují vlastnosti, které dotyčný považuje za důležité vyzvednout (Ellison et. al 2006).

„Tak jsme si třeba poslali fotku. A problém je, když ta dotyčná pošle fotku, která je třeba 10 let stará. A samozřejmě se tam také fejkuje. Také bych řekl, že hodně lidí tam má až moc vysoké sebevědomí. Když holka napíše, že je štíhlé postavy, tak to je mnohdy široký pojem“ (R13).

7.4.8 Výhody a nevýhody internetového seznamování

Výhody

Mezi hlavní výhodu internetového seznamování respondenti zmiňovali zejména **časovou úsporu**. Internet otevírá hledajícím prostor, aby během pár chvil, několika kliknutí, rychle a snadno našli někoho, kdo jim dodá pocit, že nemusí být sami. Časová úspora byla uvedena pěti respondenty.

„Ve chvíli, kdy je člověk sám, tak může poměrně rychle a snadným způsobem někoho získat. Neřeším kvalitu, ale určitě se tím vyřeší samota nebo nedostatek sexu. Může reagovat na několik odpovědí a nějaká příležitost k setkání z toho vyjde vždycky“ (R1).

Vedle toho a zároveň někdy i v návaznosti na časovou úsporu uvedlo pět respondentů jako výhodu možnost **překonání plachosti**, kterou může mít jedinec v reálném životě. Skrze internet mohou snadněji a bez obav vyjádřit své myšlenky, názory či pocity, které by jinak neměli odvahu dát najevo.

„Jsou třeba typy lidí, kteří si dokážou vyhledat příležitosti, jsou dostatečně spontánní, uvolnění, veselí a to je pak přiláká k druhému pohlaví. Ale jsou také typy lidí uzavřenější, introvertnější a ti se seznamují obtížněji. Tady si to mohou nanečisto vyzkoušet, nemusí se toho bát. Tady právě nebyl ten problém, že bych se bála, když tam byl jasný cíl, že ten druhý má také o tebe určitý zájem a pak se ti nějak zalíbil prostřednictvím odpovědí a internetové komunikace“ (R2).

„Obecně se pro mě na internetu líp navazuje komunikace, takže i tady v tom hledisku to má pro mě výhodu. Můžu překonat tu ostýchavost, která ve mně je“ (R9).

Internet také uživatelům umožnil seznámit se s lidmi, **s nimiž by se v reálném světě jinak nepotkali**. Mohou vnímat, že okruh lidí, se kterými přicházejí v běžném životě do styku, jim neumožňuje, ať už z faktických (nedostatek mužů/žen v mém okolí) nebo morálních (nebudu se seznamovat na pracovišti; nebudu se seznamovat se zadaným...) důvodů, navázat partnerský vztah, a tak využívají toho, že internet přináší možnost dostat se za hranice tohoto okruhu. Tato skutečnost byla zmíněná třemi respondenty.

„Když máš doma internet, tak je to jednoduchý, snadno dostupný širokému okruhu lidí různého věku, místa bydliště. Lidé, které bych normálně nepoznala“ (R4).

„Já tam jedinou výhodu asi vidím v tom, že tam můžeš potkat lidi, které bys jinak nikdy nepotkala. Je to dobré řešení, když nemůžeš nikoho potkat v běžném životě“ (R5).

„Když člověk chodí do práce a pak přijde večer, tak už nic. To, co dělám za práci, tak tam není moc příležitostí se nějak seznámit. A já jsem ještě ve službách: takže i když tam chodí různí lidé, tak bych se třeba teoreticky seznámit mohl, ale zase nemůžu z toho důvodu, že tam je mezi tím obchodní vztah“ (R8).

Tři respondenti zdůrazňovali výhody anonymity internetového prostředí, která umožňuje **nezávaznou komunikaci** a možnost si bez jakýchkoli závazků nějakého jedinice vybrat a oslovit. Pokud z následné komunikace vyplyne, že je nám daný člověk nesympatický, je možné s ním kontakt snadno a bez výčitek ukončit.

„Odpadá osobní kontakt jako první věc, protože můžeš si s tím člověkem vyměňovat internetové e-maily, aniž bys ho musela potkat a setkat se s ním tváří v tvář. Výhoda je tedy prvotní anonymita a včasná rozhodování, jestli mu odpovíš nebo ne, protože mu můžeš odpovědět nezávazně a nemusí vědět, kdo jsem“ (R3).

„Člověk si může toho druhého předem prohlédnout, může s tím druhým prostřednictvím chatu napřed nezávazně komunikovat“ (R7).

„Výhody jsou v tom, že tady si to může člověk prostě nějak v klidu pročíst a nějaké jedinice si vytipovat. Líp se v tom vyhledává. Je to poměrně široká databáze, ve které si můžu potenciální partnerku vytipovat, zatímco normálně třeba nevíš, koho máš oslovit. Takhle aspoň zhruba nějak víš a pokoušíš se trefovat“ (R8).

Respondenti také uvítali, že si mohli předem **vyjasnit vzájemné hodnoty, zájmy a postoje** a tím se vyhnout komplikacím, které by se mohly objevit z důvodu nesouladu v těchto oblastech. Tato výhoda byla zmíněna dvěma respondenty.

„V zásadě se jedná o jisté síto, které umožní se setkat s lidmi, s nimiž má člověk podobné představy, životní hodnoty, zájmy atd.“ (R12).

„Řekl bych, že je dobré, že si tam mohou lidé vyjasnit své zájmy, protože tam se většinou popíše, co koho baví. A také se dá z toho trochu odezírat a číst mezi řádky z těch textů“ (R13).

Nevýhody

Jako nejčastější negativa seznamování přes internet bylo respondenty uváděno obecné **zklamání z toho, jak se protějšek prezentoval ve virtuálním světě a potom při reálném setkání**. Toto uvedlo šest účastníků hloubkových rozhovorů. Někteří se setkali přímo s tím, že jim jejich protějšek lhal. Jindy nedokázali překonat nesoulad, který vycházel z představ, jež si vytvořili v prostředí internetu.

„Je tam nepříjemné, když se lidé za internet schovávají. To znamená, že ti někdo něco napíše, a když se s ním setkám, tak zjistím, že to není pravda. Takže jde tam lhát“ (R4).

„Bylo to tak, že třeba písemně to bylo dobrý, ale pak jsme si neměli ve skutečnosti co říct. Obecně tam může být to úskalí, aby se člověk opravdu sešel s tím, s kým se baví. Třeba když se chci sejít s nějakou slečnou, tak abych nezjistil, že to je chlap. Ale takovou zkušenost nemám“ (R9).

Mezi nevýhodami bylo rovněž uváděno, že seznamování přes internet může sice na jedné straně přinést časovou úsporu, ale na druhé straně tímto způsobem člověk i **čas ztrácí**. Jedna z příčin, o které hovořily více ženy, spočívá v tom, že jedinec se tímto způsobem setká s někým, koho by v reálném životě vůbec neoslovil nebo by ho dotyčný ihned odradil. Další důvod, který se zase objevoval spíše u mužů, byl, že ačkoli s protějškem strávili poměrně hodně času vzájemným dopisováním, k reálnému setkání pak nikdy nedošlo.

„Co mi pak vadí nejvíc, je to, že málokdy ten kontakt dospěje do reálného setkání. Člověk nad tím tráví dost času, aby to nějak naformuloval, aby odpovídal a potom to jako by vyšumí“ (R5).

Tři respondenti upozorňovali na to, že jim v internetové komunikaci **chyběl vizuální, fyzický a instinktivně pocitový výběr**. Ten je pro ně důležitý při navazování kontaktu a počáteční přitažlivost. Absence vizuálních podnětů a chybějící spontánní reakce znemožňuje odhalit, jak přesně působí na druhé to, co sdělujeme; někdy může být dokonce to, co sdělujeme, vyloženo naprosto zkresleně.

„Text neumí číst vaši tvář, navzdory smajlíkům, ne vždy lze přesně vyjádřit to, jak se chceme tvářit. Je zde právě ona nepřítomnost mimiky“ (R10).

„Mezi hlavní nevýhody patří, že tam chybí fyzická stránka. Fotka je placatá, kolikrát zkreslená. Někdo vypadá na fotce výborně a pak je to horší. A i naopak. Takže já si myslím, že ta fyzická stránka nepochybně k tomu patří. V tom je pak třeba nebezpečí, že to neklapne“ (R13).

Dva respondenti mezi negativní zkušenosti uvedli, že lidé, se kterými se setkali, byli **podivní**, v některých vyhocených případech dokonce psychicky narušení. Významnou roli zde hrálo také to, že přes počítač skrývali nesmělost a nízké sebevědomí, což následně vyvolalo při reálném setkání deziluzi.

„Jsou tam obvykle ve velkém množství muži vzhledově nebo charakterově nějak podivní, kteří to na internetu mohou skrývat, nebo plaší a neprůbojní. Třeba jeden byl tak strašně plachý, že neříkal skoro nic, musela jsem pořád něco povídat a ptát se. Bylo to vrcholně trapné, ale po schůzce napsal, jak to bylo fajn a kdy se zas uvidíme“ (R1).

Zejména u žen se při negativním hodnocení seznamování přes internet objevovala obava, že by mohly natrefit na člověka, který by jim **ublížil**. Ačkoli žádná z mých respondentek neměla přímo osobní negativní zkušenost, měly některé ženy tendenci být v internetové komunikaci opatrnější a pracovat s možností, že by mohl být na druhé straně člověk, který by je mohl jednak ohrozit ve virtuálním prostředí (naboural by se do jejich osobních kontaktů) či fyzicky při osobním setkání.

„Nevýhodou je, že bohužel internetové seznamování je zašpiněno spoustou úchylných lidí, kteří to opravdu nemyslí vážně, předstírají něco jiného, než jsou. Takže můžeš často narazit na spoustu lidí, kteří ti odpoví, a přitom je to někdo jiný, než koho jsi chtěl. Je

tam i nebezpečí, že tě někdo může začít pronásledovat e-maily. Nevíš, kdo je na druhé straně“ (R3).

U některých mužů se zase objevoval problém, že měli poměrně nízkou zpětnou reakci na své inzeráty. **Malá úspěšnost** jako demotivující faktor v některých případech převyšovala pozitiva, která mužům internetová seznamka přinášela.

„Nevím tedy, jak to mají holky, ale já mám pocit, že chlapi tam mají hrozně malou úspěšnost v odpovědích na inzerát. Tak třeba mně chodí 2–3 odpovědi, někdy 4, ale nikdy to nebylo lepší“ (R5).

7.4.9 Nabídka vs poptávka – typy mužů a žen hledajících seznámení přes internet

Většina respondentů se domnívá, že v internetovém prostředí seznamky hraje roli řada aspektů, které znemožňují efektivní nalezení partnera. Přesto čtyři účastníci výzkumu vyjádřili názor, že z tohoto hlediska se nabídka od poptávky příliš neliší od toho, co nám nabízí reálný život.

„Nabídka odpovídá poptávce podle mého stejně jako v běžném životě. Někdo najde vždy, někdo nenajde nikdy“ (R11).

„Já si myslím, že se tam ti lidé mohou najít. Je to trochu běh na delší trať, ale věřím tomu. A i z mého okolí vím, že se lidé takhle seznámili. Ona je to pro hodně lidí jediná cesta, byť to nejsou žádní zoufalci“ (R13).

Jako nejčastější příčina toho, proč neodpovídá nabídka poptávce, byla u dotazovaných žen spatřována **odlišnost v přístupu k seznamování** u mužů a žen. Mnohdy se u mužů setkaly s tím, že přestože se seznamovali v kategorii „vážné seznámení“, ve skutečnosti jim o vážný vztah příliš nešlo a vyhledávali i v této kategorii pouze zábavu, flirt a sex.

„Řekla bych, že to je tím, že chlapi to tolik neřešej, že jsou schopni jít víc do nějakého rizika, nebojí se zkoušet nové věci a jít do toho s tím, že to může být zábava. Když se

žena rozhodne k něčemu takovému, tak už do toho jde seriózně. Udělat si nějakou selekci a vybrat si životního partnera. A chlapi podle mě ne“ (R2).

„Záleží na tom, co od toho kdo čeká. Podle mého názoru ženy spíše podávají vážně míněné inzeráty na seznámení a muži spíše podávají inzeráty na nezávazný sexuální anonymní vztah. Takže řekla bych, že ženy od toho očekávají více než nějakou povrchní známost, zatímco muži hledají jenom kratochvíli. A řekla bych, že je to docela problém, protože se tyto dva světy příliš nepropojují, a proto je taková těžká věc, jak se dát dohromady a filtrovat“ (R3).

„Skrze internet se seznamují více muži. Otázkou ale zůstává to, jakým způsobem se chtějí seznámit. To je právě jedno z těch hlavních zklamání z internetové seznamky. I když uvádějí, že se chtějí vážně seznámit, ve skutečnosti jim o to nejde“ (R4).

Muži oproti tomu měli zkušenosti spíše s tím, že ženy, které si podávají inzerát, do něj vkládají příliš **naddimenzované požadavky**, a tudíž mají logicky problémy s nalezením svého ideálu. A zároveň oni pak obtížně na takto stavěné inzeráty odpovídají, pokud vědí, že vyřčeným požadavkům přesně neodpovídají.

„Často se tam vyskytují lidé, kteří si nakladou vysoké požadavky – musí mít určitou postavu, určité vlasy, vlastnosti a to pak většinou neodpovídá. Lidé se snaží až příliš úzce najít pana dokonalého nebo slečnu dokonalou“ (R8).

„Lidé tam mají tendence hledat něco, čemu dají příliš naddimenzované požadavky, co prostě nejde ve skutečnosti sehnat“ (R5).

Dva respondenti měli pocit, že v subkultuře uživatelů internetové seznamky mohou lidé velice snadno někoho nalézt, s kým by mohli začít chodit, ale jen v případě, pokud mají nízké nároky. Nabídka, se kterou se setkávají, jim mnohdy přijde jako „**přebraná**“ a vnímají ji jako zboží „druhé kvality“.

„Přijde mi, že to tam je už přebraný. Většina zajímavých holek podle mě partnera má a neřeší to inzerátem, i když není to nutné pravidlo, setkal jsem se i s fajn holkami, ale to byly spíš výjimky“ (R5).

„Obecně je to spíš horší. Hledáš áčkového partnera, ale zdá se mi, že se tam převážně zjevují béčkoví kluci. Někdo, do koho se můžeš zamilovat, tam typicky nechodí. Ale záleží, jaké máš požadavky a cíle. Výběr je náročný a vyřadíš opravdu hodně“ (R1).

Ve zkušenostech mužů i žen se objevoval fakt, který byl ověřen i v obsahové analýze – seznamování přes internet **vyhledávají více muži než ženy**. Mužští respondenti se mnohdy setkávali jen s několika málo reakcemi na svůj inzerát, zatímco ženy často zmiňovaly „přešel odpovědi“, ze kterých musely provádět časově náročnou filtraci. David Šmahel se domnívá, že virtuální komunikace je více oblíbená mezi muži než ženami, protože ženy více postrádají neverbální znaky komunikace (Šmahel 2003). Patricie Wallaceová však uvádí, že ženy navštěvují diskusní skupiny s větší motivací najít si přátele a také jsou v navazování přátelství na internetu úspěšnější než muži (Wallace 1999).

Podle amerických sociologů Malcolma Parkse a Koryho Floyda vytvořilo na internetu osobní vztahy asi 72 % žen a 55 % mužů (Parks and Floyd 1999). Domnívají se, že vedle faktické příčiny většího množství mužských uživatelů to může být také dáno tím, že velké množství žen hledá jenom přátele, ale důvodem může být i genderová odlišnost ve schopnosti označení vztahu jako takového (*ibid.*).

„Když holka klukovi odpoví, tak on většinou zareaguje. Jak je tam přetlak těch chlapů, tak se stává, že dostávají málo odpovědí. Když odpoví holka, tak má většinou garanci, že jí chlap odpoví zpátky“ (R5).

„No skoro mám takový dojem, že poptávka převyšuje nabídku. Myslím si, že poptávka mužů, z mého subjektivního hlediska, daleko převyšuje nabídku žen“ (R9).

Tímto se dostávám k otázce, zdali je možné říci, že by muži a ženy hledající seznámení přes internet měli něco společného, nějaké charakteristiky, kterými by se mohli zařadit do určitých skupin a typů.

Muži hledající seznámení přes internet

Tak, jak už jsem popisovala výše, respondentky se mnohdy zmiňovaly o rozčarování, když zjistily, že muž, který s nimi komunikuje v kategorii vážného seznámení, vůbec

žádný vztah nehledá, ale pouze využívá internetu jako zprostředkovatele nových dobrodružství a nevšedních zážitků. Třemi ženami byl tedy jeden z typů mužů hledající seznámení přes internet definován jako „**hledající dobrodružství**“.

„Jsou tam typy, kteří hledají sex. Na to jsem narazila hodně. Tudiž i pod kolonkou vážné seznámení“ (R4).

Dvě respondentky uvedly, že seznámení přes internet hledají muži, kteří jsou **plaší**, neprůbojní, příliš si nevěří a v reálném životě v důsledku toho mají problémy se nějak seznámit. Plachost však vnímaly jako negativní faktor, protože slovy jedné respondentky: *„Zamilování ale vyžaduje většinou alfa muže, v nějaké formě“ (R1)*. Nízké sebevědomí u mužů je podle další respondentky dané nátlakem současné společnosti na to, jak by měl ideální muž vypadat.

„Můžou to být muži, kteří v reálném životě měli problémy se seznámit a nepodařilo se jim to. Tady si pak připadají bezpečně a můžou si být jistější sami sebou. V reálném životě si nevěří, nejsou sebejistí, sebevědomí, mají pocit, že nemají co nabídnout. Ten důvod je podle mě jeden z hlavních, protože ne vždycky splňují určitý parametry typu mužů, kteří mají být dle společnosti atraktivní“ (R2).

Další skupinou mužů jsou **workoholici**. Muži, kteří jsou natolik vytiženi svou prací, že nemají možnost najít partnerku jiným způsobem než přes internet. Ženami jsou hodnoceni jako inteligentní, úspěšní a se snadným přístupem k moderním technologiím, ve kterých jsou si jistí a dokážou to, co v této oblasti umějí, zúročit i při hledání partnerky.

„Jsou to hodně workholici, kteří věnují spoustu času práci a svým zájmům, a z nějakého důvodu, ať fyzického nebo psychického, jim chybí partner“ (R1).

„Myslím si, že jsou to velice úspěšní, ale zaneprázdnění muži, kteří mají přístup k moderním technologiím, ale nemají čas na to psát inzerát do novin nebo chodit každý večer do nějakých veřejných podniků, do barů a tam se snažit s někým seznámit. Jsou to lidé, kteří prostě nemají čas, chtějí ho ušetřit a chtějí, aby ho co nejvíce efektivně využili.

Takže inteligentní, dobře postavení lidé, s nedostatkem volného času, zabezpečení“ (R3).

Poslední skupinou, která byla respondentkami definovaná, jsou tzv. „**mamánci**“ neboli muži, kteří jsou závislí na mamince. Mnohdy u ní bydlí, nemusejí vykonávat žádné domácí práce, jsou zvyklí, že je jim neustále k dispozici, co řekne, je „svaté“. Tito muži pak podle respondentek ve skutečnosti nehledají rovnocennou partnerku, ale druhou maminku, která jim poskytne servis, na který jsou zvyklí.

„Hrozně tam taky figurovala maminka. Velký problém bylo, že byli maminčini, to znamená, že byli takoví bezstarostní na jednu stranu... neměli povinnosti. Další typ byl maminčin mazlíček, který chce vypadnout z domova. Doma je dušený a chce pryč od maminky, ale vlastně hledá druhou maminku, která se bude o něj starat, pečovat, obstará mu všechno“ (R4).

Ženy hledající seznámení přes internet

Jako nejčastější typ uváděli muži ženy, které ve **skutečnosti partnera nehledají**, ale chtějí se jen občas s někým sejit. Internetovou komunikaci berou jako určitou **záplatu na vztahy**, které měly v reálném životě. Z druhé strany to může být ale dané tím, že je u žen patrná větší selekce. Ať už z důvodu většího množství mužů, které se jim ozývá, nebo větších nároků, které na hledaného partnera mají.

„Hodně přebírají a vybírají“ (R5).

„Neměly vyřešenou minulost. Myslely si, že to vyřeší tím, že to přeplácnou druhým vztahem, což ale nefunguje“ (R13).

„Jsou to ženy, které touží pouze po psaní – takové sice reagují na seznamovací inzerát, ale jsou zadané, vdané, či nešťastně zamilované do člověka, který o ně nestojí a pak si chtějí prostě psát s kýmkoliv“ (R10).

Dalším důvodem, který v tomto postoji může figurovat, je, že ženy **cítí nátlak společnosti**, aby se svou nezadaností něco udělaly. I když ony samotné nemají potřebu

najít si partnera za každou cenu, podání inzerátu u nich vyústilo z pocitu, že být svobodnou v jejich věku, je nenormální.

„Na jedné straně se sice s někým seznámit chtěly, ale vyznělo to, jako že chtějí poznávat nové lidi nebo že spíše, než by chtěly to seznámení samy, tak cítily tlak ze společnosti, že by se měly seznámit. Že jim to bylo doporučeno, že už by asi měly. Dotlačila je k tomu určitá životní situace, ale nebyly na to připraveny. Je jim nad třicet, chtějí studovat, cestovat. Jsou zralý věkově, ale nejsou zralý pro vztah“ (R13).

Dva respondentni uvedli následující dva typy žen, které se seznamují přes internet. Jeden z nich, podobně jako je tomu u mužů, hledá partnera tímto způsobem z důvodu své **pracovní vytíženosti** a z nemožnosti se seznámit v okruhu svých dosavadních známých.

„Jsou pracovně vytížené, nemají dostatek času seznamovat se jinak. Mají nedostatek kontaktů“ (R8).

Podle dalšího respondenta hledají seznámení přes internet **inteligentní a krásné** ženy, které mají v reálném životě s těmito atributy problémy, jelikož jsou primárně posuzovány erotickým pohledem.

„Mohou tam být opravdu inteligentní a krásné holky, které mají problém, že ve skutečném životě jsou až moc hezké a moc inteligentní. Na internetu mají bezpečí, že nejsou až moc vidět a každý si je hned nepředstavuje v posteli“ (R6).

Vedle toho někteří muži upozorňovali na to, že v internetovém prostředí se pohybuje velké množství **rozvedených žen** nebo žen s dítětem, které hledají přes internet „druhou šanci“, což se ukázalo i ve výsledcích obsahové analýzy.

7.4.10 Získávání důvěry

Co způsobuje při kontaktu s člověkem na internetu, že mu začneme důvěřovat? Jakým způsobem lze důvěru zvýšit a je v internetovém prostředí vůbec možné hovořit o důvěře? Podle americké socioložky Victorie McGeerové je internet obzvlášť špatné

médium pro podnícení spolehlivých, stabilních, neklamných důvěryhodných vztahů – z tohoto důvodu můžeme hovořit o „racionální“ nebo „odůvodnitelné“ důvěře. Ta má dvě příčiny. První McGeerová nazývá „Próteův faktor“ podle mořského boha v řecké mytologii, o němž se říkalo, že může na sebe brát mnoho podob. „Próteův faktor“ nám říká, jak snadno mohou lidé v internetovém prostředí skrývat, kým jsou ve skutečnosti. To je jim umožněno explicitně ve smyslu internetového hraní rolí nebo implicitně, kdy jedinci aktivně pracují na tom, aby oklamali druhé.

Druhou příčinu představuje tzv. „Elizin“⁴⁶ faktor, který hovoří o tom, jak snadno mohou být lidé chtě nechtě ovlivněni textem, který čtou. Lidé často vidí to, co chtějí vidět, zejména když se jejich pohled výhradně zakládá na interpretaci odtělesněného řetězce, zdánlivě podporujícího projevy důvěry (McGeer 2006). Na problematiku důvěry v internetovém prostředí jsem se zaměřila i v rámci svého výzkumu.

Zejména u respondentek se objevovala větší ostražitost a názor, že **v internetovém prostředí nikdy důvěra není**. Proto ve své komunikaci sdělovaly méně osobních informací, mnohdy si i zřídily pro účely seznamky speciální e-mail a měly obavy sdělit své jméno, adresu či mobilní telefon. Zároveň však vyžadovaly, aby byl k nim protějšek otevřenější: *„Podezřele například působilo, když se muž vmlouval a nechtěl zaslat svou fotografii“* (R1). Při plánování osobního setkání pak hrál roli výběr místa schůzky, které bylo preferováno na veřejném a neutrálním místě. Dva muži však oproti tomu konstatovali, že je pro ně při budování důvěry obzvlášť důležité, když se dívka na sebe **nezdráhá dát osobnější kontakt**, a mohou jí pak zatelefonovat a slyšet její hlas.

„Dobré je být opatrný, neprozrazovat celé jméno a adresu. Pokud tě kluk hned na začátku láká sednout si k němu do auta nebo někam na výlet, nebudí to důvěru. I když v reálu nemusí mít žádné zlé úmysly, ale může“ (R1).

⁴⁶ Nazvaný podle počítačového programu ELIZA, který vyvinul americký profesor informatiky německého původu Joseph Weizenbaum (1923–2008) na počátku šedesátých let. Program měl parodovat práci psychoterapeuta. Přestože program pouze vybíral klíčová slova z uživatelových odpovědí a z nich tvořil další otázky, mnoho uživatelů podleho dojmů, že program přemýšlí, nebo že jim odpovídá člověk. Podobné programy jsou dnes známy jako chatboty. Eliza byl prvním programem, který prošel tzv. Turingovým testem. To znamená, že v konkrétní situaci nebyl člověk schopný rozlišit, jestli komunikuje s počítačem nebo s člověkem.

„Já si myslím, že tam ta důvěra není nikdy. Nikdy nemůžeš na sebe říct nějaké podstatné informace. Takže s ním hovoříš o svých problémech, pocitech, co řešíš, zjišťuješ, jak by to řešil on. Ptáš se ho, když někam jde, co si o tom myslí, takže postupně zjišťuješ, oťukáváš si, jestli na to reaguje adekvátním způsobem, tak, aby ti to bylo příjemné. Rozhodně se nesvěřovat s žádnými osobnějšími věcmi, až později, když si ho oťukneš“ (R2).

Řešení, jak se těmto problémům vyvarovat, je podle dvou respondentů se **co nejdříve sejít** a eliminovat kontakt v ryze virtuálním prostředí na co nejkratší dobu (viz výše).

„V internetovém prostředí není možné zcela hovořit o důvěře. Proto jsem vždy poměrně brzy přistoupila k osobnímu setkání. Důvěru lze podle mého zvýšit právě nabídkou osobního setkání a nevyžadováním určitých osobních informací v průběhu psaní emailů“ (R11).

„Že se to nevěleče, že se to setkání neprotahuje, ujasníme si v textech, že to je jen pro první kontakt a pak už je to jako v běžném životě“ (R13).

Oproti tomu dva respondenti uvedli, že si důvěru k druhému člověku nejlépe vybudují právě prostřednictvím **dlouhodobé, pravidelné komunikace**. Vedle toho hraje roli i samotný obsah vzájemného dopisování a čtení mezi řádky. Pro respondenty bylo důležité, když viděli z druhé strany **upřímný zájem o jejich osobu**. Projevování laskavosti, chápání problémů druhého, projevování spoluúčasti signalizuje zájem o dlouhodobý vztah.

„Je dobré, když nepíše jenom o sobě, ale zajímá se i o druhého. Když píše jenom ‚já, já, já‘, napíše A4-kový dopis o sobě, tak to i odradí. To znamená ptát se i na druhého. Nepsat jenom o sobě. Samozřejmě nějaké zásadní věci ano, ale ptát se i na druhého“ (R4).

„Pro mě je to určitý způsob vyjadřování se, pravidelnost a spolehlivost v odpovědích. Aby tam nebyly nějaké dlouhé pauzy a bylo vidět, že má zájem“ (R5).

Dále respondenti uváděli, že pro ně bylo při budování důvěry důležité, když mohli vyzorovat nějaké náznaky toho, že jim druhý **nelže**, což bylo zmiňováno dvěma ženami a jedním mužem. Toho dosahovali jednak prostřednictvím zpětné kontroly e-mailů, kde sledovali, jestli si neprotiřečí, jednak skrze kontrolu ověřitelných informací, které si mohou vyhledat na internetu.

„Důvěřovat jsem začala těm mužům, u kterých jsem vysledovala, že nelžou. To jsem dělala porovnáním jednotlivých emailů. Dále pro mě významnou roli hrála možnost porovnat údaje s informacemi na internetu (například u zaměstnání)“ (R11).

„U mě tu důvěru hodně zvýší to, že opravdu to, co ten člověk píše na internetu, tak je i v realitě pravda. To dělá hrozně moc. V momentě, kdy zjistím, že mi lhal nebo úplně nenapsal pravdu, tak mi tím hodně sníží schopnost dál mu věřit, a už si řeknu, že to není ono“ (R4).

7.4.11 Zkušenosti s jinými formami zprostředkovaného seznamování

Většina respondentů (zejména žen) měla vedle internetového seznamování zkušenosti se zprostředkovaným seznamováním prostřednictvím přátel, známých či v krajním případě rodičů. Vždy to ale komentovali jako nepříjemné, neúspěšné či dokonce bizarní.

„Zkoušela jsem to prostřednictvím kamarádky, která mě zavedla do skupiny lidí, kde byl nějaký volný objekt. Ale nikdy jsem s tím neměla žádný velký úspěch. Zažila jsem i velice bizarní situaci, že i moji rodiče se mi snažili někoho dohodit, ale nikdy to úspěch nemělo. Oproti tomu internet se mi zdá dobrá věc“ (R3).

Vedle toho dva muži vyzkoušeli *speed dating*, který hodnotili vesměs pozitivně. Zdůrazňovali zejména výhodu, že mohou během jednoho dne potkat velké množství svobodných žen – potenciálních partnerek, což by v klasické seznamce trvalo mnohem delší dobu. Vedle úspory času pak zdůrazňovali, že se tímto způsobem mohou vyhnout zkresleným představám, které se vytváří v internetovém prostředí v důsledku absence přímého fyzického kontaktu. Kromě toho zmiňovali úskalí, že ne vždy se tam potkají se sympatickým protějškem, kterému ale musí věnovat stejné množství času jako dívkám, se kterými si rozuměli.

„Mám z něj (speed datingu) velmi dobré zkušenosti, i když to k ničemu nevedlo. Po stránce úspěšnosti to nemůžu konstruktivně hodnotit, ale byl jsem příjemně překvapený, že tam chodí opravdu rozumné a sympatické holky. Ten průběh seznamování byl velice příjemný a mnohem spontánnější, než by se mohlo očekávat. A po tom oficiálním seznamování tam lidé většinou zůstávali a volně se dál bavili jako v nějaké restauraci. Takže je z toho, když už nic jiného, příjemně strávený večer a můžeš tam potkat nejenom holky, ale i kluky, takže tam můžeš získat nějakého kamaráda. Ten den byl velmi pozitivní. Stojí to sice peníze, kolem 500, ale máš zase jistotu, že v ten večer uvidíš dvanáct holek. A sejít se s dvanácti holkami přes internet, tak to může také trvat půl roku nebo rok“ (R5).

„Tam je výhoda, že toho druhého hned vidíš. Ale byť jsou tři minuty krátká doba, tak mohou být někdy pěkně dlouhé. Musíš si projít tím kolečkem, musíš neustále něco říkat“ (R13).

7.4.12 Jaký partner je atraktivní? (Vztahové priority respondentů)

Respondenti měli spontánně vyjádřit, co je jako první napadne, když si představí ideálního partnera. Měli vyzdvihnout jak fyzické, tak psychické, případně sociální parametry. Vedle toho jsem sledovala homogamii z hlediska věku, místa bydliště a vzdělání. Tato otázka byla položena mimo hledisko internetového seznamování, ale v obecné rovině představ a přání respondentů. Co je pro respondenty nejdůležitější u jejich „ideálu“?

Jako jeden z nejdůležitějších požadavků na ideálního partnera respondenti chtěli nechtě uváděti, že u nich hraje důležitou roli **fyzický vzhled**. O důležitosti fyzických požadavků se zmínila polovina respondentů. Respondenti mnohdy měli pocit, že jejich orientace na „fyzično“ je z hlediska celkových parametrů na partnera povrchní, zároveň však nedokázali opomenout její důležitost.

„Určitě jako první působí příroda – vzhled a fyzická stránka, i když nemusí být vyloženě fešák. Lidé mají hodně tendenci říkat, že na vzhledu nezávisí, ale to zvíře tam prostě je. Fyzická stránka je tedy nutná podmínka, ale ne postačující“ (R1).

„To fyzické tam musí být taky. Klidně se k tomu přiznávám, že je to první, na čem mi záleží“ (R13).

U dvou žen se objevila zmínka, že by měl být jejich protějšek vyšší než ony samy. Vedle toho další dvě respondentky zmiňovaly, aby byl muž pravý „chlap“. Po konkrétnějším výčtu se pak ukázalo silné ovlivnění faktory, které poukazují na tradiční, evolučně dané požadavky toho, jaký by měl muž být.

„Co se týče atraktivity, prvně mě napadne vzhled. Bohužel, ale je to tak. Vzhled by měl odpovídat mému vzoru – tmavovlasý, atletické postavy, ale nemusí být rozložitý... prostě chlap tak, jak se myslí být chlapem, prostě aby se člověk v jeho objetí cítil v bezpečí“ (R3).

„Vzhled tam není tou úplně nejdůležitější věcí, ale ideální partner by měl být ‚chlap‘. Prostě žádný hubený, vyzáblý – černé vlasy, černé oči. To je asi na tom vzhledu nejdůležitější“ (R4).

Vedle toho muži i ženy řešili i to, jestli je protějšek světlý či tmavý typ. Zároveň však přiznávali, že toto myšlení může být determinováno pohledem stereotypů.

„Většinou se mi líbí tmavovlasé ženy, protože jsou inteligentnější. Je to možná vytvořený stereotyp. Ale ono to není o tom, že by byly blondýnky hloupější, ale ony ty tmavovlasý mají větší ‚drive‘. Ten šíp tam letí a už ho ze sebe nikdy nedostaneš“ (R6).

Muži preferovali u žen co do fyzických parametrů zejména štíhlost a pěknou postavu.

„Z těch fyzický parametrů je pro mě důležitý jenom jeden. Chtěl bych štíhlou holku, protože sám jsem štíhlý“ (R5).

„Je zde i to hlavní prvotní a drasticky ubohé – hodnocení dle fyzických předností – kulatá ňadra, hladká pleť, štíhlost (ta především), ale i vůně, kosmetika, make-up, prádlo“ (R10).

Tři respondenti (dvě ženy a jeden muž) se zmiňovali o důležitosti přeskočení „**jiskry**“ jako něčeho iracionálního, což nelze popsat konkrétními vlastnostmi či fyzickými atributy, ale bez čeho si nedokážou vztah představit.

„Nejdůležitější je, aby tam byla jiskra. Aby na tebe zapůsobil, a může to být čímkoli. Je třeba určitá zlobivá přitažlivost vycházející s aury, charisma. Klíčové je, aby tě nějakým způsobem zaujal a přitáhl. Vždycky se vyjmenovávají vlastnosti, ale ve finále to může být úplně kdokoli s jinými správnými parametry. Kdo tě něčím chytne“ (R1).

„Ten vzhled ale není zas tak podstatný. Důležitá je tam ta jiskra. Naladit se na podobnou vlnu. A jak se to stane, prostřednictvím čeho, to už je jedno“ (R2).

„Záleží na tom, jestli mi ta dotyčná padne do oka nebo ne. Nějaká jiskra nebo společný zájmy třeba. Je to takový ten ‚pocit‘. Přijdeš s někým do styku a máš z něj určitý pocit. No, a pokud je ten pocit dobrý, tak si řekneš, že by to šlo“ (R7).

Dvě respondentky uvedly, že ideální partner je ten, který ví, co chce, je **zdravě sebevědomý** a samostatný – stojí na vlastních nohou. Díky těmto vlastnostem si ho pak dokážou vážít a obdivovat.

„Je třeba, aby byl vyrovnaný a věděl, co chce od života. Sebevědomý, ale zdravě, aby měl na to právo díky vlastnostem a schopnostem, za které si člověk obdiv zaslouží. Aby byl schopný dominance, ale zároveň nesobecký, uměl poslouchat a bral v úvahu svůj názor“ (R1).

Další respondentka uvedla, že vyžaduje, aby byl partner **tolerantní** a nechal jí dostatečné množství prostoru pro její zájmy, přátele a vlastní život.

„Z hlediska vlastností by měl být tolerantní a měl by mi dát prostor pro můj vlastní život. Žádný dominantní, žádný uzurpátor, žádný sadista. Aby mě respektoval jako ženu a respektoval, že mám spoustu přátel a nechal mě chodit, kam chci. A nenaléhal na zásadní životní témata, jako jsou svatba, děti a budoucnost“ (R3).

Pět mužů se zmínilo, že jejich ideálem je **chytrá a inteligentní** žena. Spolu s tím souvisí i složka **komunikativnosti** – tj., aby vzájemná komunikace nebyla povrchní a měli si spolu stále o čem povídat.

„Mám rád chytrý, inteligentní holky. Když máme nějaké společné zájmy, když si je o čem povídat. Prostě, že ten rozhovor není jenom o povrchních věcech“ (R5).

„Takový, se kterým si má člověk co říct, který má podobné zásady a priority a chce podobně směřovat svůj život“ (R12).

„Vzhledem k tomu, že nejsem příliš upovídaný, tak je dobrý, když je komunikativní. Je dobrý, když se pak mám čeho chytout, jak navázat rozhovor“ (R8).

Dále jsem zjišťovala, nakolik je pro respondenty podstatná věková, vzdělanostní a prostorová homogamie.

Věk

Z hlediska věku se potvrdila tendence žen hledat partnera, který je o něco **starší** než ony a u mužů zase mít **mladší** partnerku. Totéž vyplynulo i z obsahové analýzy inzerátů. Nicméně věkový rozdíl neměl být až příliš vysoký, což respondenti zmiňovali zejména s ohledem na možné založení rodiny.

„Ted' už pro mě věk hraje roli, vzhledem k možnému založení rodiny. Myslíš už praktičtěji, méně bláznivě, i když to třeba aktuálně neplánuješ. Už eliminuješ o hodně starší a zadané jedince“ (R1).

„Věk by neměl být nějak extrémní. Pokud by se mělo jednat o vážný vztah, tak by neměl být ani příliš mladý, ani příliš starý. Jelikož si ale myslím, že muži jsou intelektuálně zaostalejší, tak by neměl být mladší než já. Ideálně o 0–10 let starší“ (R3).

„Z hlediska věku – jsem spíše na starší, takže by měl být ideálně o 5–10 let starší než já. Takže nějak do té čtyřicítky, kvůli rodině“ (R4).

„Věk nyní už také roli hraje, vzhledem k dětem nechci nikoho mladšího, než je třicet let a zas nad čtyřicet už mi přijde taky moc“ (R14).

„Věk u mě roli hraje. Chtěl bych mladší partnerku, než jsem já, minimálně stejně starou. Rozhodně nechci, aby byla starší, než jsem já“ (R5).

„Věk by měl být přiměřený. Asi bych nechtěl starší, směrem dolů, tam to mám neomezený“ (R8).

Pouze jedna respondentka uvedla, že by jí nevadilo, kdyby byl muž o něco mladší než ona.

„Věk jsem si stanovovala 25–35. Takže jsem hledala ve dvou skupinách, tedy i trochu mladší, než jsem já“ (R2).

Tři muži zmiňovali, že v minulosti často vyhledávali starší partnerky, avšak s postupem času se tato preference obrátila a dnes již chtějí spíše ženy mladší. Obecně se ale u mužů ukázala větší tolerance k věkovému rozmezí a přizpůsobivost z tohoto hlediska, než tomu bylo u žen.

„Z hlediska věku jsem došel k tomu, že ty starší, které jsem v mládí vyhledával, tak teď mají problémy. Mě už takové ženy nebaví. A hlavně po mně chtějí děti, což mě taky nebaví. Nechci děti zatím“ (R6).

Vzdělání

Homogamie v oblasti vzdělání se ukázala jako **málo významná**. Bez ohledu na pohlaví respondenti uváděli, že spíše než vzdělání je pro ně důležité, aby byl protějšek inteligentní a na takové úrovni, aby si s ním mohli povídat a mohli si ho vážit (což bylo podstatné zejména u žen). Pouze jedna žena a jeden muž uvedli, že u nich vzdělání protějšku hraje významnou roli.

„Vzdělání pro mě má roli na prvním místě. Zní to možná snobsky, ale vycházím ze statistiky: potřebuji vzdělání minimálně takové, jako mám já, abych si mohla toho partnera vážit“ (R3).

„Vzdělání musím říct, že roli hraje. Ne že bych na tom vyloženě a priori trval, ale spíš mi to ukazuje zkušenost. Když holka nemá dostatečné vzdělání, tak si s ní většinou nemám co říct. Netrvám na tom, aby byla vysokoškolačka, třeba středoškolačka, ale do holky s nižším vzděláním bych nešel, protože bych si s ní neměl co říct“ (R5).

Jak jsem už ale konstatovala výše, v názorech většiny respondentů byl faktor vzdělanosti protějšku vnímán jako irelevantní a pro „navázání vztahu“ hrály důležitou roli jiné okolnosti. S tím, že vzdělání v podobě vysoké školy se rozhodně nerovná patentu na rozum. U žen se však i objevoval názor, že jejich vlastní vysoké vzdělání může působit negativním dojmem. A pokud budou mít vyšší vzdělání než muž, tak to může mít vliv na jeho sebevědomí a je možné, že se u něj vyvine z tohoto hlediska komplex a pocit nedostatečnosti.

„Co se týče vzdělání, tak by mělo být na takové úrovni, aby byl schopný si s tebou povídat, aby Tě zajímal jeho názor a vážila sis toho, co říká. Aby bylo možné se o něj opřít s nějakou radou. Je třeba k němu cítit i psychický obdiv. Pak není důležité, jestli má diplom, i když pravděpodobnost u vysokoškolačka je vyšší, ale nemusí to tak být. Na druhou stranu se mi často potvrdilo, že kluci na seznamce s vyšším vzděláním byli právě introvertnější, obrácení do sebe, nepovídají“ (R1).

„Vzdělání není důležité. Tedy ne, aby měl základku, alespoň tu střední školu. Vysokou školu nevyžadují, není to pro mě důležité. Spíš, co je pro mě důležitější, než je škola, je, jestli ten člověk je přirozeně chytrý. Jestli to není člověk, který má omezený výhled. Nepřijímá slepě cizí názor, zajímá se o dění ve světě. Prostě přirozeně inteligentní člověk. V tom případě i s tou základkou kdyby byl, tak by to nevadilo. Spíše to může působit špatně z opačné strany. Chlapi jsou v tomhle ješitní. Jestli já mám vysokou školu a on základní. Toho bych se trochu bála“ (R4).

„Vzdělání pro mě důležité není, spíš je třeba, aby měla dotyčná nějakou přirozenou inteligenci. Co má za školu roli nehraje“ (R8).

„Co se vzdělání týče, asi by nehrálo roli, jestli má vysokou nebo střední školu, ale spíš je pro mě důležité, aby ta slečna byla obecně vzdělaná a moudrá. Člověk může být chytrý bez školy a může mít školu a být úplně hloupý“ (R9).

Jedna respondentka uvedla, že výše vzdělání u ní až takovou roli nehraje, ale spíš to, zda si muž dokáže najít lukrativní zaměstnání a uživit rodinu.

„Vzdělání ani tak ne, ale musí být dostatečné na sehnání spolehlivého zaměstnání a zdrojem financí pro rodinu“ (R14).

Místo bydliště

Respondenti logicky preferovali, aby partner pocházel z místa jejich bydliště nebo jeho okolí. Většina z nich ale byla ochotná přistoupit ke kompromisu a domnívala se, že v dnešní době se dá vzdálenost místa bydliště celkem bezproblémově vyřešit.

„Co se týče místa bydliště, byla bych ráda, aby to byl Pražák. Ale pokud mi ten člověk sedne a nebude z Prahy a budu ho mít ráda, tak by to nějak šlo, ale primárně bych byla raději, kdyby to byla Praha“ (R4).

„Z hlediska bydliště je dobré, když se člověk může s tím druhým vidat. Je blbě si namluvit někoho, koho pak třeba měsíc nevidíš. Ale jinak v podstatě ne. I těch 400 kilometrů je taková běžná vzdálenost“ (R7).

„Kdyby byla ze stejného města, tak je to asi lepší, ale není to měřítko, že musí být nutně z Prahy“ (R9).

Tři respondenti si ale dali striktní podmínku, že jejich protějšek musí být výhradně z místa blízkého jejich bydlišti. V opačném případě by to brali jako výraznou překážku, která by bránila realizaci dlouhodobého partnerského vztahu.

„Co se týče místa bydliště, tak si nedokážu moc představit dlouhodobý vztah na nějakou vzdálenost. A já nejsem typ, co by se sbalil a šel bydlet někam na vesnici. Takže jo, já asi potřebuju holku z Prahy a nebo z Brna. Ale i to Brno by bylo komplikované, protože já

mám práci v Praze a budu mít asi práci v Praze dlouho, takže potřebuji někoho z Prahy“ (R5).

„Bydliště hraje celkem velkou roli. A důvod? Vzdálenost je spojena s nemožností častého setkávání a tedy s jistým uvadáním vztahu. Milování jednou týdně je i v mém pozoruhodném věku depresivní status“ (R10).

7.4.13 Vlivy na utváření představy o ideálním partnerovi

Nejčastěji se u respondentů objevoval názor, že je v jejich představách o ideálním partnerovi ovlivnila nejvíce **rodina, výchova a obecně společnost**, ve které vyrůstali. To vše na ně působilo mnohdy podvědomým imperativem, který jim říkal, jakého partnera si mají hledat. A nebo i naopak, koho se vyvarovat. Tento vliv zmínilo šest respondentů.

„Ovlivnil mě hlavně můj otec. Můj otec je vysoký, rozložitý, tmavovlasý muž. Je dominantní. Ale co se týče těch vlastností, tak to určil také můj otec, ale v negativním slova smyslu, protože je uzurpátor a takového já nechci“ (R3).

„Určitě rodina. Člověk to nejvíc vidí doma, jak to bylo. Co zafungovalo a co ne“ (R4).

„Kulturní prostředí, ve kterém je důležité najít vztah, který by měl šanci na delší trvání“ (R11).

Jeden respondent vedle vlivu sociálního prostředí uvádí i vliv toho, co je **vrozené** – toho, co se mu podle jeho názoru líbí odjakživa, bez ohledu na zkušenosti ze sociálního světa.

„Některé věci jsou takové přirozené, co se mi líbí odjakživa. A to každopádně utváří určitý stereotyp. Něco je dáno nějakou vyšší sférou a část je nějakou genezí“ (R13).

Vedle toho se jako nejzásadnější při utváření představ o ideálním protějšku jeví ovlivnění **minulými vztahy**, mnohdy první láskou. Toto uvedlo pět respondentů.

„Hlavně minulé vztahy. S těmi člověk strašně srovnává a pak vlastní představy a touhy. I když se v průběhu času priority mění, ty hlavní zůstávají“ (R1).

„Vlastní osobní zkušenosti s muži. Nejenom s muži jako s partnery, ale i s kamarády a kamarádkami, kteří vyprávěli, jak to doma funguje. Takže u těch kamarádek vidím, co řeší“ (R4).

Tři respondenti se zmínili, že ve svém ideálu hledali někoho, kdo je **podobný jim samotným**. Tuto podobnost a vzájemné porozumění hledali zejména ve svých zájmech a názorech.

„Prostě nemůžu hledat někoho, kdo je úplně jiný než já, má odlišné zájmy a v podstatě se na ničem neshodneme. To by bylo hloupé“ (R7).

Dva muži uvedli, že je v jejich představách ovlivnila **média**.

„Koukal jsem například na Beverly Hills 902 10, což mě opravdu velmi ovlivnilo. Celou naši generaci. Já jsem byl v 18:30 doma každou neděli před televizní obrazovkou a koukal jsem na to, jak se tam milují. A jak je vlastně dobrý vyměnit ty přítelkyně a vztahy. Takže jednoznačně bych řekl, že mě ovlivnila masmédia“ (R6).

„Ono těch vlivů bude víc, ale zmínil bych média. Tam je ti předkládán určitý obraz, jak lidé vypadají a ty si řekneš, že takovou bych taky chtěl“ (R8).

7.4.14 Současný životní styl a schopnost se přizpůsobit

Jak je obtížné pro lidi, kteří jsou samostatní a žili poměrně dlouho bez partnera, přizpůsobit se svému protějšku? Na kolik měli či mají problém slevit ze svých zájmů či osobní nezávislosti, na kterou jsou zvyklí? Český sociolog Vít Král v této souvislosti hovoří o fenoménu „Zlaté klece“, kdy postupně dochází k návyku na izolaci, nezávislost a volnost v každodenním chování (Král 2009: 47). Podle Krále se návyk na každodenní nezávislost pojí s rizikem extrémní individualizace a možnosti snížení sebekontroly, která může mít negativní vliv na chování jedince i v situacích mimo soukromí samoty. Dále se zde objevuje problém, že návyk na samostatnost ohrožuje přizpůsobení se

komukoliv dalšímu v domácnosti. Při nalezení partnera může následně dotyčný pociťovat jeho vliv jako omezující.

Většina z mých respondentů situaci bez dlouhodobého vážného vztahu v minulosti či v současnosti zažila, a proto jsem jim položila i tuto otázku.

Dva respondenti, kteří prozatím neměli zkušenosti z dlouhodobého vážného vztahu a nutností se někomu přizpůsobovat, vyjádřili z tohoto hlediska vážné obavy:

„Pokud se dokážou (zájmy) s partnerem částečně sladit a některé sloučit, tak jsou pak o hodně krásnější, člověk je prožívá víc. Je-li tam zamilovanost, dokážeš určité věci oželeť nebo naopak rozvinout to, co člověk předtím nezkusil. Nežáludnější je zásah vztahu do soukromí a času. Život se asi hodně změní se společným bydlením nebo založením rodiny, čehož se trochu obávám, protože jsem zvyklá na svobodu a seberealizaci, ale úplnou zkušenost nemám, tak to nemůžu příliš posoudit. Máš nějaké zvyky a rituály, přijdeš domů, vypneš hlavu a odpočíváš, děláš věci po svém. To je právě i na seznamce obvyklou záłudností. Lidé, kteří jsou dlouho sami, se chtějí seznámit, ale zároveň jsou strašně zvyklí na svůj současný život“ (R1).

„Co se týče změny mého životního stylu po navázání vztahu, v tom bude asi největší problém nesnadnosti navazování vztahů, já jsem dosti uzavřený člověk. Neměnný, zásadový“ (R10).

Většina respondentů se však domnívá, že bude svolná ke kompromisům a schopná ze svého aktuálního životního stylu slevit:

„Pokud bych si našel partnerku, tak by moje aktivity asi ustoupily do pozadí, ale nebral bych to jako omezení v negativním slova smyslu“ (R5).

„Myslím, že když se zamiluji, tak jsem docela ochotná ke kompromisům. Ale co se týká rodiny a budoucnosti, nedokázala bych zcela opustit práci. To je další průšvih. Chlapi jsou nadšení ze samostatnosti ženy, ale za chvíli jim to začne vadit. To je taky moje zkušenost. Já třeba nebudu pracovat na plný úvazek, ale tu práci k životu potřebuji“ (R4).

Toto jsou představy lidí, kteří zatím neměli osobní zkušenosti z dlouhodobého partnerského vztahu. Jaká je ale reálná situace? Na jaké problémy respondenti naráželi a co bylo pro ně nejobtížnější?

„Když chodíš do práce, tak máš volného času poměrně málo, takže člověk je zvyklý v něm dělat to, co ho opravdu baví, co má nejradši. A teď narazíš na to, že ten partner má ty zájmy jiný. A přece jenom musíš být taktní a vést to k tomu, abyste se společně poznali a dokázali vyladit k těm situacím, které mohou nastat. Něco jiného je jít někam do kavárny a tam si povídat, ale pak nastanou jiné situace. Je třeba, aby ten, kdo je do nějaké té situace strčen, byl tím druhým podpořen. Jste tedy co nejvíce spolu a já jsem tedy musela z nějakých věcí slevit. A nebo jsem slevila, ale zároveň jsem ho k něčemu dostala. A on mě také k něčemu dostal. Tam jde o to, že když se nějaké zájmy liší, je důležité si najít jiné, ve kterých si budete vyhovovat“ (R2).

„S příchodem partnerky se nějaký volný čas musel obětovat, něco z koníčků, kterých mám hodně. To je ale normální a přirozená věc. Člověk se také odváže od těch rodičů, kde bydlel celá léta“ (R8).

„Partnerce, rodině a zájmům věnuji většinu mimopracovního života. Po navázání vztahu se můj životní styl změnil, ale nikoliv mimo moji kontrolu a za hranici mých představ a možností. Co se týče přizpůsobení, je to velmi individuální, ale na žádný zásadní problém jsem nenarazil. Složitě to samozřejmě je“ (R12).

7.4.15 Jak a kde se vidí respondenti za deset let?

Většina respondentů by se za deset let nejraději viděla s rodinou a dítětem nebo dětmi. Vedle toho se u některých objevuje přání, aby si zároveň zachovali svůj současný styl života.

„Já bych se úplně nejraději za deset let viděla stejně, jako teď a s výjimkou toho, že bych navíc měla rodinu. Partnera, nějakého potomka, zájmy. Času může být díky dětem méně, ale pořád bych se chtěla věnovat i sobě, práci, setkávání s přáteli. Určitě se ale nechci nechat ubít starostmi a všedností. Takže žádnou změnu kromě intenzivnějšího rodinného života“ (R1).

„Stejně jako dnes, o deset let starší s adekvátními změnami. V manželství s dítětem či dětmi“ (R12).

U tří mužů se vedle touhy po rodině objevilo přání, aby měli lepší práci. U jednoho právě v souvislosti s tím, aby mohl dobře zaopatřit rodinu.

„Každopádně bych chtěl dělat jinou a lepší práci, než dělám teď. Protože zákonitě přijde nějaká rodina a člověk ji bude muset nějak uživit“ (R8).

Pouze u jedné ženy a jednoho muže nehrál v budoucnosti partner a děti žádnou důležitou roli.

„Viděla bych se jako samostatná a zabezpečená žena, partner tam nehraje důležitou roli. Důležitou roli tam hrají přátelé“ (R3).

7.4.16 Shrnutí

Jaký je tedy obraz ženy a muže v prezentacích internetové seznamky? A jaké jsou hledající strategie a motivace obou pohlaví? Dochází u nich ke konsensu, nebo jsou v rozporu?

Z hlediska motivace, proč se vůbec seznamovat přes internet, se neprokázaly zásadnější genderové rozdíly. Obě pohlaví zmiňovala zejména nedostatek příležitostí v reálném životě či ostýchavost a nespělost někoho přímo oslovit. Vedle toho se objevoval faktor zvědavosti a ovlivnění zkušenostmi lidí z jejich okolí. Internetové prostředí je oblíbené také z hlediska jeho přímočarosti. Lidé sem chodí za jasným účelem se seznámit a je zde oproti reálnému životu menší obava z odmítnutí.

V odpovědích respondentů bylo možné vysledovat čtyři různé strategie, které používali při vytváření seznamovacího inzerátu: selekce nežádoucího, nejsem zoufalec, oslovit co nejvíce lidí, nevzdat se ideálu. V rámci kvalitativního výzkumu jsem výskyt těchto strategií pozorovala u obou pohlaví, avšak z výsledků obsahové analýzy a preferovaných požadavků na partnera je zřejmé, že ženy více používají strategii selekce nežádoucího, zatímco muži spíše inzeráty konstruují tak, aby se v charakteristikách na hledanou ženu mohlo najít co nejvíce možných odpovídajících.

Jaká podoba inzerátu ale zaujala nejvíc? Ukázalo se, že významnou roli hraje originalita a výjimečnost – respondenti měli a priori negativní postoj k inzerátům, ve kterých se o inzerentovi nedozvěděli prakticky nic, co by je charakterizovalo. Vedle toho podstatnou roli hrálo, když hledající v inzerátech objevili podobnost ve smyslu sdílení zájmů, postojů a hodnot. Při psaní inzerátu se tedy vyplatilo vyjádřit konkrétní vlastnosti a požadavky, které jedinec považuje za klíčové. Tímto způsobem tak dojde k určité filtraci nevhodných postav či chronických odpovídačů.

Přesto někteří tímto způsobem partnera našli nebo znají někoho ze svého okolí, kdo se takto seznámil, obecně se u respondentů příliš pozitivní hodnocení internetové seznamky neobjevovalo a pro vážné seznamování ji příliš nedoporučují. Namísto prvotního pocitu úspory času se pak mnohdy internetové seznamování stalo záležitostí zdlouhavou a časově náročnou bez nějakého většího efektu. Aby bylo hledání úspěšnější a dotyčný se vyvaroval zkreslených představ a zidealizovaného obrazu toho druhého, respondenti doporučovali sejít se s člověkem co nejdříve po navázání písemného kontaktu. Protože zkreslený a zidealizovaný obraz o druhém může být dán absencí vizuálních, fyzických a instinktivně pocitových podnětů či přímo tím, že si protějšek vymýšlí.

Řada respondentů se zmiňuje o odlišnosti v přístupu k seznamování u mužů a žen. Ženy se mnohdy setkaly s tím, že ačkoli se seznamovaly v kategorii „vážné seznámení“, tak se potkávaly s muži, kteří tímto způsobem vyhledávali sex, zábavu a rozptýlení. Vedle toho ženy v internetovém prostředí narazily na muže, kteří měli příliš nízké sebevědomí a byli plaší, na ty, kteří se neměli možnost seznámit v reálném životě v důsledku časové náročnosti své práce (workoholici) a „mamánky“, kteří byli až příliš závislí na své matce. Kromě workoholiků žádnou z těchto kategorií mužů nehodnotily ženy příliš pozitivně. Jak se ukázalo, ženy nechtějí ani maminka mazánka, nechtějí muže bez jiskry, který není dostatečně „mužný“, a nakonec ani dobrodruha, který je ochotný „být s ní“ jen pár dní v roce. Mohou se zde objevovat tendence žen, ve kterých je stále zakořeněn princip touhy po obdivu muže, stupňovat své nároky. Vedle toho se mohou objevovat obavy mužů, že svými parametry neobstojí, a tudíž své nároky ohledně ženy, kterou chtějí dobývat, snižují.

Právě s naddimenzovanými požadavky žen se často setkávali mnou oslovení muži. Vedle toho se u nich objevovaly pocity zklamání zejména z toho, že s dívkami, se kterými si nějakou dobu psali, se mnohdy vůbec nesetkali, poněvadž zřejmě „nemají odvahu se setkat“ (R5), případně mají pocit, že jsou příliš zabydlené ve svém

internetovém profilu, na kterém získávají závislost, a mají pak problém být s někým v reálném životě. „*Ta samotná seznamka je připraví o to, že mohou s někým být*“ (R13). Muži komentovali fakt, že se setkávali s ženami, které ve skutečnosti nikoho nehledaly, tím, že to mnohdy bylo způsobeno nevyřešenými vztahy z minulosti a také tím, že ženy mohly cítit nátlak společnosti, aby se s někým seznámily, poněvadž být svobodnou v jejich věku považuje jejich okolí za nenormální. Dále se pak často setkávali se silnějšími ženami nebo s dětmi, což jim rovněž vadilo.

Jaký je ale ideální muž/žena, kterého respondenti ve skutečnost hledají? A jaké faktory hrály roli při utváření těchto představ? Jako jeden z nejvýznamnějších požadavků na ideálního partnera respondenti uváděli fyzický zjev (jak u mužů, tak u žen). Dále ve svých odpovědích mnohdy vyjadřovali pocit, že jejich zaměření tímto směrem je povrchní, ale nedokázali se mu ubránit a vnímali jej jako to nejpodstatnější. Ženy uváděly, že je pro ně důležité, aby byl muž vyšší než ony a byl „pravý chlap“ v tradičním slova smyslu. Muži u žen preferovali zejména štíhlost a pěknou postavu. Dále zmiňovali důležitost „jiskry“ jako něčeho iracionálního, co nejde vyjádřit konkrétními psychickými či fyzickými atributy, ale bez čeho si není možné partnerský vztah představit. Pro ženy bylo důležité zdravé sebevědomí muže, muži vedle fyzických požadavků zdůrazňovali, aby žena byla chytrá, inteligentní a komunikativní. Z těchto požadavků je patrné, že pro výběr partnera hrají podstatnou roli podněty, které v internetové komunikaci nelze zcela obsáhnout. Virtuálnost může podporovat fyzično, které ve skutečnosti nemusí existovat a jiskra může být při skutečném setkání mnohdy utlumena v důsledku odlišného očekávání. Většina respondentů měla zkušenosti, kdy se realita lišila od představ, které si vytvořili ve virtuálním světě. Lidé si na internetu mohou měnit svůj věk, vzhled, minulost i pohlaví. Další charakteristikou internetové komunikace je to, že i když si toho nejsme vědomi, vždy si vytváříme představu osoby, s níž si píšeme. Silná projekce při čtení obdržené zprávy může mít za následek zkreslení původně myšleného významu, což vede k nedorozumění a konfliktům, a pokud nedostaneme odpověď, máme tendence k projekcím, proč se tak stalo.

Ukázalo se, že pořád přetrvává zažitá představa partnerského vztahu, kde je muž o něco starší než žena, i když by rozdíl podle respondentů neměl být příliš veliký, zejména z hlediska potenciálního založení rodiny. U mužů se objevuje větší tolerantnost z hlediska věkového rozdílu. Pouze jedna žena uvedla, že by jí nevadilo, kdyby byl muž mladší.

Výška dosaženého vzdělání se jako příliš podstatná neukázala a pro respondenty byla spíše důležitá obecná inteligence a komunikativnost. Vlastnost inteligence je spojená s plynulostí ústního vyjadřování, schopností ovlivnit ostatní členy skupiny, prozíravostí, dobrým úsudkem a schopností řešit problémy. Inteligentní lidé mají tendenci hledět dále, vidět dané problémy z širší perspektivy a hodnotit je ze všech hledisek (Buss 2009: 49–50 [1994]). U žen se objevovala obava, že by mohly mít problémy s příliš vysokou úrovní svého vzdělání. Větší vzdělání a vyšší výdělek ženy mohou vést ke konfliktům či až k rozpadu vztahu. Důvodem však nemusí být samotný fakt, že má žena vyšší vzdělání a eventuálně následně i příjem (žena se mimo zaměstnání stará o děti a rodinu stejně bez ohledu na vzdělání), ale spíše to, že partner začne trpět určitým komplexem méněcennosti, když neunes srovnání se ženou.

Stejně tak se příliš významně neprojevovala nutnost homogamie z hlediska místa bydliště. Respondenti logicky preferovali, když byl protějšek z jejich okolí, ale domnívali se, že pokud by se zamilovali do někoho, kdo by žil dál, nebrali by vzdálenost jako překážku k vytvoření vztahu.

Respondenti přiznávali, že je při utváření požadavků na partnera nejvíce ovlivnila jejich rodina, blízké okolí a společnost, ve které vyrůstali. Vedle toho podstatnou roli hrálo ovlivnění předchozími vztahy. Byl zmíněn i vliv médií a určitých vrozených determinantů.

Pro většinu respondentů bylo důležité, aby v průběhu následujících deseti let založili rodinu. Je tedy vidět, že význam rodiny zůstává v našich životech stále veliký. Vedle toho si však současně přáli, aby si uchovali současný styl života. Muži vedle touhy po rodině vyjadřovali i přání ohledně lepší pracovní pozice, než aktuálně zastávají. U respondentů, kteří doposud neměli zkušenosti s dlouhodobým partnerským vztahem a byli zvyklí na svou samostatnost, se objevovaly obavy, nakolik budou schopni se tomu druhému přizpůsobit.

Je zřejmé, že pokud by se hloubkové rozhovory dělaly v jiných věkových skupinách, pravděpodobně bychom tu pozorovali některé odlišné prvky, motivace a strategie. Do strategií mladší generace by se zřejmě tolik nepromítalo ovlivnění předchozími vztahy a zároveň by tuto formu seznamování nemuseli brát tak „vážně“ jako lidé starší. U starší generace se může objevovat větší tolerantnost k fyzickému zjevu, zároveň však větší kladení důrazu na ekonomickou zajištěnost, vyřešenou minulost či spolehlivost.

Závěr

Cílem této disertační práce byla analýza obrazu muže a ženy v současné české společnosti. Stěžejním výzkumným tématem pak proměna genderové identity pod vlivem kulturních změn, které probíhají od konce 19. století. Vycházím z přesvědčení, že role, chování a normy, jež byly mužům a ženám ukládány, byly často propojeny s náboženstvím, které daná kultura vyznávala. Na jejich dodržování hleděla mocná autorita božské bytosti a skrze tyto náboženské systémy se pak utvářela identita mužů a žen. Kdo (či co) je ale touto autoritou v západní společnosti v jedenadvacátém století, pro které je charakteristický čím dál tím větší příklon k ateismu a životu pro přítomný okamžik?

Domnívám se, že při utváření hodnot, norem a vzorců chování v oblasti mezipohlavních vztahů hrají dnes vedle rodiny, školy a vrstevnických skupin významnou roli média. Masové komunikační prostředky ovlivňují lidskou psychiku a sociální chování lidí a zároveň se samy přizpůsobují jejich požadavkům a preferencím. Prostřednictvím televize, časopisů, reklamy je nám ukazován obraz „ideálního muže a ideální ženy“, kterého je ale velice obtížné v realitě dosáhnout. To se odráží nejenom v tom, jak lidé posuzují sami sebe, ale i hodnotí ostatní.

Téma proměny genderové identity jsem rozložila do sedmi kapitol. V první kapitole se věnuji srovnávací analýze vztahu muže a ženy v náboženských a filosofických systémech, které se z hlediska vývoje lidských společností staly dominujícími. Zde jsem došla k závěru, že celosvětově převládající koncepcí je pojetí muže nadřazeného ženě. Následně jsem si položila otázku, zdali v minulosti člověka mohlo existovat období, které by bylo charakteristické koncepcí zcela opačnou – tudíž žena vládnoucí muži. Takovým je dle mého názoru paleolit a neolit, typické početným nalezištěm ženských figur se zvýrazněnými znaky plodnosti a minoritním výskytem sošek mužských postav. Vliv ženských bohyně se však zmenšuje s kulturně historickým vývojem a přechodem od hospodářského stupně pěstitelů obilí k plužnímu zemědělství – muž se stává čím dál tím víc rovnocenný ženě pěstující rostliny. Časem se z mužů stávali pastýři a chovatelé dobytka, a úloha ženy z hlediska obstarávání potravy pak poklesla na okrajovou míru. I přesto, že zejména v 19. století vznikaly nauky, které hovořily o původním matriarchátu, není pravděpodobné, že by tato myšlenka našla

v reálné existenci člověka někdy uplatnění a spíše se domnívám, že období paleolitu a neolitu bylo charakteristické větší komplementárností mužského a ženského principu.

Celosvětově převládající koncepce aktivního muže a pasivní ženy mě ve druhé kapitole práce přivedla k zamyšlení nad její příčinou. To, zdali jsme více ovlivněni přírodou či kulturou, ve které vyrůstáme, se stalo tématem sporu 20. století mezi představiteli kulturního a biologického determinismu. Zatímco u představitelů sociobiologie a evoluční psychologie byl kladen důraz na fyzické odlišnosti mužů a žen a rozdílnost v nutné investici na péči o potomka (a na základě toho se agresivní, nestálý muž a pasivní, ostýchavá žena jeví jako lidskou přirozeností), představitelé kulturního determinismu zdůrazňovali mocnou sílu kulturní rozmanitosti působící při formování mužských a ženských rolí. V souvislosti s tím se také začalo rozlišovat mezi pohlavím jako neměnnou biologickou konstantou a genderem jakožto definicemi „mužskosti“ a „ženskosti“, které jsou v rámci různých kultur proměnlivé. Proměnlivost genderu se snažili dosvědčit v rámci svých výzkumů antropologové Margaret Meadová či Bronislaw Malinowski, avšak převládající, výše zmíněný, celosvětový model tímto vysvětlen nebyl. O to se pokusila například Sherry B. Ortnerová, představitelka feministického směru, která tvrdila, že žena je stavěna do podřadné role díky tomu, že má blíže k přírodě, zatímco muž ovládá sféru kultury; či zastávce antropologického směru kulturního materialismu Marvin Harris, který tvrdí, že nadvládu má to pohlaví, které drží kontrolu nad technologií válek a obrany.

Na konci 20. století došlo k další změně v oblasti genderových paradigmat. Nové poznatky z oboru genetiky a otevření nových obzorů v diagnostice sexuálních anomálií vedly k částečnému přijetí biologického paradigmatu a propojení kulturního determinismu v jedno interaktivní paradigma a následně k tvrzení, že rozdíly mezi muži a ženami jsou dány jednak jejich rozdílnou biologickou stránkou a jednak kulturními a psychosociálními faktory (Poněšický 2003). Nakolik jsou odlišnosti mezi muži a ženami v jejich chování, postojích, jednání, vystupování, zájmech a komunikaci vrozené, a nakolik získané v procesu socializace, je otázka velice obtížně řešitelná či spíše neřešitelná, poněvadž dítě je již od narození vystaveno vlivu společnosti, v níž se učí své genderové roli. Určitý kompromis mezi kulturním a biologickým determinismem tvoří paradigma transformativního pojetí genderu. To připouští jak vrozené pohlavní rozdíly, tak i později ovlivněné, prohloubené či vytvořené odlišnosti, které vznikly v průběhu socializace. Centrem jeho pozornosti je studium toho, jak mohou kultura a chování jedince ovlivnit jeho biologii a fyziologii. Rovněž ale zdůrazňuje nástrahy používání

biologických principů k ospravedlnění genderových nerovností a překonává zaujetí vrozenými rozdíly mezi jednotlivými pohlavími.

Ve třetí kapitole se podrobněji věnuji procesu socializace, během kterého se již od raného dětství učíme, jak se máme coby muži a ženy chovat, vnímat sami sebe i lidi kolem nás. Rozebírám faktory, které na nás působí – od primárního vlivu rodiny a hraček a pohádek přes působení školy a vrstevníků. Může se na první pohled zdát, že při výchově dítěte máme svobodnou ruku, avšak pokud se jedinec začne nějak odlišovat, je společností ihned nasazen tlak, aby byla nežádoucí rozdílnost eliminována. Tuto kapitolu zakončuji tvrzením: pokud by mělo dojít ke změně, musí k ní dojít na úrovni hodnot dané společnosti, ne na úrovni jedince. Můžeme signály takové změny dnes pozorovat? Ve čtvrté kapitole uvádím některé z významných představitelů teorií vzniku pohlavní a genderové identity.

Pátá kapitola práce mapuje obraz muže a ženy v současné české společnosti, společně s faktory, které přispívají k jeho utváření. Zabývám se otázkou krize pohlavní a genderové identity v současném světě, vycházející z toho, že po mnoha staletí byli ženy a muži považováni téměř za rozdílný živočišný druh a byli jim vymezeny naprosto odlišné životní role. Především pak v souvislosti s průmyslovou revolucí a zmohutněním středních vrstev se vytvořila představa o přirozenosti rozdělení rolí jakožto ženy-matky v domácnosti a muže-živitele rodiny. Toto rozdělení, které vyhovovalo nárokům vzkvétajícího kapitalismu, na jedné straně ženu izolovalo, na druhé však vyvolalo reakce žen, které se chtěly podílet na občanských svobodách, jež se začaly v období průmyslové revoluce masově šířit. Feministická hnutí ve svém počátku usilovala především o uznání žen jako občanek a spolu s tím i jejich základních práv, mezi něž patří volební právo a právo na vlastní majetek. Tyto společenské změny zpochybnily neměnnost ženského a mužského údělu a otevřely možnosti pro individuální volby jednotlivých mužů a žen. V dnešní společnosti se také objevuje názor, že dochází k čím dál tím větší genderové dekonstrukci – rodové rozdíly se prolínají a stírají. Z hlediska profesní stránky by se dalo říci, že mizí tradiční převaha muže v aspektech, jako je důležitost vykonané profese nebo její finanční ohodnocení. Tradiční mužský koncept – úspěch, moc, síla – spojený s jeho úlohou živitele rodiny, je reálně zpochybněn postmoderní epochou. Ekonomický proud se začal obracet v neprospěch mužů. S poklesem průmyslu, jakožto domény mužů, se zaměstnanost posunula do služeb.

V této kapitole se věnuji i tomu, jaký vliv na utváření genderové identity mají v dnešní době média, která utvářejí obrazy, na jejichž základě muži a ženy definují svůj

vztah k sobě i k opačnému pohlaví. Vedle rodinných příslušníků či vrstevnických skupin jsou média jedním z nejvýraznějších činitelů, jež působí na formování mužské a ženské identity. Dalo by se říci, že naše společnost si jako vzory pro identifikaci zvolila celebrity – stálost těchto celebrit je však proměnlivá. Tuto myšlenku prezentuje rovněž sociolog Zygmund Bauman, podle něhož se nacházíme v době, kdy se identita jeví více „prchavá“ (tekutá) než kdy jindy. Moderní západní společnosti jsou nuceny hledat rozhodnutí ohledně identity a životního stylu a hybnou silou v tomto procesu jsou právě média (Bauman 2002). Tekutost identity dává Bauman do kontextu s profilem současné doby, která je podle něj typická svou nejednoznačností, nahodilostí a nepředvídatelností. Aktuální doba by se mohla definovat absencí přesně formulované identity.

Obrazy, jež média zprostředkovávají, jsou nejvíce viditelné skrze reklamy či časopisy. Na jedné straně jsou zde patrné přetrvávající vlivy tradičních obrazů mužů a žen ve zpodobnění ženy, která má nejvýznamnější funkci v domácnosti, a muže jakožto živitele rodiny a „drsného chlapa“ s přirozeným zájmem o ženy a rychlá auta. Pak se tu ale objevují obrazy, které podporují myšlenku, že muž a žena se přetrvávajícím stereotypům přizpůsobovat nemusí. Žena může být samostatná, vydělávající, zcestovalá, vzdělaná, nečekající na prvotní krok ze strany muže, který může být chápavý, vnímavý, uvědomovat si své pocity, dbát o svůj vzhled a starat se o interní rodinné problémy.

To vše hraje důležitou roli nejen z hlediska utváření vlastní identity, ale promítá se i do utváření vztahů mezi mužem a ženou a stanovení požadavků, jak by měl ideální partner vypadat. Jaký význam vůbec má pro dnešní mladé lidi založení vlastní rodiny? V současné době můžeme z tohoto hlediska pozorovat několik trendů. Rodina ztrácí některé ze základních funkcí, které dříve měla, objevují se stále rozmanitější formy partnerského soužití, zvyšuje se počet rozvodů, nejčastějším prototypem je rodina s jedním dítětem. Vedle toho se stále výrazněji mezi lidmi kolem třiceti let vyčleňuje generace singles, dlouhodobě žijících bez partnera, a je možné, že budoucnost nám přinese i další alternativní životní styly.

Proměnou prochází i samotný proces namlouvání partnera. Mohlo by se zdát, že v tomhle směru máme dnes neomezené možnosti, ale podvědomě na nás stále může působit pravidlo homogamie, které říká, že většina lidí uzavírajících sňatek si nevybírání partnera nebo partnerku náhodně, ale hledá si ho/ji na základě podobnosti sociálních charakteristik. Lidé ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodnění si vybírají své protějšky zase mezi lidmi ekonomicky, sociálně nebo kulturně znevýhodněnými; lidé dobře společensky postavení si vybírají své protějšky mezi lidmi dobře společensky

postavenými. Dnes hraje také roli homogamie z hlediska zájmů, názorů a celkového pohledu na svět, který mohou lidé se svým protějškem sdílet. V šesté kapitole práce pracuji s metaforou sňatkového trhu, která poukazuje na skutečnost, že v každé společnosti dochází k setkávání, vzájemnému oceňování, zvažování a selekci párů, které by potenciálně mohly směřovat k manželství. Na takzvaném sňatkovém trhu jde o totéž jako na každém jiném tržišti: směnit co nejlépe. Jak se zmiňuje americký ekonom Gary S. Becker (1930), o účastnících sňatkového trhu se předpokládá, že mají limitované informace o užítku, jenž jim plyne ze získání potenciálního protějšku, neboť často informace o jeho či jejích charakteristikách bývají neúplné. Pokud by ukončení manželství nic nestálo, brali by si toho prvního zhruba přijatelného a nadále by pokračovali v hledání. Další vyhledávání a lepší informovanost zvyšují užitek očekávatelný z manželství tím, že zvyšují kvalitu výběru. Samotné vyhledávání však spotřebovává čas, úsilí a jiné vzácné zdroje a čím déle trvá, tím déle jsou odkládány výnosy plynoucí z manželství. *„Racionální osoba bude pokračovat ve vyhledávání jak na ‚extenzivním přehledu‘ dalších možných partií, tak i na ‚intenzivním přehledu‘ doplňujících a vyjasňujících informací o svých vážných nápadnících, dokud se převis zisku a převis nákladů nevyrovnají. Jde zejména o to, že racionální osoba se žení či vdává, i když si je vědoma, že další hledání by jí zajisté umožnilo najít někoho snad ještě lepšího, leč náklady na další hledání by zřejmě převýšily zisk plynoucí z potenciálně lepší partie“* (Berger 1981 in Možný 2008: 119). Je však možno hovořit o tom, že na sňatkovém trhu má svoji roli racionalita? Teorii směny pro vysvětlení nových druhů svazků rozvíjejí i další autoři. Americká socioložka Valerie K. Oppenheimerová ve své stati *Teorie načasování manželství* z roku 1988 předkládá názor, že vyšší vzdělání žen, vyšší míra jejich zaměstnanosti a narůstající finanční nezávislost zvýšily normu na kvalitu partnera a změnily chápání toho, jaký partner je pro ženu ještě minimálně akceptovatelný. Z toho hlediska je pak podle Oppenheimerové možné chápat prodlužující se dobu společného cholení a nesezdané soužití jako výraz pečlivějšího hledání partnera.

Myšlenku teorie směny podporují čím dál tím víc rozmanitější způsoby namlouvání. Není to již pouze podání si inzerátu na internetové seznamce, ale lidé mají možnost vyzkoušet speed dating, rady wingmana či dokonce touhu po partnerovi spojit s možností stát se televizní hvězdou skrze účast v seznamkové reality show.

V poslední kapitole práce jsem se detailněji zaměřila na analýzu genderové identity promítající se do seznamovacích inzerátů na internetu. Nástrojem empirického

výzkumu mi byla obsahová analýza v kombinaci s hloubkovými rozhovory s lidmi, kteří tento způsob namlouvání partnera přímo podstoupili.

Seznamování přes internet na první pohled představuje jednoduché a účinné řešení základní lidské potřeby – nebýt sám. Webové stránky poskytují nabídku, kterou si zájemce může podrobně prostudovat, v klidu zvážit, po zvážení něco vyzkoušet a doufat, že nakonec pozná tu pravou nebo toho pravého. Množství potenciálních partnerů, se kterými je možné se setkat ve virtuálním prostředí, mnohonásobně překračuje běžné možnosti. Pro řadu lidí, zejména těch introvertnějších, pro které je vyhledávání partnera v klubech, barech či na diskotékách nepříjemné, může být seznámení přes internet a e-mail vítaným opakem. Toto seznamování má ale i své nedostatky, jelikož chybí možnost okamžité bezprostřední reakce (člověk si svou odpověď může v klidu rozmyslet, vymodelovat a teprve pak poslat) a přítomnost neverbálních komunikačních prostředků.

Ve výsledcích obsahové analýzy se v mnoha hlediscích projevovalo klasické, evolučně získané, pojetí mužské a ženské role. U mužů se ve větší míře ukázalo, že hledají hezkou a pohlednou ženu, stejně tak se jako významný projevilo požadavek, aby hledaná partnerka byla mladší a štíhlá. U žen se z hlediska fyzických požadavků na partnera vyprofilovaly dvě nejvýraznější kvality: aby byl vyšší a pohledný. Požadavek, aby byl muž finančně zajištěný, se v inzerátech žen ukázal, avšak v porovnání s ostatními hodnotami nebyl zastoupen tak často, jak se podle hypotézy očekávalo. Vedle toho některé ženy naopak zdůrazňovaly, že jsou samostatné a zaopatřené, takže by se dalo předpokládat, že v tomto směru dochází k určitému posunu v důsledku změn v pojetí mužské a ženské role v našem kulturním prostředí. V hloubkových rozhovorech se při definici ideálního partnera apel na fyzický vzhled rovněž ukázal jako podstatný. I když respondenti ve svých odpovědích mnohdy vyjadřovali pocit, že jejich zaměření tímto směrem je povrchní, nedokázali se mu ubránit a vnímali jej jako to nejdůležitější. Vedle toho byla uváděna důležitost „jiskry“ jako něčeho iracionálního, co nejde vyjádřit konkrétními psychickými či fyzickými atributy, ale bez čeho si není možné partnerský vztah představit. Pro ženy bylo důležité, aby byl muž zdravě sebevědomý, muži vedle fyzických parametrů zmiňovali, aby hledaná žena byla chytrá, inteligentní a komunikativní. Z těchto požadavků je patrné, že pro výběr partnera mají podstatnou roli podněty, které v internetové komunikaci nelze zcela obsáhnout a možná, že toto je příčinou, proč vztahy vytvořené ve virtuálním prostředí nedojdou k úspěšnému naplnění v reálném životě.

V inzerátech obou pohlaví se často vyskytovaly genderově neutrální a příliš nevyovídající charakteristiky typu: „hodný/á, pohodový/á, fajn, normální, obyčejný/á, sympatický/á, upřímný/á“. Avšak u žen se objevovala větší specifčnost v jejich sebecharakteristikách. V souvislosti s tím jsem se během hloubkových rozhovorů zaměřila i na strategie vytváření inzerátu. Jako úspěšnější se jeví strategie, ve kterých hledající konkrétněji definuje sama sebe i to, co od svého protějšku očekává. Zatímco strategie konstruovat inzerát tak, aby se pod neutrálními charakteristikami mohlo najít co nejvíce lidí (což může být dokonce vnímáno velmi negativně), se ukázala jako méně výhodná.

Dále jsem zkoumala, jaký význam má homogamie z hlediska místa bydliště, věku a vzdělání. U obou pohlaví se poměrně často objevuje požadavek na homogamii z hlediska místa, odkud hledající pochází, u žen pak o něco více než u mužů. Jak se ale ukázalo v kvalitativních rozhovorech, vzdálenost bydliště se nestává totální překážkou k navázání vztahu a respondenti byli ochotni tento faktor posuzovat z hlediska konkrétní situace.

Ukázalo se, že pořád přetrvává zažitá představa partnerského vztahu, kde je muž o něco starší než žena, i když by rozdíl podle respondentů neměl být příliš veliký, zejména z hlediska potenciálního založení rodiny. Aby byl muž starší než žena požadovaly ženy v inzerátech podrobených obsahové analýze dokonce nejčastěji ze všech charakteristik. Při hloubkových rozhovorech se u mužů ukázala větší tolerantnost z hlediska věkového rozdílu, zatímco pouze jedna žena uvedla, že by jí nevadilo, kdyby byl muž i mladší.

Výška dosaženého vzdělání se jako příliš podstatná neukázala a pro respondenty byla spíše důležitá obecná inteligence a komunikativnost. V rámci kvalitativního výzkumu pak ženy vyjadřovaly obavy, že by mohly mít problémy s příliš vysokou úrovní svého vzdělání. Vzdělání a vyšší příjmy žen než mužů mohou vést ke konfliktům a přispět k rozpadu vztahu. Důvodem však nemusí být samotný fakt, že má žena vyšší vzdělání a eventuálně následně i příjem, ale spíše to, že může dojít k tomu, že partner může začít trpět určitým komplexem méněcennosti.

I když tedy dochází ve vnímání muže a ženy v dnešní společnosti k určitému posunu, stále se zde potvrzuje, že kulturní evoluce v mnoha hlediscích značně předbíhá evoluci biologickou, obzvláště pokud se v jednání jedinců odráží cíl získat partnera pro stálý a trvalý vztah, jehož vyústěním by mělo být založení rodiny. Ve stručnosti by se dalo říct, že náš mozek je adaptovaný na jiný styl života, než jaký v současnosti žijeme.

A právě v důsledku značné rozmanitosti forem identity a způsobů života je o to větší problém se na určitou životní strategii adaptovat, a tak základními pocity provázející dnešního člověka jsou zmatenost a nejistota. Lidé vědí, že mohou zažité stereotypy překročit, dokonce jsou v mnoha oblastech k těmto překročením nuceni, zároveň se však s tímto vystoupením z jistoty objevuje potřeba nového „já“ a definice sama sebe, která nemá pevné ukotvení a univerzální vnitřní souhlas.

Problematika genderové identity, proměny mužské a ženské role v současné společnosti, otázka genderové dekonstrukce i dnešní namlouvací strategie by se daly pojmut z mnoha dalších aspektů, které v této práci nebyly zmíněny, a rozhodně je důležitým tématem kulturologie, kterému by měl být věnován další prostor. Jeho studium probíhá jak na úrovni osobnosti jednotlivce, tak na úrovni kultury, ve které žijeme, stejně jako na úrovni nás coby příslušníků rodu *Homo*. Toto téma prostupuje naše každodenní životy a téměř „na každém kroku“ se můžeme setkávat s faktory, které nás ovlivňují v tom, jak vnímáme sami sebe jako muže a ženy a jaké vlastnosti a fyzické atributy od opačného pohlaví ve svých představách očekáváme. A tak se při zkoumání toho nakolik je náš svět ovlivněn tradičními mužskými hodnotami a nakolik do něj vstupuje fenomén samostatné, vzdělané a zabezpečené ženy například nabízí studium genderu v soudobé literatuře, filmu, v textech populárních písní, ve zpravodajství, v politice, firemní kultuře apod. Stejně tak by empirická část mohla být rozšířena o porovnání s názory lidí žijících na venkově, věkově starší či mladší generace, lidí, kteří na internetu cíleně nehledají „vážený vztah“, ale pouze „flirt“. Je pravděpodobné, že by pak byly požadavky na hledaný protějšek v některých hlediscích odlišné. Samotnou kapitolu by mohlo tvořit mezikulturní srovnání či studium preferencí, které hrají roli při vytváření homosexuálních svazků, jimž v této práci nebyla věnovaná pozornost.

Velkým prostorem pro další výzkum je život ve virtuální realitě, který je stále aktuálnějším problémem. Internet a počítač se stává nepostradatelnou součástí existence většiny lidí a lze se domnívat, že jeho úloha bude stále nabývat na významu. V důsledku rozmachu sociálních sítí, jako je Facebook, Twitter, LinkedIn či MySpace mnozí lidé stráví značnou část dne právě životem v nich. A vlastní život a vztahy zde navázané se mohou zdát podstatnější než ty vytvořené v realitě. Neocitneme se pak skutečně v Platónově podobenství o jeskyni či ve světě *Matrixu*? A náš život bude probíhat ve virtuálním světě, který bude pouhým stínem toho skutečného, nacházejícího se v jiné dimenzi, aniž bychom si uvědomovali, že nežijeme v realitě. O tomto nebezpečí se zmiňuje rovněž francouzský teoretik Jean Baudrillard (1929–2007) a varuje, že

„simulakra“ – zprostředkované simulace skutečnosti – podkopaly možnost odvolat se k nezávislé externí instanci nebo objektivní skutečnosti (Harrington 2006: 351 [2005]). A tak v době všudypřítomných masových médií může vznikat nová realita (hyperrealita), vytvářená prolínáním lidského chování a mediálních vjemů. Tento svět hyperreality se skládá z mediálních vjemu odvozujících svůj smysl od jiných vjemů, a tudíž nezakotvených ve „vnější realitě“ (Giddens 1997: 374 [1989]). Je to „svět“, v němž je „skutečnost“ závislá na médiích – *„medium a skutečnost se nacházejí v mlhavém a neurčitém stavu, v němž je pravda nedešifrovatelná“* (Harrington 2006: 352 [2005]).

Bibliografie

- BADINTER, Elisabeth. *XY. O mužské identitě*. Praha: Paseka, 2005 (orig. 1992).
- BALARINOVÁ, Michaela. *Genderová identita v českých médiích*. Zlín, 2007.
Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
- BAUDRILLARD, Jean. *O svádění*. Olomouc: Votobis, 1996 (orig. 1979).
- BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2004 (orig. 1999).
- BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernita*. Praha: Mladá fronta, 2002 (orig. 2000).
- BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995.
- BEAUVOIR, Simone. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis, 1967 (orig. 1949).
- BECK, Ulrich. *Riziková společnost (Na cestě k jiné moderně)*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004 (orig. 1986).
- BECKER, Gary S. *A treatise on the family*. Cambridge: Harvard University Press, 1981.
- BELLINGER, Bernard. *Sexualita v náboženstvích světa*. Praha: Academia, 1998 (orig. 1993).
- BEM, Sandra Lipsitz. *The lenses of gender – transforming the debate on sexual inequality*. New Haven and London: Yale University Press, 1993.
- BERGER, Peter L. – LUCKMAN, Thomas. *Sociální konstrukce reality*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999 (orig. 1966).
- BETTELHEIM, Bruno. *The children of the dream*. Toronto, Ontario: The Macmillan Company, 1969.
- BLACKLEGE, Catherine. *Vagina*. Praha: Triton, 2005 (orig. 2003).
- BLACKMORE, Susan. *Teorie memů*. Praha: Portál, 2001 (orig. 1999).
- BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 2000 (orig. 1998).
- BOWIE, Fiona. *Antropologie náboženství*. Praha: Portál, 2008 (orig. 2005).
- BUSS, David M. *Evoluce touhy*. Praha: Volvox Globator, 2009 (orig. 1994).
- CAMPBELL, Joseph. *Primitivní mytologie: Masky bohů*. Praha: Pragma, 2008 (orig. 1959).
- CAMPBELL, Joseph. *Mýty západu: Masky bohů*. Praha: Pragma, 2002 (orig. 1964).
- DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Praha: Mladá fronta, 1998 (orig. 1976).
- DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada, 2008 (orig. 2008).
- DIVÍNOVÁ, Radana. *Cybersex*. Praha: TRITON, 2005.

- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Univerzita Karlova, 1993.
- DOHNALOVÁ, Marie – MALINA, Jaroslav. *Slovník antropologie občanské společnosti*. Brno: CERM, 2006.
- DOUGLAS, Mary. *Purity and danger: an analysis of concepts of pollution and taboo*. London: Routledge and Kegan Paul, 1966.
- DUBY, Georges (ed.). *Dějiny Francie od počátku po současnost*. Praha: Karolinum, 2003 (orig. 1999).
- EISLER, Riane Tennenhaus. *Číše a meč, agrese a láska*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995 (orig. 1987).
- Ekumenický překlad Bible*. Praha: Česká biblická společnost, 1993.
- ELSHTAIN, Jean Bethke. *Veřejný muž, soukromá žena*. Praha: Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1999 (orig. 1981).
- ERIKSON, Erik H. *Dětství a společnost*. Praha: Argo, 2002 (orig. 1950).
- ESCOBAR, Arturo. *Welcome to Cyberia – notes on the anthropology of cyberculture*. *Current Anthropology*. 1994, vol. 35, No. 3., s. 211–231.
- ETZIONI, Amitai. *Morální dimenze ekonomiky*. Praha: Victoria publishing, 1995 (orig. 1988).
- EVOLA, Julius. *Metafyzika sexu*. Praha: Volvox Globator, 2009 (orig. 1958).
- FAFEJTA, Martin. *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany: Jan Piszkiwicz, 2004.
- FORMANOVÁ, Lucie. *Fenomén singles v České republice*. Olomouc, 2010. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- FRIEDAN, Betty. *Feminine mystice*. Praha: Pragma, 2002 (orig. 1963).
- FRIEDL, Ernestine. *Women and men (An anthropologist's view)*. USA: Basic anthropology unit, 1975.
- FROUZOVÁ, Magdaléna. *„Pod závojem nosím džíny“ aneb muslimky mezi tradicí a modernou*. Praha: Vyšehrad, 2005.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Příbram: Argo, 1997 (orig. 1989).
- GIDDENS, Anthony. *Důsledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003 (orig. 1990).
- GIMBUTAS, Marija. *The Goddesses and Gods of Old Europe*. 2. vyd., Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1982 (orig. 1974).

- GOFFMAN, Erving. *Gender advertisements*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1979.
- GOFFMAN, Erving. *The presentation of Self in everyday life*. New York: Anchor, 1959.
- HARRINGTON, Austin a kol. *Moderní sociální teorie*. Praha: Portál, 2006 (orig. 2005).
- HARRIS, Marvin. *Cows, pigs, wars and witches*. New York: Random House, 1974.
- HENDL, Jan. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Praha: Karolinum, 1999.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál, 2008.
- HLADÍKOVÁ, Barbora. *Psychosociální aspekty seznamování u mužských uživatelů internetu*. Brno, 2008. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně.
- HOLEC, Petr. *Playboy: zadýchaný chlapec*. In: Reflex. 2009, roč. XX, č. 49, s. 37–39.
- HORNEY, Karen. *Ženská psychologie*. Praha: Triton, 2004 (orig. 1967).
- HORROCKS, Christopher. *Baudrillard a milénium*. Praha: Triton, 2002 (orig. 1999).
- HORSKÁ, Pavla [et al.]. *Dětství, rodina a stáří*. Praha: Panorama, 1990.
- HUDALLA, Anneke. *Diagnóza puberty*. In: Respekt. 2010, roč. XXI, č. 39, s. 46–53.
- JANČOVÁ, Tereza. *Projevy zájmu mužů a žen o člověka opačné rodové příslušnosti*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně.
- JANOŠOVÁ, Pavlína. *Dívčí a chlapecká identita (Vývoj a úskalí)*. Praha: Grada, 2008.
- JOINSON, Adam N. *Understanding the psychology of internet behaviour*. New York: Palgrave Macmillan, 2003.
- JONES, Steve. *Y: Původ mužů*. Praha a Litomyšl: Ladislav Horáček – Paseka, 2008 (orig. 2002).
- CAST, Verena. *Otcové – dcery, matky – synové: práce s rodičovskými komplexy jako cesta k vlastní identitě*. Praha: Portál, 2004 (orig. 1994).
- KATRŇÁK, Tomáš. *Spříznění volbou?*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2009.
- KAUFMANN, Jean-Claude. *The single woman and the fairytale prince*. Cambridge: Polity Press, 2008 (orig. 1999).
- KIMMEL, Michael S. *Manhood in America – a cultural history*. New York, Oxford: Oxford University Press, 2006.
- KNAPOVÁ, Adéla. *Budoucnost patří krásným*. In: Reflex. 2010, roč. XXI, č. 50–51, s. 38–43.
- KNOTKOVÁ-ČAPKOVÁ, Blanka a kol. *Obrazy ženství*. Praha – Litomyšl: Paseka, 2008.
- Korán*. Praha: Odeon, 1972.

- KRÁL, Vít. *Single ženy současnosti: kvalitativní výzkum*. Praha, 2009. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.
- KRAMER, Heinrich – SPRENGER, Jakob. *Kladivo na čarodějnice*. Praha: Levné knihy, 2006 (orig. 1486).
- LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty. Úvahy o současném individualismu*. Praha: Prostor, 1998 (orig. 1993).
- LIPPA, Richard A. *Pohlaví: příroda a výchova*. Praha: Academia, 2009 (orig. 2005).
- LOUČKOVÁ, Ivana. *Integrovaný přístup v sociálně-vědním výzkumu*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2010.
- LUHMAN, Niklas. *Láska jako vášeň, Paradigm lost*. Praha: Prostor, 2002 (orig. 1996).
- MACEK, Petr. *Být dospělým už mladé neláká*. Psychologie Dnes, 2010, č. 5, s. 8.
- MÁNKOVÁ, Zuzana. *Konstrukce mužské identity v lifestyleových časopisech*. Brno, 2008. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně
- MARKOVÁ, Dagmar. *Hrdinky Kámasútry (Historie indické ženy)*. Praha: Dar Ibn Rushd, 1998.
- MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: Jota, 2000 (orig. 1997).
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorií masové komunikace*. Praha: Portál, 1999 (orig. 1991).
- MCROBBIE, Angela. *Aktuální témata kulturních studií*. Praha: Portál, 2006 (orig. 2005).
- MEAD, Margaret. *Sex and temperament in three primitive societies*. New York: William Morrow & Company, 1935.
- MERTON, Robert K. *Studie ze sociologické teorie*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007 (orig. 1967).
- MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006.
- MOJŽÍŠOVÁ, Alžběta. *Genderové prezentace v reklamách v ženských a mužských časopisech*. Brno, 2008. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně.
- MORGAN, Lewis Henry. *Pravěká společnost*. Praha: nakladatelství ČSAV, 1957 (orig. 1877).
- MORUS (Richard Lewinsohn). *Světové dějiny sexuality*. Praha: Naše vojsko, 1992 (orig. 1956).
- MOŽNÝ, Ivo. *Moderní rodiny: mýty a skutečnosti*. Brno: Blok, 1990.

- MOŽNÝ, Ivo. *Rodina a společnost*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2008.
- MURPHY, Robert Francis. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998 (orig. 1989).
- MUSIL, Josef. *Média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003.
- NAGL-DOCEKAL, Herta. *Feministická filozofie*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007 (orig. 1999).
- NEUMANN, Stanislav K. *Dějiny ženy*. Praha: Otakar II, 1999 (orig. 1931).
- NORBERG-HODGEN, Helena. *Ancient futures – learning from Ladakh*. New Delhi: Oxford University Press, 1991.
- OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender, společnost*. Praha: Portál, 2000 (orig. 1972).
- ORTNER, Sherry B. *Má se žena k muži jako příroda ke kultuře?* In: Oates-Indruchová, Libora (ed.), *Dívčí válka s ideologií*, Praha: Sociologické nakladatelství, 1998 (orig. 1974), s. 90–114.
- PACHMANOVÁ, Martina. *Věrnost v pohybu*. Praha: One women press, 2001.
- PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum, 1993.
- PLAŇAVA, Ivo. *Spolu každý sám*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1998.
- PLZÁK, Miroslav – KONRÁD, Oto. *S kým dál...?*. Praha: Nakladatelství a vydavatelství seznamovací agentury Grand, 2000.
- PLZÁK, Miroslav. *Žena a muž*. Praha: MOTTO, 2007.
- POLÁKOVÁ, Markéta. *Mužský a ženský princip v transkulturní perspektive (gender, sexualita, kultura)*. Praha, 2007. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.
- PONĚŠICKÝ, Jan. *Fenomén mužství a ženství*. Praha: Triton, 2008.
- RABUŠIC, Ladislav. *Kde ty všechny děti jsou? (Porodnost v sociologické perspektivě)*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2001.
- RAUSCH, Antonín. *Příběhy ze staré Šumavy*. Praha: Erika, 1995 (orig. 1974).
- RENZETTI, Claire M. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003 (orig. 1999).
- RIDLEY, Matt. *Červená královna*. Praha: Mladá fronta, 1999 (orig. 1994).
- RIESMAN, David. *Osamělý dav*. Praha: Kalich, 2007 (orig. 1960).
- ŘÍČAN, Pavel. *Cesta životem: vývojová psychologie*. Praha: Portál, 2006.
- SALZMAN, Marian – O'REILLY, Ann – MATATHIA, Ira. *The future of men*. Palgrave Macmillan, 2005.
- SANDAY, Peggy Reeves. *Female power and male dominance*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 1981.

- SCHOPENHAUER, Arthur. *Svět jako vůle a představa*. Pelhřimov: Nová tiskárna, 1997 (orig. 1819).
- SCHWARTZ, Barry. *The paradox of choice – why more is less*. New York: Ecco, 2004.
- SKUPNIK, Jaroslav. *Manželství a sexualita z antropologické perspektivy*. Brno: Nauma, 2002.
- SIMMEL, Georg. *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006.
- SMETÁČKOVÁ, Irena. *Příručka pro genderově citlivé vedení školy*. Praha: Otevřená společnost, 2007.
- SOBOTA, Jiří. *Chlapi sobě*. In: Respekt. 2010, roč. XXI, č. 32, s. 30–32.
- SOUKUP, Václav. *Dějiny antropologie*. Praha: Karolinum, 2004.
- Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: Open Society Fund, 1999.
- STÖRIG, Hans, Joachim. *Malé dějiny filosofie*. Praha: Zvon, 1991 (orig. 1983).
- ŠMAHEL, David. *Dospívající v prostředí internetu – reálná a virtuální realita*. In: Pilát, Milan (ed.). *Děti, mládež a rodiny*. Brno: Barrister & Principal, 2002, s. 260–271.
- ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: TRITON, 2003.
- ŠMAHEL, David – VESELÁ, Martina. *Interpersonální atraktivita ve virtuální prostředí*. Československá psychologie. Praha: Academia, vol. 50, č. 2, 2006, s. 174–186.
- ŠUBRT, Jiří (ed.). *Talcott Parsons a jeho přínos soudobé sociologické teorii*. Praha: Karolinum, 2006.
- ŠŮRA, Adam. *Hon na slova*. In: Respekt. 2011, roč. XXII, č. 4, s. 75–77.
- TANNEN, Deborah. *Ty mi prostě nerozumíš – jak spolu mluví ženy a muži*. Praha: Mladá fronta, 1995 (orig. 1990).
- TOFFLER, Alvin. *Šok z budoucnosti*. Praha: Práce, 1992 (orig. 1970).
- TOMÁŠEK, Marcel. *Sami, ale ne úplně; nové vztahy – vznik alternativních forem k tradičním vztahům v ČR*. In: Gender rovné příležitosti výzkum, vol. 2004, č.4, s. 16–19.
- TOMÁŠEK, Marcel. *Singles v České republice – o aktuálně probíhajícím výzkumu Fenomén singles*. In: Gender, rovné příležitosti, výzkum, vol. 2003, č. 3–4, s. 5–7.

- TOMÁŠEK, Marcel. *Singles a jejich vztahy; kvalitativní pohled na nesezdané a nekohabituující jednotlivce v České republice*. In: Sociologický časopis, 2006, roč. 1, s. 81–106.
- TURNER, Victor. *Průběh rituálu*. Brno: Computer Press, 2004 (orig. 1969).
- TYSON, Phyllis – TYSON, Robert L, *Psychoanalytic theories of development: an integration*. New Heaven and London: Yale University Press, 1990.
- ULANOU, Ann Belford. *Pramatky Ježíše Krista*. Praha: One Woman Press, 2003 (orig. 1998).
- Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996.
- VODÁKOVÁ, Alena – VODÁKOVÁ, Olga (eds.). *Rod ženský*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003.
- VYBÍRAL, Zdeněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005.
- VYMĚTALOVÁ, Simona [et al.]. 2000. *Představy mladých lidí o manželství a rodičovství*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- VÝROST, Jozef – SLAMĚNÍK, Ivan (eds.). *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008.
- VRÁNKOVÁ, Karolína. *Sex ve městě po česku – se sociologem Marcelem Tomáškem o tom, jak se mění rodina a vztahy*. In: Respekt. 2010, roč. XXI, č. 33, s. 7.
- WILSON, Edward O. *O lidské přirozenosti*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1993 (orig. 1978).
- WRIGHT, Robert. *Morální zvíře*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995 (orig. 1994).
- ZÁBRODSKÁ, Kateřina. *Variace na gender*. Praha: Academia, 2009.
- ZORMANOVÁ, Lucie. *Gender ve vzdělávání dětí a mládeže na ZŠ: srovnání míry aktivity chlapců a dívek ve výuce občanské výchovy na základní škole*. Brno, 2009, Disertační práce. Masarykova univerzita v Brně.

INTERNETOVÉ PRAMENY

- ARVIDSSON, Adam. *Quality singles: internet dating and the work of fantasy*. New Media & Society [online]. 2006, č. 8, [cit. 2010-11-13]. Dostupný z WWW: <<http://nms.sagepub.com>>.
- BENEŠOVSKÁ, Jana. *Staří mládenci* [online]. 2009, [cit. 2010-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.singles-film.cz>>.

- COONTZ, Stephanie. *The Feminine mystique revisited* [online]. 2008, [cit. 2011-02-05].
Dostupný z WWW: <<http://www.stephaniecoontz.com>>.
- CORNWELL, B. – LUNDGREN, D. C. *Love on the internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace*. *Computers in Human Behavior* [online]. 2001, č. 17 (2), [cit. 2010-11-20].
Dostupný z WWW: <<http://collections.lib.uwm.edu>>.
- ČERMÁK, Jindřich. *Postavení ženy ve společnosti se zaměřením na Českou republiku* [online]. 2003, [cit. 2010-05-28]. Dostupný z WWW: <www.e-polis.cz>.
- ČERNÝ, Jiří. *Manželství v transformaci* [online]. 2003, [cit. 2010-11-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.socioweb.cz>>.
- DOLEŽAL, J. X. *Konec bílých mužů* [online]. 2009, [cit. 2009-09-03] Dostupný z WWW: <mediasearch.newtonit.cz>.
- ELLISON, Nicole – HEINO, Rebecca – GIBBS, Jennifer. *Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment*. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2006, č. 11 (2), [cit. 2010-11-21].
Dostupný z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu>>.
- ELLISON, Nicole – HEINO, Rebecca – GIBBS, Jennifer. *Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating*. *Communication Research* [online], 2006, č. 33 (2) [cit. 2010-11-23]. Dostupný z WWW: <<https://www.msu.edu>>.
- KAMBERSKÝ, Petr. *Krásné. Mladé. Osamělé* [online]. 2010, [cit. 2010-12-09].
Dostupný z WWW: <<http://www.lidovky.cz>>.
- KREIDL, Martin. *Manželství a sociální změna: Mění se v současné české společnosti pravidla výběru partnera?* [online]. 2003, [cit. 2010-11-17]. Dostupný z <<http://www.socioweb.cz>>.
- MCGEER, Victoria. *Developing trust on the internet*, *Analyse & Kritik* [online], 2004, č. 26 [cit. 2010-11-23]. Dostupný z WWW: <<http://www.analyse-und-kritik.net>>.
- PARKS, Malcolm R. – FLOYD, K. *Making friends in cyberspace*, *Journal of Communication* [online]. 1996, č. 46 (1), [cit. 2010-10-24]. Dostupný z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu>>.
- PAVLÍK, Petr. *Gender: Úvod do problematiky* [online]. 2009, [cit. 2010-08-24].
Dostupný z WWW: <<http://www.osops.cz>>.

- RADIMSKÁ, Radka – TOMÁŠEK, Marcel. *Singles – nový životní styl a jeho genderová specifika v České republice* [online]. 2003, [cit. 2010-11-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.genderonline.cz>>.
- RJABOV, O. V. *Человек или женщина?* [online]. 2001, [cit. 2009-08-25]. Dostupný z WWW: <<http://anthropology.ru>>.
- SCHAEFER, Laura, J. *Looking for love, online or on paper*. The New York Times [online], 2003, [cit. 2010-11-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.nytimes.com>>.
- SHORF, David. *Když se muž zamiluje do sebe* [online]. 2006, [cit. 2008-06-25]. Dostupný z WWW: <<http://lidovky.zpravy.cz>>.
- SIMPSON, Mark. *Meet the metrosexual* [online]. 2002, [cit. 2009-09-18]. Dostupný z WWW: <<http://dir.salon.com>>.
- SMAILL, Belinda. *Online personals and narratives of the Self: Australia's RSVP, Convergence* [online]. 2004, [cit. 2010-11-20]. Dostupný z <<http://con.sagepub.com>>.
- TALMON, Yonina. *Family and community in the Kibbutz* [online]. 1978, [cit. 2009-08-16]. Dostupný z WWW: <<http://books.google.com>>.
- ULBRICH, Jan. *Manželství mezi Tibeťany: Nyinbové v Nepálu* [online]. 2005, [cit. 2007-07-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.svet-cloveka.com>>.
- ŠMAUSOVÁ, Gerlinda, *Normativní heterosexuality bez nátlaku k prokreaci* [online]. 2004, [cit. 2009-09-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.genderonline.cz>>.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, *Obraz ženy v reklamě je stále stereotypní* [online]. 2008, [cit. 2010-12-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.strategie.cz>>.