

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra mediálních studií

**Petra Holubková**

**Využití jazykových stereotypů ženské a  
mužské komunikace v současných médiích:  
rozbor genderových jazykových prostředků  
na příkladu časopisů Cosmopolitan a  
Esquire**

*Bakalářská práce*

Praha 2013

Autor práce: **Petra Holubková**

Vedoucí práce: **Prof. PhDr. Jan Jirák, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2013**

## **Bibliografický záznam**

HOLUBKOVÁ, Petra. *Využití jazykových stereotypů ženské a mužské komunikace v současných médiích: rozbor genderových jazykových prostředků na příkladu časopisů Cosmopolitan a Esquire*. Praha, 2013. 59 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

## **Abstrakt**

Tato práce se zabývá využitím stereotypních představ o komunikaci mužů a žen a využitím jazykových prostředků typických pro ženskou a mužskou mluvu v jazyce současných médií. V teoretické části práce se snažíme propojit poznatky z několika vědních oborů, abychom si objasnili termíny jako je gender, genderová role, stereotyp apod. Snažíme se dokázat, že existují určité rozdíly mezi jazykem mužů a žen. Zabýváme se psychologickým vývojem člověka k mužství a ženství s odkazem na kulturní a sociální vlivy formující identitu jedince.

V praktické části práce se pokoušíme nejprve pomocí dotazníku ověřit, že populární představy o mluvě žen a mužů mají stereotypní charakter. V dalším bodě se snažíme prokázat, že stereotypní představy o mluvě mužů a žen jsou reflektovány současnými médii, která je zahrnují do svých mediálních obsahů. Zpracovávaným materiálem jsou pro nás vzorky časopisů s mužskou a ženskou tematikou – Cosmopolitan a Esquire. Na těchto časopisech chceme také demonstrovat, že časopisy pro ženy a muže používají některé z jazykových prostředků, které používají muži a ženy.

## **Abstract**

This thesis discusses the usage of stereotypical ideas concerned the communication of men and women and usage of language tools typical for male and

female speech in the language of contemporary media. In theoretical part of thesis, we are trying to connect the knowledge from several sciences to clarify terms like a gender, gender role, stereotype etc. We are trying to prove that there are some differences between male and female language. We are concerned with psychological evolution of human to the maleness and femaleness with regard to cultural and social influences which are forming the identity of human.

In the practical part of thesis, we are trying to verify using questionnaire that the popular ideas about male and female speech have stereotypical character. In other point, we are trying to verify that the stereotypical ideas about male and female speech are reflected by contemporary media which are including those ideas in the medial contents. We are using the samples of magazines with male and female themes – Cosmopolitan and Esquire. We would like to demonstrate on these magazines that magazines for men and women are using some of language tools which are using men and women.

### **Klíčová slova**

**Gender, média, lingvistika, jazyk, komunikace, jazykový stereotyp**

### **Keywords**

**Gender, media, linguistic, language, communication, language stereotype**

**Rozsah práce: 88 048 znaků**

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 23. května 2013

Petra Holubková

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**  
**Projekt bakalářské práce**

# Obsah

<b>OBSAH.....</b>	<b>1</b>
<b>ÚVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....</b>	<b>5</b>
1.1 Stereotyp.....	5
1.1.1 Kognitivní lingvistika, kategorizace, prototyp a stereotyp.....	5
1.1.2 Stereotyp z pohledu mediálních studií .....	6
1.1.3 Stereotypní představy o jazyce mužů a žen .....	7
1.2 Psychologické hledisko .....	7
1.2.1 Pohled moderní psychologie na faktory ovlivňující mužství a ženství .....	8
1.2.2 Psychický vývoj ženy.....	8
1.2.3 Psychický vývoj muže.....	10
1.2.4 Psychologické rozdíly mezi dospělými muži a ženami .....	12
1.2.5 Biologie versus kultura při tvorbě genderové identity jedince .....	13
1.2.6 Vliv psychického vývoje na jazyk a řeč.....	16
1.3 Antropologické hledisko.....	17
1.3.1 Matriarchální a patriarchální model společnosti.....	17
1.3.2 Možný vliv raných společenství na jazyk .....	19
1.3.3 Revize patriarchálního modelu společnosti .....	19
1.4 Sociologické hledisko.....	21
1.4.1 Gender a genderová role .....	21
1.4.2 Rozdíly v komunikaci mužů a žen – různé komunikační cíle .....	22
1.4.3 Vliv genderu na komunikaci mužů a žen.....	25
1.4.4 Mluvíme-li stejně, nejsme posuzováni stejně.....	26
1.5 Lingvistické hledisko.....	27
1.5.1 Rozdílné konverzační styly – rozdílné jazykové prostředky.....	27
1.5.2 Vztah jazyka k ženě a mužů.....	29
1.6 Návaznost na mediální studia.....	30
1.6.1 Média a gender .....	31
1.6.2 Stereotypy mužské a ženské komunikace v médiích .....	32
<b>2. METODY A POSTUPY ZKOUMÁNÍ ZPRACOVANÉHO MATERIÁLU.....</b>	<b>33</b>
2.1 Dotazník.....	34
2.1.1 Teoretické východisko.....	34
2.1.2 Výběr vzorku respondentů.....	35
2.1.3 Tvorba otázek.....	36
2.1.4 Praktické provedení.....	36
2.2 Kvantitativní obsahová analýza.....	37
2.2.1 Teoretické východisko, výběr materiálu.....	37
2.2.2 Kódovací kniha .....	38
2.3 Kvalitativní obsahová analýza.....	38
2.3.1 Teoretické východisko, výběr materiálu.....	38
2.4 Komplexní jazykové rozbor.....	39
2.4.1 Teoretické východisko, výběr materiálu.....	39
<b>3. VÝSLEDKY ZPRACOVÁNÍ ZKOUMANÉHO MATERIÁLU .....</b>	<b>40</b>
3.1 Dotazník.....	40
3.2 Obsahová analýza.....	41
3.3 Komplexní jazykový rozbor .....	41
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>42</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>43</b>

<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>44</b>
<b>ZPRACOVÁVANÝ MATERIÁL.....</b>	<b>46</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>47</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.48</b>



## Úvod

Jako téma bakalářské práce jsme si zvolili využití jazykových stereotypů ženské a mužské komunikace v současných médiích, konkrétně jsme se rozhodli zabývat rozborem genderových jazykových prostředků na příkladu časopisů *Cosmopolitan* a *Esquire*. Toto téma jsme si zvolili především proto, že v současné době se průřezem většiny společenskovedních oborů nese duch genderové otázky.

Spolu s rychle se měnícím společenským klimatem se do popředí zájmu stále více dostávala otázka postavení ženy a muže ve společnosti. V rámci revize přístupu jednotlivých společenskovedních oborů ke společenským otázkám se dichotomie postavení mužů a žen stala jednou z nosných myšlenek. Po dlouhou dobu jednotlivé obory zpracovávaly svou širokou plejádu témat z pohledu společnosti jakožto rodově bezpříznakového systému. Společně s uvolňováním atmosféry západního světa od 60. let 20. století se do popředí zájmu dostávaly nejen minoritní skupiny obyvatelstva rozdělené na základě rasy, náboženství, sdílené kultury apod., ale ruku v ruce se sílícím feministickým hnutím také otázky ženy a jejího statusu ve společnosti obecně. Mnoho vědních oborů tak začalo revidovat své dosavadní poznatky právě s ohledem na rychle se měnící atmosféru ve společnosti a upnulo svou pozornost na ženu a její postavení v jazyce, společnosti a médiích. V tomto bodě bychom chtěli podotknout, že v České republice bylo toto téma nastoleno s jistým zpožděním v důsledku historického vývoje. Po pádu komunistického režimu se zejména v 90. letech začaly objevovat první lingvistické články zabývající se rozdíly v řeči a jazyce mužů a žen, začaly se ozývat hlasy prvních českých feministek a dalo by se říci, že dnes již u nás máme vytvořenu poměrně silnou vědní základnu v oblasti gender studies.

Přestože se má tato práce primárně věnovat poznatkům z oblasti lingvistiky a mediálních studií, nemůžeme odhlédnout od širšího vědeckého kontextu, neboť jak už tomu v kontextu humanitních věd obecně bývá, dochází zde k velkým přesahům z různých oborů a v rámci zachování komplexnosti dané problematiky musíme věnovat pozornost i některým dalším disciplínám. Proto jsme do teoretického východiska práce začlenili i hledisko psychologické, antropologické a sociologické. Bez nich bychom

nebyli schopni dostatečně vysvětlit a propojit poznatky z lingvistiky a mediálních studií do jednotlého rámce.

V teoretickém východisku práce (část 1.) jsme si sice nadefinovali zvláště několik vědních oborů, nicméně není možné jednotlivé poznatky od sebe úplně oddělit a izolovat tak myšlenky, které stojí právě na interdisciplinaritě. Takže v kapitole zabývající se psychologickým vývojem k mužství a ženství nalezneme přesahy do sociologie a lingvistiky, v sociologickém hledisku zase přesahy do lingvistiky, psychologie a mediálních studií apod. V sociologickém hledisku jsme se odchýlili od původních tezí práce, kde jsme původně uváděli princip kooperace u žen a princip destrukce u mužů. Tyto principy sice vystihují některé tendence mužů a žen, nicméně příhodnější pro vystižení těchto rozdílů je využití opozic intimita – nezávislost či postavení – vazby.

Abychom se nepohybovali pouze v teoretické rovině, připravili jsme si návrh praktického výzkumu, který by nám měl pomoci zmapovat současnou situaci v českých médiích. Zaměřili jsme svou pozornost k ověření platnosti stereotypů panujících v české společnosti o mluvě mužů a žen a pokusíme se prokázat, že tyto stereotypy se odráží také v jazykové náplni mužských a ženských časopisů. Chceme také prokázat, že se v médiích užívají jazykové prostředky charakteristické pro jednotlivá pohlaví, že média rozdíl mezi řečí mužů a žen reflektují.

## 1. Teoretická východiska

Snažili jsme se propojit poznatky z několika vědních oborů, abychom postihli co největší škálu možných faktorů ovlivňujících způsob komunikace mužů a žen.

V následujících podkapitolách se zaměříme na definování jazykových stereotypů, na vývoj lidského jedince k genderové identitě, na ustavování genderových rolí a na lingvistické poznatky dokumentující rozdíly v jazyce mužů a žen. Získané poznatky zasadíme do kontextu mediálních studií, abychom posléze mohli přejít k rozborům mediálních textů.

### 1.1 Stereotyp

Pojem stereotyp je úzce spjat s kognitivními vědami. Vzhledem k účelu této práce se budeme v krátkosti věnovat kognitivní lingvistice a posléze si vyložíme pojem stereotyp v kontextu mediálních studií a pro názornost si uvedeme několik příkladů stereotypizace genderových rolí v reklamě. Také se pokusíme specifikovat jazykové stereotypy ženské a mužské komunikace, k jejichž prokázání v současných médiích práce směřuje.

#### 1.1.1 Kognitivní lingvistika, kategorizace, prototyp a stereotyp

Kognitivní lingvistika se snaží objasnit, jakým způsobem (zejména mateřský) jazyk ovlivňuje naše myšlení, poznávání světa, jevů a věcí v něm, a jakým způsobem je užívání jazyka ovlivněno naší myslí.<sup>1</sup> Kognitivní lingvistika se nezaměřuje jen na poznávací funkci našeho myšlení, ale i na přímou lidskou zkušenost, ovlivněnou emocemi, subjektivitou a hodnotovými soudy. Jazyk je považován za součást poznání, pomocí jazyka si vytváříme v našich myslích obraz světa, který se mění spolu s jazykovým společenstvím, které ho užívá.<sup>2</sup>

Lidská mysl si veškeré poznatky a zkušenosti třídí do strukturovaných kategorií, s nimiž dále operuje. Tyto kategorie mají svá centra a periferie. V takovém centru stojí prototyp,

---

<sup>1</sup> Uhlířová, 2006, s. 207

<sup>2</sup> Uhlířová, 2006, s. 207

který je nejlepším možným příkladem dané kategorie, jeho vlastnosti jsou vnímány jako typické pro danou kategorii.<sup>3</sup> „Významy jednoho slova tvoří vlastně paprskovitě uspořádanou síť, v jejímž středu je význam prototypický, tj. ten, který nám nejsnáze přijde na mysl. Směrem k periférii sítě se významy posouvají a přenášejí pomocí kognitivních procesů: metafory, metonymie, zobecnění a specializace.“<sup>4</sup>

Důležité je zmínit, že prototypický význam lexikální jednotky nevychází z vědeckého definování pojmů, nýbrž z každodenní lidské zkušenosti spojené se subjektivitou.<sup>5</sup>

Pojem stereotyp se v kognitivní lingvistice většinou chápe jako pojem synonymní k pojmu prototyp. Rozdíl mezi nimi může být v kontextu použití. Stereotyp se častěji používá v souvislosti s lidmi a společnostmi, zatímco prototyp s věcmi.<sup>6</sup> My se budeme držet kontextového rozlišení a zároveň sociologické tradice, v níž se definuje mediální stereotyp.

### 1.1.2 Stereotyp z pohledu mediálních studií

V sociologii a mediálních studiích je stereotyp definován jako (soubor) „ustrnulých představ ve vědomí lidí, obvykle, i když ne výhradně, přejímaných z jiných zdrojů, než je vlastní sociální zkušenost. Tyto představy hrají významnou úlohu jako předem daná schémata vnímání, uvažování a hodnocení nových jevů. [...] Na jejich utváření se dále podílí přenos skupinových norem a poznatků, veřejné mínění, někdy i škola, sdělovací prostředky“.<sup>7</sup>

Uvedme si nyní pro příklad několik mediálních stereotypů týkajících se mužů a žen v reklamě. Ženy jsou nejčastěji zobrazovány v roli matek, jsou spojovány převážně s kosmetickými či hygienickými výrobky, s čistícími prostředky. Muži jsou oproti tomu nejčastěji zobrazováni v reklamách na kancelářskou techniku, automobily či bankovní služby. Co se týče témat, ženy jsou nejčastěji spojovány s rodinou, domácností a vzhledem, muži s úspěchem a kariérou.<sup>8</sup> Tímto výčtem několika málo stereotypů užívaných v reklamách jsme chtěli demonstrovat, že média skutečně odráží genderové role mužů a žen ve společnosti.

<sup>3</sup> Adam, 2001, s. 143

<sup>4</sup> Adam, 2001, s. 143

<sup>5</sup> Uhlířová, 2006, s. 208

<sup>6</sup> Srov. např. Lakoff, 2006, s. 89-96 a Vaňková a kol., 2005, s. 83-84

<sup>7</sup> H. Maříková a kol. in Komárková, 2006, s. 38

### 1.1.3 Stereotypní představy o jazyce mužů a žen

Pokud bychom měli specifikovat jazykové stereotypy spojené s mluvou žen a mužů, byla by to nejspíše následující vyjádření: ženy mluví příliš, nemluví o podstatných věcech, roznášejí pomlvy a klepy, mluví zdlouhavě o věcech, které se dají vyjádřit několika větami, jsou lepšími posluchači, bojí se vyjádřit svůj názor, nejsou v komunikaci upřímné, nemluví na rovinu, používají nelogické argumenty, neměly by mluvit vulgárně. O mužské komunikaci panují následující stereotypní představy: muži skáčou do řeči, mluví o podstatných věcech, nemluví o svých problémech a citech, nepomlouvají, jsou přímí, mluví na rovinu, mluví vulgárně. Podobných stereotypních představ jistě existuje více, vybíráme zde ty, s nimiž se setkáváme nejčastěji.

## 1.2 Psychologické hledisko

Abychom pochopili rozdíly mezi jednotlivými pohlavími ve vztahu k jazyku a komunikaci, měli bychom se nejprve podívat na jejich psychologický vývoj, na faktory, které ho ovlivňují a které mají vliv na vývoj pohlavní identity jedince. Také budeme věnovat pozornost některým vlastnostem a tendencím typickým pro jednotlivá pohlaví, jež se v průběhu vývoje k mužství a ženství vytvářejí a jež mohou mít vliv také na používání jazyka v komunikaci. Převážnou část poznatků pro tuto kapitolu jsme čerpali z knihy Jana Poněšického *Fenomén ženství a mužství*.

Na tomto místě je třeba se zmínit, že v níže popisovaných vývojových linkách obou pohlaví popisujeme pouze obecné tendence ve vývoji, dalo by se říci jakési ideální případy. Psychický vývoj každého jedince je samozřejmě velmi individuální a má na něj vliv velká řada různých faktorů, rodinným zázemím a situací v rodině počínaje, přes individuální zkušenosti s vrstevníky a příslušníky obou pohlaví konče. Dále chceme upozornit, že používáme zjednodušené schéma rodiny ve smyslu matka – otec – dítě.

---

<sup>8</sup> Komárková, 2006, s. 148

### 1.2.1 Pohled moderní psychologie na faktory ovlivňující mužství a ženství

Začněme nejprve několika poznámkami k vývoji pohledu na mužství a ženství v moderních dějinách psychologie. Poněšický uvádí, že až do poloviny 20. století vévodila (nejen) psychologii představa, že psychické rozdíly mezi pohlavími jsou udávány tělesností, která je určována genetickou výbavou a hormonálními vlivy. Novější sexuologické, psychologické, neurologické a endokrinologické výzkumy však upozornily na relativitu biologických vlivů na výslednou ženskou a mužskou identitu. Společensko-politický vývoj od začátku 60. let minulého století včetně ženského emancipačního hnutí vedl ke zdůraznění téměř výlučného vlivu kulturních a psychosociálních faktorů.<sup>9</sup> Koncem 20. století se nicméně zejména mezi biologicky orientovanými sexuology začalo znovu mluvit o biologickém určení člověka. Napomohl tomu mohutný rozvoj genetiky a nové přístupy v diagnostice sexuálních anomálií. Zjistily se však pouze čtyři velmi obecné rozdíly mezi pohlavími – větší agresivita, lepší prostorová orientace a sklony k nevybíravému sexuálnímu chování u mužů a prosociální a demokratické chování u žen. Agresivita u mužů je spojována s mužským hormonem testosteronem, zatímco ženské hormony mají nejspíše vliv na větší klidnost a schopnost chránit potomstvo a starat se o ně.<sup>10</sup> Působení pohlavních hormonů na chování mužů a žen sice není biologicky prokázáno, přesto část biologicky zaměřených psychologů a antropologů považuje za pravděpodobné, že tomu tak je. Na druhé straně uznávají, že genetické příčiny nemají přímočarý vliv na určité znaky pohlavně specifického chování, přiznávají působení mnoha dalších vlivů.<sup>11</sup>

V psychickém vývoji mužů a žen, v jejich utváření genderové identity, tak hrají podstatnou roli nejen biologické, ale především sociální, kulturní a psychologické faktory, které na sebe vzájemně působí.

### 1.2.2 Psychický vývoj ženy

Nejprve se zaměříme na vývoj ženy. Poněšický uvádí, že u žen od narození existuje tělesně i psychicky slabší ohraničení vůči okolí, neboť dcera je stejného pohlaví jako

---

<sup>9</sup> Poněšický, 2008, s. 14

<sup>10</sup> Poněšický, 2008, s. 14

<sup>11</sup> Karsten, 2006, s. 28

její první vztahová osoba (matka), zároveň se matka s dcerou a dcera s matkou více identifikují.<sup>12</sup> Děvčátka mají díky tomuto identifikačnímu vzoru na začátku svého vývoje k ženství výhodu oproti chlapcům, mají nepřerušovaný vývoj k sobě samým, lehčí přístup ke svým emocím a nevědomí.<sup>13</sup> Můžeme též hovořit o „silné vztahovosti ženy, jež se vytváří od samého narození na základě intenzivní emoční výměny (a podobnosti) s matkou“.<sup>14</sup> Ve fázi individuace a separace (druhý až čtvrtý rok věku dítěte) se děvče musí vymanit ze symbiózy s matkou, což je ztíženo tím, že se musí odlišit od někoho, kdo je jí velmi podobný, a zároveň musí zůstat věrna svému pohlaví.<sup>15</sup>

Dcery následně začnou vyhledávat přítomnost a přichylnost otce. Tento vztah není natolik samozřejmý jako vztah s matkou, chybí v něm možnost pohlavní identifikace, děvče se musí více snažit o otcovu pozornost a již v této době si dívka začíná osvojovat vztahové jednání – schopnost vyjednávání, přizpůsobivost, mírnost, schopnost vcítění se apod.<sup>16</sup> Oidipální vztahová krize se opakuje ještě jednou v pubertě, proto je pro ženu vztahovost tak důležitá a utváří se u ní velmi diferencovaná schopnost vztahy vytvářet a udržovat. Potřeba harmonie a porozumění vyplývá přímo z její bytostné ženskosti, úzkost vyvolaná ztrátou vztahu je u žen vědomější, proto má žena i širší repertoár chování, který vztahovost zaručuje.<sup>17</sup> Vyšše zmíněná neohraničenost vůči okolí vede ke strachu z překročení vlastních hranic okolím, což vede k větší opatrnosti, nutnosti své slabé stránky včetně intimity skrývat před okolím a k naučení se rozmanitým způsobům, jak ovlivňovat svým chováním okolí. Tyto spíše skryté strategie jsou vynuceny i menší fyzickou silou a agresivitou ve srovnání s muži.<sup>18</sup>

Ona neohraničenost souvisí i s navenek otevřeným genitálem, který je symbolem vchodu do vlastního těla, vnitřního prostoru v sobě, což v pojetí somatopsychické jednoty má vliv i na způsob prožívání a vztahování se k okolí. Ženy mají lepší přístup ke svému nevědomí, jsou emočně otevřenější a tím pádem i zranitelnější.<sup>19</sup> Dívkám chybí „artikulační orgán“, celé tělo se tak stává výrazovým prostředkem, odtud pramení větší důraz na ladnost pohybu i mluvy, účinek na druhé, tak i spjatost tělesného reagování s pudovými a emočními impulsy.<sup>20</sup> Ženy snáší hůře napětí ve vztazích, hůře

---

<sup>12</sup> Poněšický, 2008, s. 154

<sup>13</sup> Poněšický, 2008, s. 37

<sup>14</sup> Poněšický, 2008, s. 38

<sup>15</sup> Poněšický, 2008, s. 41

<sup>16</sup> Poněšický, 2008, s. 60

<sup>17</sup> Poněšický, 2008, s. 60

<sup>18</sup> Poněšický, 2008, s. 155

<sup>19</sup> Poněšický, 2008, s. 52

<sup>20</sup> Poněšický, 2008, s. 53

ovládají své emoce, protože jsou jim přístupnější, od počátku svého vývoje jsou vystaveny díky důkladné identifikaci s matkou silnému prožívání emocí.<sup>21</sup> Vytváří se tak identita, ve které je spojen zevní svět s vnitřním, což podporuje introspekci a citové reagování, vcítění do sebe i druhých. Tím více je pocíťována disharmonie, tím citelnější je přání po (původní) harmonii a vyhnutí se konfliktům.<sup>22</sup>

V období separace a individuace (druhý až čtvrtý rok života dítěte) a později též v období puberty jsou pro vytváření genderové role velmi důležité reakce a podněty přicházející od matky a od otce.<sup>23</sup> Poněšický se domnívá, že „tyto ambivalence, životní křížovatky, nejistoty ve vztahu k mužům a jejich kompenzace, touha po harmonii i protest, emocionalita a její zakrývání, vydanost i vědomí moci, mnohotvárnost a tím i jistá nevypočitatelnost jsou součástmi ženského genderu“.<sup>24</sup> Až v partnerství se podle něj dotváří a konsoliduje genderová role, podpořená znovuoobjevením přání mít dítě a fantazií porodu a kojení.<sup>25</sup>

Celý tento vývoj je spoluurčován i jazykem, do něhož se ženskost a mužskost promítá. Chvála s Trapkovou mluví o „ženském jazykovém módu“, kdy „hranice mezi zamlčovaným a vyslovovaným není zcela zřetelná. Ženská součást člověka disponuje dorozumíváním s druhými, a především s dětmi, na preverbální úrovni. Projev nese známky prožívání a jeho zdroje... Ženský jazykový modus souzní s rytmy biologickými... a ztělesňuje ho ženská náruč, kolébání a krmení... Žena spíše vyčkává, nerada vyslovuje nezralé myšlenky... proto, že ještě necítí jejich váhu a platnost pro vnější svět. Formuluje je až tehdy, když cítí, že je čas. To se pak může vyjadřovat s velkou určitostí, naléhavostí, často s výrazným emočním doprovodem.“<sup>26</sup>

### 1.2.3 Psychický vývoj muže

Muži mají ztíženou cestu k vlastní genderové identitě původní identifikací s matkou. Chlapci se kolem druhého roku věku musí od matky odvrátit, hledat identifikační vzor v otci (příp. jiném mužském vzoru) a celý život si stále znovu vytvářet své mužství a

<sup>21</sup> Poněšický, 2008, s. 54

<sup>22</sup> Poněšický, 2008, s. 155

<sup>23</sup> Poněšický, 2008, s. 156

<sup>24</sup> Poněšický, 2008, s. 157

<sup>25</sup> Poněšický, 2008, s. 157

<sup>26</sup> Chvála a Trapková in Poněšický, 2008, s. 157



potlačovat ženství<sup>27</sup>, mužská identita je totiž sekundární a tudíž mnohem labilnější.<sup>28</sup> Tezi ženství jako původní praformy podporuje biologický fakt, že se lidský plod vyvíjí vždy k ženskosti, pokud na něj nezačnou působit mužské pohlavní hormony.<sup>29</sup> S tezí o tzv. „samičím prapohlaví“ operuje i Karsten: „Vývoj mužských zárodečných žláz podněcuje chromozom Y prostřednictvím určitého přenašeče (transmitteru), jímž je antigen HY. Naproti tomu chromozom X nemá pravděpodobně na vývoj zárodečných žláz žádný vliv. Zdá se, že vaječník vzniká takřkajíc sám od sebe a nepotřebuje k tomu žádný transmitter.“<sup>30</sup>

Individuace je však pro chlapce jednodušší, jsou si své odlišnosti vědomi, a je pro ně samozřejmostí, že budou jiní než matka.<sup>31</sup> U mužů je následkem individuace zároveň i to, že se jejich vztah s matkou neintegruje do jejich dalšího vývoje, což má často za následek nezralost ve vztazích a větší netolerantnost.<sup>32</sup> Ve chvíli, kdy si chlapec začne uvědomovat svou odlišnost od matky (má ji zprostředkovanou i v reakcích okolí), dochází k potlačování a distancování se od ženské identity reprezentované matkou, jako nový identifikační vzor nastupuje otec. Separace a individuace je nakonec u chlapců touto distancí od matky zjednodušena, u chlapců je také jasnější jejich sebe-ohraničení.<sup>33</sup>

Jedním z dalších vlivů na jasné ohraničení a zjednodušením individuace je také to, že matka má před chlapcem větší respekt než před dcerou. Je to dáno tím, že dcera je stejná jako matka, kdežto syn je pohlavně a tudíž i psychicky odlišný. Matčina nejistota se projevuje tím, že dává synovi více prostoru v jeho vývoji, neboť nemůže jeho nabývané zkušenosti suplovat těmi svými – diametrálně odlišnými.<sup>34</sup>

V oidipální fázi (začíná kolem druhého či třetího roku a končí mezi pátým a šestým rokem života) dochází mimo jiné k rozvoji a následnému utichnutí dětské sexuality. Zde je podstatné, že na další osud vývoje mužství a ženství nemají vliv jen hormony, ale hlavně psychologická situace v rodině, konkrétně interakce s oběma rodiči, případně dalšími příslušníky obou pohlaví.<sup>35</sup> K mužskému sebevědomí a uvědomění si své genderové identity značně přispívá konstruktivní rivalizování s otcem, měření sil,

---

<sup>27</sup> Poněšický, 2008, s. 37

<sup>28</sup> Poněšický, 2008, s. 64

<sup>29</sup> Poněšický, 2008, s. 64

<sup>30</sup> Karsten, 2006, s. 12

<sup>31</sup> Poněšický, 2008, s. 41

<sup>32</sup> Poněšický, 2008, s. 50

<sup>33</sup> Poněšický, 2008, s. 67

<sup>34</sup> Poněšický, 2008, s. 68

<sup>35</sup> Poněšický, 2008, s. 71

vystřídané společnou „mužskou“ činností, zážitky hojení drobných šrámů i slavení dětských vítězství.<sup>36</sup> V pubertě a adolescenci se opět aktivují předešlé vývojové fáze. Poněšický považuje za podstatu mužské genderové identity nikoliv určitý výsledek vývoje ve formě vlastností, nýbrž způsob vyřešení problémů typických pro vývoj chlapce v muže. Myslí tím vyřešení problémů týkajících se mužského sebevědomí a strachu z jeho zpochybnění, včetně způsobů úspěšné či křečovitě kompenzace, uznání svých slabých i silných stránek. Jedná se tedy spíše o zpracování těchto životních témat, vyplývajících z interakčních zkušeností ve styku se ženami a muži, což vede k osvojení určité genderové role, která se během života stále přetváří např. s narozením dítěte, v manželství, kdy musí muž uhájít roli manžela i otce v rodině.<sup>37</sup>

Jazykový modus muže podle Chvály a Trapkové vypadá následovně: „Mužský modus jazyka kultivovala zkušenost s překonáváním překážek, se zápasem, a je předností mužství, že není příliš vcitivé. Bralo by mu to odvahy a sílu k boji v zevním světě... vede děti rozhodně k cíli, k otužování a zvyšování odolnosti... Oproti akceptujícímu směru (směrem dovnitř) ženského modu je mužský modus vyžadující (směrem ven).“<sup>38</sup>

#### 1.2.4 Psychologické rozdíly mezi dospělými muži a ženami

Podívejme se ještě na některé protikladné tendence, jež se odrážejí v myšlení dospělých mužů a žen. Muži obecně zdůrazňují hlavně rozum, logiku a věcnost na úkor žen. Spíše se tím brání úzkosti ze zženštění, neboť tím cítí nad ženami převahu. Nahrazují subjektivitu objektivitou, aby získali kontrolu.<sup>39</sup> „Podrobná zkoumání lidského rozhodování a jednání dokazují, že se tyto duševní procesy dějí v emocionální rovině, a teprve potom jsou jednak zdůvodněny, jednak korigovány rozumem... V jiné terminologii bychom mohli říci, že jsme více nežli vlastním rozmyslem determinováni naším nevědomím.“<sup>40</sup>

Ženský intelekt je více analogový a syntetický, celistvý.<sup>41</sup> Pro muže je typická spíše asimilační tendence ve vztahu ke světu, pro ženy spíše akomodace.<sup>42</sup> Ženy mají

<sup>36</sup> Poněšický, 2008, s. 158

<sup>37</sup> Poněšický, 2008, s. 159

<sup>38</sup> Chvála a Trapková in Poněšický, 2008, s. 159

<sup>39</sup> Poněšický, 2008, s. 85

<sup>40</sup> Poněšický, 2008, s. 86

<sup>41</sup> Poněšický, 2008, s. 87

<sup>42</sup> Poněšický, 2008, s. 87

snadnější kontakt se svou emocionalitou, muži se jí obecně snaží spíše potlačovat za účelem potvrzení vlastní mužnosti.<sup>43</sup> Dívka s matkou udržuje vzájemné identifikace a emočně otevřenou komunikaci, což ustavuje jednu z podstatných charakteristik ženství. Proto též ženy v partnerství vyžadují komunikaci, zvláště v jeho každodennosti.<sup>44</sup> Poněšický se vyjadřuje k tomu, že „muži berou vše doslova“. Tam, kde žena popustí uzdu emocím, nasadí muž o to víc logiku. Souvisí to s mužskou kompenzací citového života rozumem a věcností, emočním analfabetismem, což má za následek i neschopnost nakládat a bránit se ženským emocím. Proto se raději drží ve známých vodách požadavkem, aby jim žena jasně formulovala, co od nich chce.<sup>45</sup>

Poněšický se vyjadřuje také k současné mediální prezentaci muže a ženy: „Existuje jen málo opravdu ryze ženských vzorů – v pohádkách i módních časopisech jde často o mužské fantazie módních atraktivních typů, ženské časopisy líčí opět kariéry úspěšných žen, jež se chovají spíše mužsky, aby se mezi muži prosadily.“<sup>46</sup> Na druhé straně co se týče mužů, „neoplývá současná nabídka v časopisech, politice či filmech dostatkem vhodných vzorů mezi... tvrdým a měkkým typem muže. Přes všechnen pokrok onen přehnaně mužný, odvážný a vždy úspěšný typ muže na plátně i v reklamách zdaleka převažuje“.<sup>47</sup>

### 1.2.5 Biologie versus kultura při tvorbě genderové identity jedince

Poněšický rozlišuje mezi genderovou identitou (v užším, individuálním smyslu) ve smyslu ženského či mužského sebecítění, sebepojetí a sebeobrazu, a mezi genderovou rolí, která vzniká zvnitřněním dosavadních interakcí a vztahů k jedincům obou pohlaví. Nejde jen o vliv tělesné pohlavnosti a geneticky založené subjektivity na straně jedné a o kulturně-sociální vlivy a tradiční rozdělení rolí na straně druhé, ale o jejich vzájemnou interakci, během níž se vytváří určitá genderová identita.<sup>48</sup> Dichotomie výše zmíněných pojetí vede jen k tomu, že se utváří dva myšlenkové proudy, z nichž jeden tvoří zastánci biologicky podmíněné specifčnosti obou pohlaví a druhý tvoří zastánci pojetí, že ženství a mužství je určováno výhradně mocenským uspořádáním, tradicí a kulturou,

---

<sup>43</sup> Poněšický, 2008, s. 91

<sup>44</sup> Poněšický, 2008, s. 99

<sup>45</sup> Poněšický, 2008, s. 100

<sup>46</sup> Poněšický, 2008, s. 138

<sup>47</sup> Poněšický, 2008, s. 139

<sup>48</sup> Poněšický, 2008, s. 148

což zrcadlí i naše řeč. Podle druhého pojetí jsou ženskost a mužskost jen subjektivní výtvořiny či sociologické kategorie, s kterými souvisí biologie našeho těla jen okrajově, toto pojetí zpochybňuje i jádrovou pohlavní identitu osobnosti, podle něj si každý jedinec vytváří vlastní identitu svobodně a nezávisle. Podle Poněšického se v tomto zračí obava z jakéhokoliv omezení svobody a zároveň touha mít vše, to mužské i ženské, resp. mít možnost výběru.<sup>49</sup> Poněšický zdůrazňuje, že psychická sebereprezentace a identita jsou výsledkem i mimogenderových zkušeností. Důležitou roli hrají ostatní genetické rozdíly, osobnostní temperament a vlohy, vrozené schopnosti a rodinné a kulturní tradice. Jde tedy o prostoupení osobnostních i kulturních významů během výchovy.<sup>50</sup>

V duchu teorie mentalizace zde poukazujeme na názor, že dítě vnímá postoj a očekávání rodičů a identifikuje se s nimi a zároveň s obrazem, který si rodiče o něm dělají a který by měl být v souladu s jeho afektivní reaktivitou, s jeho osobností. Tímto nejranějším způsobem učení do sebe dítě nasává mužství i ženství obou rodičů. Lze si tedy představit, že psychický pohlavní vývoj, vedoucí k genderové identitě, je spoluvytvářen určitými sociálními normami a rolemi, jež zpětně ovlivňují psychiku a dokonce i tělesné procesy (např. prožívání menstruace se liší v závislosti na kulturních ideálech té které společnosti).<sup>51</sup> Na druhou stranu pouhá existence kulturně-politické nerovnosti nevysvětluje tu obrovskou šíři prožívání vlastní pohlavní identity.<sup>52</sup>

Obecné faktory, kterými je možno rozdílný genderový vývoj doložit: zaprvé existují genetické rozdíly mezi oběma pohlavími, ale genová exprese a tím působení genetické informace závisí i na vlivu prostředí. Zde je možné ovlivnění všemi směry. Dlouhodobě je však naše genetická výbava ovlivněna tisíciletou historií.<sup>53</sup> Dalším faktorem je rozdíl ve stavbě a funkci mozku. Karsten upozorňuje, že mužský a ženský mozek je velmi podobný, rozdílnost mezi nimi se uvádí mezi jedním až pěti procenty a jak Karsten správně připomíná, tato diference může být pouze individuální a nemusí zračit nic o rozdílnosti mozku obou pohlaví.<sup>54</sup> Nicméně na témže místě uznává, že muži mají

---

<sup>49</sup> Poněšický, 2008, s. 148

<sup>50</sup> Poněšický, 2008, s. 149-150

<sup>51</sup> Poněšický, 2008, s. 150

<sup>52</sup> Poněšický, 2008, s. 151

<sup>53</sup> Poněšický, 2008, s. 153

<sup>54</sup> Karsten, 2006, s. 19, I přes tato zjištění autor dokládá, že dlouhá řada výzkumů z poslední doby zjistila, že ženy si v průměru signifikantně lépe než muži vedou v následujících oblastech testování: testy na rychlost vnímání, testy na zapamatování vjemů, testy vybavování slov a myšlenek, testy koordinace jemné motoriky, početní testy. Muži si na druhé straně lépe vedli v testech prostorové představivosti a mentální rotace, v testech motorických dovedností se zaměřením na cíl, v testech rozeznávání jednoduchých struktur ve složitých útvarech a v testech matematického úsudku.

obvykle lépe vyvinutou pravou hemisféru, zatímco u žen jsou obě hemisféry lépe propojeny. Bohatší propojení obou hemisfér u žen má za následek celostnější, digitální i analogické, citové i rozumové, cirkulární zpracování informací. Intenzivnější propojení hemisfér, ale i odlišnost biochemických procesů v čelních lalocích ovlivňuje i jejich životní styl např. v rozhodování: ženy jsou konzervativnější a méně riskují.<sup>55</sup> Výzkumy také ukázaly, že ženy jsou nadanější v oblasti řeči a jazyka, častěji využívají obou polovin mozku k úlohám vyžadujícím řečové a jazykové dovednosti, např. porozumění těžkému textu, vysvětlení situace další osobě, rozpoznání a určení nesmyslných slov nebo slov, která se rýmují.<sup>56</sup>

Změny v životním stylu našich předků se podílely na zvětšování mozku a jeho funkční diferenciaci, což znamená, že se musel projevit i vliv dělby práce mezi muži (lovci) a ženami (starost o rodinu), což se posléze geneticky zakódovalo. Odlišné sebepojetí vzniká též rozdílným vnímáním vlastního těla, jeho povrchu, tvaru, ale také vnitřních impulsů, citových hnutí, mimiky, gestikulace.<sup>57</sup>

Hormonální odlišnost se například projevuje větší svalovou silou a agresivitou mužů, výskytem sekundárních pohlavních znaků s příslušnými změnami ve formě a funkci těla.<sup>58</sup> Posledním faktorem je vědomí si podobnosti či rozdílnosti pohlaví s rodiči, sourozenci, vrstevníky, jež má za následek vplývání této tělesné roviny do roviny psychické.<sup>59</sup>

Podle pohlaví narozeného dítěte se dále ubírá směr jeho výchovy. Převážná část psychosexuálního vývoje se děje teprve po narození pod vlivem učení, ovlivňování a výchovy. Biologické pohlaví se však nemusí nutně překrývat s psychosexuální pohlavní identitou, příkladem jsou transsexuálové. Pohlaví je tedy nejen otázkou biologie, ale také psychiky a sociálních vlivů. Na základě sociálních vlivů právě vznikly stereotypy genderových rolí v naší společnosti.<sup>60</sup> Důležitou roli hrají i historicko-kulturní faktory v průběhu dějin (vzrůstající vliv a význam mužského principu následkem kulturace, civilizace a industrializace).<sup>61</sup>

Karsten poukazuje také na fakt, že výzkumy prokázaly rozdílné chování k chlapcům a dívkám ze strany rodičů již v prvním roce dětského života. Dívky údajně dostávají více

<sup>55</sup> Poněšický, 2008, s. 153-154

<sup>56</sup> Karsten, 2006, s. 18

<sup>57</sup> Celý odstavec Poněšický, 2008, s. 153-154

<sup>58</sup> Poněšický, 2008, s. 154

<sup>59</sup> Poněšický, 2008, s. 154

<sup>60</sup> Karsten, 2006, s. 23

<sup>61</sup> Poněšický, 2008, s. 162

hlasových a jazykových podnětů a proto se v této oblasti rychleji vyvíjejí, a to i z hlediska fyziologie mozku. Chlapci jsou naopak silněji stimulováni tělesně a motoricky, tudíž se jim dříve vyvíjí v oblasti motorické pohyblivosti, smyslu pro rovnováhu a prostorové orientace, odtud pramení jejich lepší výsledky v oblasti prostorové představivosti.<sup>62</sup>

Vývoj pohlavní identity má u dítěte čtyři fáze, nejprve dítě zjistí, že existují dvě rozdílná pohlaví, později dokáže pomocí názorné ukázky (např. obrázek) určit své vlastní pohlaví. V další fázi je již schopno své pohlaví zařadit jazykově, tato fáze probíhá už u dětí ve věku tří až čtyř let. V posledním kroku dítě pochopí, že pohlaví, které má teď, už mu zůstane.<sup>63</sup>

Na základě několika výzkumů se prokázalo, že už tříleté děti mají poměrně jasné představy o genderově typickém chování rodičů, už v takto časném věku si osvojují stereotypní klišé spjaté s genderovými rolami svých rodičů.<sup>64</sup>

### 1.2.6 Vliv psychického vývoje na jazyk a řeč

Veškeré informace o pohlaví a genderových rolích, které dítě v dětství získá, jsou shromažďovány, sjednocovány, členěny a ukládány do jednoho souboru, do určitého „pojetí pohlaví“, které se dělí na různé části, z nichž jedna je právě i užívání jazyka.<sup>65</sup> Způsob užívání jazyka dle našeho názoru úzce souvisí s psychickým vývojem každého jedince. Výše jsme si popsali, jak se psychický vývoj odráží v některých tendencích vnímání světa odlišného pro obě pohlaví. Zjednodušeně bychom mohli říct, že ženu její psychický vývoj závislý na biologických, sociálních a kulturních faktorech vede k silné vztahovosti a emocionálnosti, jež se odrážejí i v jejím užívání jazyka. Jazyk ženy je tak spíše jazykem vztahovým a emocionálním. Muže naopak charakterizuje jeho neustálý boj o „mužství“, potřeba přesných a logických soudů. V rámci jazyka se spíše pohybuje ve sdělné rovině informací a rovině dokazování si svého postavení.

I Karsten mluví o rozdílech v jazyce mužů a žen. Jazyk žen je prý emocionálnější, muž spíše operuje s informacemi. Ženy při hovoru navazují vztah s partnerem rozhovoru, hledají blízkost, přijetí. Proto jsou také vnímavější k nuancím, parajazykovým znakům

<sup>62</sup> Karsten, 2006, s. 51

<sup>63</sup> Karsten, 2006, s. 52

<sup>64</sup> Karsten, 2006, s. 53

<sup>65</sup> Karsten, 2006, s. 60

jako je intonace, hlasitost. Muži komunikují více na věcné rovině. V první řadě chtějí sdělit a vyslechnout fakta, přičemž potlačují vztahové aspekty a nuance.<sup>66</sup>

### **1.3 Antropologické hledisko**

V této kapitole bychom se rádi zaměřili na některé rysy patriarchy, který je převládající formou společenského uspořádání už od počátku sdružování se lidstva do prvních kmenových forem. Chtěli bychom tak demonstrovat vliv tohoto uspořádání na postavení žen a mužů ve společnosti a poukázat na možnou souvislost s vývojem jazyka.

#### **1.3.1 Matriarchální a patriarchální model společnosti**

Antropologové většinou předpokládají, že před patriarchálním uspořádáním společnosti existovala i matriarchální forma uspořádání. Karsten považuje za možný důvod matriarchálního fungování společnosti to, že ještě nebyly známy biologické základy otcovství, a zároveň dodává, že „aby se mohla vytvořit společenská forma, v níž ženy dominují mužům, musely k matrilineárnosti (kdy potomstvo náleží do matčina příbuzenstva) pravděpodobně přistoupit další faktory: matrilokálnost (potomstvo žije u matky) a matrifokálnost (podstatný význam je přikládán vztahu matky a dítěte a vzájemnému vztahu mezi sourozenci, zatímco vztah mezi mužem a ženou má význam druhořadý)“.<sup>67</sup>

Dle jeho názoru ale vůbec není jisté, že by měly ženy v takto řízených společenstvích vyšší společenský status. Autor spíše pokládá za pravděpodobné, že po celá tisíciletí fungování společenství lovců a sběračů nedominovalo žádné pohlaví. Jako pravděpodobnější uvádí možnost, že se společenské pořádky tvořily spíše na základě dělby práce, která úzce souvisela s klimatickým a geografickým zasazením toho kterého společenství ve světě.<sup>68</sup> V chladnějších podnebních pásích zřejmě většinu potravy obstarávali muži lovem a rybařením, zatímco v teplejších to byly naopak ženy sbírající plody a obdělávající pole. Tento způsob dělby práce Karsten zdůvodňuje tím, že pouze

<sup>66</sup> Karsten, 2006, s. 122

<sup>67</sup> Karsten, 2006, s. 146-147

ženy mají biologické předpoklady k porození a kojení dítěte, muži naopak nejsouce tolik vázáni na místo (jeskyni) se mohli zaobírat lovem a rybařením ve větší vzdálenosti od bezpečného úkrytu. Prostorový akční rádius ženy byl tak omezen na rozdíl od toho mužského.<sup>69</sup>

Odborníci se shodují, že přechod od lovců a sběračů k zemědělským společnostem jde ruku v ruce s postupnou ztrátou pozic žen.<sup>70</sup> Dle Karstena shromažďování majetku a zásob v rodících se zemědělských společnostech s sebou neslo také zvyšování důležitosti osobního a sociálního příbuzenství. Větší agresivní potenciál mužům umožňoval, aby si postupně přisvojovali stále dominantnější roli.<sup>71</sup> V otázce osobních vztahů se to odrazilo hlavně v převodu matriarchálních znaků, jak jsme je citovali výše, na znaky patriarchální. Děti byly postupně přisuzovány do příbuzenstva otci, s otcem také žily. Ve společenství, v němž začal dominovat muž jakožto hlava velkého rodinného klanu, spolu bok po boku žily ženy, které nebyly příbuzensky spřízněny, a za své vzala i ženská vzájemná solidarita. Ženy tedy ztratily společné příbuzenské vztahy a možná právě takto ztratily i vliv na politicko-právní a ekonomickou oblast.<sup>72</sup> Dle Karstena byl jejich společenský význam zredukován na péči o děti a domácnost. Přijaly tak nadvládu mužů a svou méněcennost. Teprve v posledních dvou staletích se vlivem narůstající industrializace změnil hodnotový žebříček společnosti, která se postupně začala orientovat na spotřebu a produktivitu, takže dochází k rozkladu velké patriarchálně organizované rodiny a rozšíření mobilní malé rodiny.<sup>73</sup>

To, jak muži a ženy uchopují svět okolo sebe, může souviset právě i s naší historií, s rolí muže jako lovce a ženy jako strážkyně rodinného krbu a soudržnosti rodiny.<sup>74</sup> Filozof „Milan Machovec vysvětluje vznik patriarchátu tím, že muž – lovec se automaticky snažil o vylepšování svých loveckých i bojových nástrojů (prostředků), vytvářel techniku, jež hrála s rozvojem civilizace stále větší roli. Ženy, jež prý tíhnou jako všechny samice (též na základě svého pohlavního uspořádání) k receptivitě a submisivitě, se v této nerovnosti zabydlují a snaží se ji vyrovnat (kompenzovat) větší mocí doma (skrže intriky, slzy apod.).“<sup>75</sup>

---

<sup>68</sup> Karsten, 2006, s. 147

<sup>69</sup> Karsten, 2006, s. 147

<sup>70</sup> Karsten, 2006, s. 147

<sup>71</sup> Karsten, 2006, s. 147

<sup>72</sup> Karsten, 2006, s. 147-148

<sup>73</sup> Karsten, 2006, s. 148

<sup>74</sup> Poněšický, 2008, s. 88



### 1.3.2 Možný vliv raných společenství na jazyk

Na tomto místě bychom se rádi zmínili o možné souvislosti patriarchálního společenství s rozdíly v jazyce mužů a žen. Vycházíme-li z předpokladů nastíněných výše, můžeme uvažovat o tom, že již brzké společenské uspořádání primitivních kmenů mohlo mít vliv na odlišné tendence v užívání jazyka u mužů a žen. Jestliže muž trávil více času mimo bezpečný prostor domova, jeho slovní zásoba se zřejmě orientovala na činnost spojenou s lovem, zatímco slovní zásoba ženy se mohla spíše zaměřovat na soukromou sféru, neboť ženy žijící v primitivních společenstvích trávily více času s ostatními ženami a kromě pracovních činností byly jistě nuceny také udržovat vztahy ve skupině. Celé dějiny patriarchálního zřízení jsou pak poznamenány omezením žen na domácí sféru komunikace, zatímco u mužů je tato tendence obrácená. Domníváme se, že způsob komunikace v minulosti ovlivnil i přístup ke vzdělání a informacím, který byl dlouhou dobu omezen pouze na muže. Zaměření spíše na vztahové složky komunikace u žen a činnosti a venkovní prostor u muže jsme si doložili již v kapitole 1.2, k tomuto tématu se ještě dostaneme v kapitole 1.4. Spolu se společenskými změnami ve společnosti a s postupnou rostoucí rovnoprávností žen se začínají měnit i výchozí jazykové pozice mužů a žen. Tomuto tématu se ale budeme věnovat až v následujících kapitolách.

### 1.3.3 Revize patriarchálního modelu společnosti

V dnešní moderní společnosti se ke slovu dostává také otázka postupného rozkladu patriarchálního zřízení společnosti. „V počátcích civilizace se mužské a ženské principy krystalizovaly na podkladě biologických předpokladů a prvotních rituálů v oddělených komunitách mužů a žen. Mužská a ženská role se v těchto komunitách postupně modelovaly z hlediska sociálního, psychologického a spirituálního“.<sup>76</sup> Muži jsou obecně spojováni s násilím, válkami, dobýváním a ničením přírody.<sup>77</sup> Očekávání a nároky na muže se dnes ale mění, svět je již objevený a civilizovaný, Země a životní prostředí musí být uchovávány, což spíše souvisí se ženskými principy.<sup>78</sup> V moderních společnostech však vyvstává otázka hledání nové mužské genderové identity, dnes již

<sup>75</sup> Machovec in Poněšický, 2008, s. 89

<sup>76</sup> Kocábová in Poněšický, 2008, s. 170

<sup>77</sup> Poněšický, 2008, s. 61

<sup>78</sup> Poněšický, 2008, s. 62

nejdou tolik potřeba bojovníci, dobyvatelé, podmanitelé a ochránci, „ti praví, původní muži“.<sup>79</sup>

Poněšický například zmiňuje francouzskou psycholožku Banditerovou, která zpochybňuje výhodnost a prestiž mužství v dnešní postindustriální době.<sup>80</sup> Dle jejího názoru dnes ženy mohou vykonávat i ta nejprestižnější povolání, jsou mnohem nezávislejší na udržení rodiny, protože rodina jako hospodářská jednotka ztratila svůj původní význam, ženy se mohou rozvést, aniž by se musely obávat o své přežití. Poněšický k tomu dodává ještě vliv hormonální antikoncepce na svobodu jednání ženy. Žena se dnes může rozhodovat o svém mateřství.<sup>81</sup> Tyto faktory tak učinily ženu sebejistější, samostatnější, schopnou samostatně rozhodovat o svém osudu. Na druhé straně Poněšický zmiňuje, že tato sebejistota ženy znejišťuje muže, kteří naopak utíkají do „defenzivní role softies, muže v domácnosti, muže, jenž vše toleruje atd.“<sup>82</sup> Druhu stranou mince nově nabyté samostatnosti žen, je i skutečnost, že žena v naší civilizaci je stále stavěna do pozice, kdy se buď přizpůsobí genderovým rolím muže (tzn. bude si budovat kariéru a usilovat o společenské uznání), nebo zůstane zakotvena v genderových rolích ženy (vzdá se kariéry ve prospěch mateřství a rodiny). Jakési propojení a předefinování genderových rolí je v současnosti velmi palčivou otázkou, na jejíž zodpovězení si budeme muset ještě nějaký čas počkat. Přesto se domníváme, že úlohy žen a mužů ve společnosti jsou si čím dál bližší a čím dál více se překrývají. Dichotomii společenského postavení a mateřství však nemůžeme vztahovat ke všem kulturám světa. Jak zmiňuje Poněšický, například v kmeni mexických indiánů Nadig, se naopak společenská prestiž pojí právě s představou mateřství. Žena – matka se v tomto kmeni těší společenskému uznání a dostává se jí více prostoru k vlastnímu rozvoji a samostatnosti.<sup>83</sup> Jen čas ukáže, nakolik se redefinice genderových rolí jednotlivých pohlaví odrazí i v jejich komunikačních prostředcích. Pakliže se totiž zásadně změní sféry působení obou pohlaví, zásadně se změní i jejich zkušenost a prožívání tohoto světa, což by se logicky mohlo odrazit i v jejich jazyce, neboť jazyk reflektuje naší zkušenost. O některých změnách v jazyce souvisejících se společenským klimatem v moderních společnostech se zmíníme v kapitole věnující se lingvistice.

---

<sup>79</sup> Kocábová in Poněšický, 2008, s. 167

<sup>80</sup> Banditerová in Poněšický, 2008, s. 146

<sup>81</sup> Poněšický, 2008, s. 146

<sup>82</sup> Poněšický, 2008, s. 147

<sup>83</sup> Poněšický, 2008, s. 130

## **1.4 Sociologické hledisko**

Některé sociologické aspekty rozdílů jazyka mužů a žen se nám již přirozeně promítli do předchozích kapitol. Na tomto místě bychom si měli osvětlit pojmy gender a genderová role. Pozornost bychom též chtěli věnovat tomu, jakým způsobem se poměry ve společnosti odrážejí v jazykových světech mužů a žen a přiblížit si některé rozdíly v komunikaci mužů a žen z hlediska sociální interakce.

### **1.4.1 Gender a genderová role**

Pojem gender úzce souvisí s feministickým hnutím, jehož historii si v krátkosti nastíníme.<sup>84</sup> První vlna feministického hnutí se datuje přibližně od poloviny 18. do poloviny 20. století. V tomto období šlo především o ustavení základních otázek postavení ženy ve společnosti, tzn. právní postavení žen, jejich možnosti vzdělávání a ekonomickou nezávislost. Druhá vlna feministického hnutí se datuje na konec 60. let 20. století. V tomto období se feminismus snaží uchytit pevného metodologického základu, pomalu upouští od nevědeckých východisek. Zabývá se především otázkami násilí páchaného na ženách, snaží se o zrovnoprávnění žen v mnoha oblastech sociálního života, kritizuje stereotypní představy o úloze žen ve společnosti, o jejich zpodobňování v umění a médiích. Třetí vlna feminismu se datuje od počátku 90. let 20. století a Komárková ji v podstatě charakterizuje jako období, kdy jsou otázky feministického hnutí diskutovány v rámci tradičních vědních oborů.<sup>85</sup> Vzhledem k charakteru této práce se z mnoha nových disciplín budeme věnovat níže jen feministické (nebo též genderové) lingvistice.

Termín gender (čes. rod) se začal objevovat v angloamerické feministické literatuře od poslední třetiny 60. let a prosadil se i v dalších vědních oborech. Původně byl vymezen jako protiklad k termínu pohlaví (angl. sex).<sup>86</sup> „Pojmem sex se definovalo mužské a ženské pohlaví s důrazem na biologické rozdíly, na biologickou danost anatomickou, genetickou a hormonální, na fyzickou povahu rodů jednoznačně danou přírodou a v podstatě neovlivnitelnou. Oproti tomu pojem gender byl konstruován v diskurzu

<sup>84</sup> Srovn. Komárková, 2006, s. 25, Osvaldová, 2004

<sup>85</sup> Komárková, 2006, s. 25

sociálním, kulturním, historickém a politickém jako kategorie, jíž je možné uchopit sociálněkulturní mechanismy utváření maskulinity a femininity.<sup>87</sup>

Úvahy nad pojmem gender vedly ke zpochybnění biologického determinismu, který vysvětloval rozdíly v chování a sociálních rolích mužů a žen pouze biologickými aspekty lidského jedince. Identita sociálně kulturní byla oddělena od identity sexuální, které byl upřen jakýkoliv vliv na sociální složku lidské osobnosti.<sup>88</sup> Proti takto ostře definovanému protikladu sociálního a biologického rodu se zvedla vlna námitek. Např. Judith Butlerová zdůrazňuje, že pohlaví (sex) je v rodě (gender) již obsaženo, což Komárková vykládá takto: „Sociální konstrukt nelze definovat vyloučením z přirozeného (z přírody), ale naopak konstrukci přirozeného (pohlaví) je třeba doplnit a rozšířit o ideu sociální a kulturní konstrukce“.<sup>89</sup>

K pojmu gender ještě dodejme, „že některé rozdíly mezi ženami a muži, které jsou obecně považovány za vrozené, lze považovat za naučené a měnící se v závislosti na prostředí (kultuře), ve kterém žijeme“.<sup>90</sup>

Genderovou roli bychom mohli popsat jako jakýsi souhrn (většinou neformálních) zvyklostí, které přisuzují mužům a ženám různé typy chování.<sup>91</sup> Právě na základě genderových rolí vzniká nevíce stereotypních představ o rozdílech mezi ženami a muži.

#### 1.4.2 Rozdíly v komunikaci mužů a žen – různé komunikační cíle

Americká sociolingvistka Deborah Tannenová vytvořila na základě svých pozorování teorii, podle níž se muž zpravidla vnímá jako jedinec v hierarchicky uspořádané společnosti, rozhovory jsou pro něj jednáním o to, kdo získá převahu a udrží si ji, komunikační partneři jsou vnímáni jako protivníci. Komunikace mužů je tak podmíněna hierarchií moci a zdatnosti. Žena se oproti tomu vnímá jako jedinec v síti vazeb, rozhovory jsou pro ni jednáním o tom, jak se k sobě s komunikačním partnerem přiblížit, jak dosáhnout shody, souhlasu a podpory. Komunikace žen je tak podmíněna hierarchií přátelství.<sup>92</sup> Tyto tendence pozorovala nejen u dospělých jedinců, ale i u dětí,

---

<sup>86</sup> Komárková, 2006, s. 28

<sup>87</sup> Komárková, 2006, s. 28

<sup>88</sup> Komárková, 2006, s. 28

<sup>89</sup> Komárková, 2006, s. 28

<sup>90</sup> Osvaldová, 2004, s. 131

<sup>91</sup> Osvaldová, 2004, s. 132

<sup>92</sup> Tannenová, 1995, s. 18

chlapci se dle jejího názoru snaží prosadit jako silní jednotlivci, zatímco dívky vnímají sílu ne v jednotlivci, ale v silném a stabilním společenství.<sup>93</sup> To však neznamená, že by v dívčí komunikaci skrytě nefungovala zamaskovaná hierarchie postavení.<sup>94</sup>

Klíčovými pojmy v komunikaci mužů a žen jsou podle Tannenová pojmy intimita spojená se sociálními vazbami a nezávislost spojená se sociálním postavením. „Intimita je klíčová ve světě vazeb, kde jedinci vytvářejí složitou síť přátelských vztahů, potlačují rozdíly, snaží se dosáhnout obecné shody a nevyvolat dojem nadřazenosti, která by rozdíly zdůrazňovala. Ve světě postavení je naproti tomu klíčová nezávislost, protože základním prostředkem, jak si postavení zajistit, je říkat druhým, co mají dělat, kdežto znakem nízkého postavení je přijímat rozkazy. Přestože lidé potřebují jak intimitu, tak nezávislost, ženy se zaměřují spíše na tu první a muži na tu druhou.“<sup>95</sup>

Intimita se pojí s vazbami, pro něž je typická symetrie ve vztazích, nezávislost se pojí s postavením, pro něž je typická asymetrie ve vztazích.<sup>96</sup> V řeči málokdy používáme výlučně jeden princip z opozice postavení – vazby, spíše směšujeme oba dohromady, nezávisle na tom, zda jsme muži či ženy.<sup>97</sup> Přesto lze vysledovat tendenci žen pohybovat se spíše v jazyce vazeb a protikladnou tendenci mužů pohybovat se spíše v jazyce postavení. Chlapci a děvčata vyrůstají v zásadně odlišných kulturách, takže rozhovor mezi ženou a mužem se mnohdy podle Tannenová podobá mezikulturní komunikaci.<sup>98</sup> Tannenová přímo říká: „Jestliže ženy mluví a slyší v jazyce vazeb a intimity, kdežto muži mluví a slyší v jazyce postavení a nezávislosti, potom se komunikace mezi muži a ženami může podobat mezikulturní komunikaci, protože v ní dochází k střetání hovorových stylů.“<sup>99</sup>

K podobnému závěru dospívá i Johnstoneová, jejíž výzkum Tannenová zmiňuje. Podle něj je svět mužů založen na síle konání jednotlivce, který „bojuje“ nejen proti ostatním lidem, ale také proti přírodním silám. Život je tak pro muže velkou arénou soubojů, v níž musí obstát. Svět žen je na protějšku založen na síle společenství, ohrožení vnímají naopak ve vyčlenění ze společenství.<sup>100</sup>

Výše zmíněným principům se přizpůsobuje též řeč jednotlivých pohlaví, pro muže je jazyk nástrojem prosazení svých názorů a myšlenek ve společnosti protivníků, což

<sup>93</sup> Tannenová, 1995, s. 156

<sup>94</sup> Tannenová, 1995, s. 222

<sup>95</sup> Tannenová, 1995, s. 19-20

<sup>96</sup> Tannenová, 1995, s. 22

<sup>97</sup> Tannenová, 1995, s. 31

<sup>98</sup> Tannenová, 1995, s. 14

<sup>99</sup> Tannenová, 1995, s. 37

souvisí s tím, že se muži pohybují spíše ve sdělné rovině řeči.<sup>101</sup> Pro ženy je jazyk nástrojem vytváření a udržování vazeb, z toho důvodu si ženy osvojily některé řečové strategie, které jim napomáhají v udržování dobrých vztahů. Pohybují se spíše v rovině skrytých sdělení.<sup>102</sup> Tento přístup k jazyku se odráží také ve způsobu mluvení o problémech. Muži mluví o problémech spíše proto, aby našli jejich řešení, ženy na druhé straně spíše proto, aby je mohly sdílet.<sup>103</sup> Zjednodušeně řečeno, pro muže je smysl hovoru v získávání informací, pro ženy je smyslem hovoru interakce, navazování vztahů.<sup>104</sup>

Podobné závěry jako Tannenová výše vyvozuje též Hoffmannová. Její poznatky bychom mohli shrnout takto: svět mužů je světem moci, boje, soupeření, prestiže a nezávislosti, svět žen je světem spolupráce, sblížení, důvěry, shody a podpory. V komunikaci se zájem mužů soustřeďuje na věcné informace o událostech, akcích a činnostech, ženy zajímají hlavně lidé, jejich vztahy, kontakty a dorozumívání (ženy častěji reprodukují cizí i vlastní promluvy a dialogy). Účelem hovorů mužů bývají fakta, u žen je to spíše touha po interakci. Komunikace mužů je spíše konfliktní, ale na druhou stranu přímá a otevřená, ženy často neříkají vše explicitně a pohybují se spíše v rovině skrytých sdělení.<sup>105</sup>

Rádi bychom zde připomněli, že všechny výše uvedené rozdíly jsou do velké míry pouze zobecněním vysledovaných tendencí, nejsou tedy vlastnostmi, které by mohly univerzálně platit pro všechny muže, potažmo ženy. Uvádíme je v této podobě proto, abychom mohli lépe demonstrovat, jaké sklony v komunikaci mají muži a ženy obecně. Záměrně tak opomíjíme fakt, že každý jedinec je jedinečný a jeho osobnost se skládá z mnoha složek, mezi něž patří mimo jiné odlišný charakter a psychické složky osobnosti, odlišné rodinné zázemí, vývoj, odlišné kulturní, náboženské a sociální prostředí a odlišná životní zkušenost. Všechny složky osobnosti se totiž podílí na našem způsobu řeči a užívání jazyka.

---

<sup>100</sup> Johnstoneová in Tannenová, 1995, s. 180

<sup>101</sup> Srov. Tannenová, 1995, s. 141

<sup>102</sup> Srov. Tannenová, 1995, s. 27, 141

<sup>103</sup> Tannenová, 1995, s. 46

<sup>104</sup> Tannenová, 1995, s. 77

<sup>105</sup> Hoffmannová, 1995, s. 85-86

### 1.4.3 Vliv genderu na komunikaci mužů a žen

Čím jsou způsobeny tendence mužů a žen popsané výše? Rozhodně to nejsou rozdíly, s nimiž bychom se už narodili, jsou způsobeny působením mnoha faktorů a vlivů, které na nás působí od narození během našeho vývoje od dětství do dospělosti, vzrůstajícími zkušenostmi. Tyto faktory jsou povahy sociální a kulturní. Zde bychom chtěli ilustrovat několik příkladů, jaký vliv má gender na naše užívání jazyka a také bychom tímto chtěli prokázat, že rozdíly v komunikaci mužů nejsou vrozené, nýbrž naučené a přejaté z našich kulturních vzorců.

Jak poukazuje Tannenová, už malé dívky a chlapci vyrůstají v odlišných slovních světech. Druzí k nim mluví odlišně a očekávají a přijímají od nich odlišné způsoby řeči. Toto se netýká pouze rodičů, ale například i vrstevníků.<sup>106</sup> Děvčata se tak od malička učí komunikaci, která je mají sblížit se skupinou a posílit jejich vazby, což se projevuje například tím, že svá přání nevyslovují jako příkazy, ale spíše jako návrhy, zatímco chlapci se od malička učí upevňovat si své postavení ve skupině a velmi často používají v řeči rozkazovací způsob.<sup>107</sup> K podobným závěrům došla i psychologka Sachsová<sup>108</sup>, nebo v případě dospělých Gleasonová a Smithová.<sup>109</sup>

Abychom ukázali, že rozdíly v komunikaci mužů a žen nejsou vrozené, zaměříme se na některé rozdíly v komunikaci mezi různými kulturami a sociálními třídami. Socioložka Mirra Komarovská vypracovala ve své studii Dělnické manželství teorii, že osobní komunikace je nazírána jinak z pohledu vzdělaných a nevzdělaných lidí. Zjistila, že mezi absolventy střední školy je běžné, aby spolu manželé mluvili, zatímco v případě párů bez středního vzdělání se ženy, které po mužích požadovaly, aby s nimi doma mluvily, považovaly za nepřiměřeně náročné. Takové ženy byly odkázány na styk s ostatními ženami z příbuzenstva.<sup>110</sup>

S ohledem na komunikaci platí v různých kulturách různé hodnoty. Například rozeprě mají v americké společnosti negativní konotace, ale například v italské či řecké kultuře jsou příjemným znakem intimity, hry.<sup>111</sup> Tannenová zmiňuje, že antropologové píšou o mnoha světových kulturách, kde se v běžném hovoru cení, když se účastníci hovoru navzájem překřikují, mluví všichni najednou. Zdá se, že tato norma platí ve více

<sup>106</sup> Tannenová, 1995, s. 37

<sup>107</sup> Tannenová, 1995, s. 38

<sup>108</sup> Sachsová in Tannenová, 1995, s. 152

<sup>109</sup> Gleasonová a Smithová in Tannenová, 1995, s. 154

<sup>110</sup> Komarovská in Tannenová, 1995, s. 140

<sup>111</sup> Tannenová, 1995, s. 160

končinách světa než severoevropská norma, podle níž má mluvit vždy jen jeden člověk.<sup>112</sup>

#### 1.4.4 Mluvíme-li stejně, nejsme posuzováni stejně

Posledním hlediskem, kterému bychom se chtěli v rámci této kapitoly věnovat, je to, jakým způsobem je posuzována mluva mužů a žen a jaký vliv mají případně na tyto úsudky genderové role mužů a žen. A začneme stereotypní představou, že ženy mluví více než muži. Tannenová na příkladech několika studií ukazuje, že muži mluví více ve veřejných situacích, zatímco ženy mluví více pouze v soukromých situacích.<sup>113</sup> Studie ale napovídají, že mluví-li ženy a muži ve skupině stejnou měrou, lidé si stejně myslí, že ženy mluvily více.<sup>114</sup>

Dalším příkladem rozdílného vnímání komunikace na základě pohlaví mluvčího je hodnocení tázacích částic v řeči. Lakoffová pozorovala v řeči žen větší výskyt částic jako „*vid*“, „*že*“ a „*ne?*“.<sup>115</sup> Tannenová zmiňuje výzkumy, v nichž se ukázalo, že pokud tato slůvka užije muž, testovaní si mysleli, že promlouvala žena.<sup>116</sup> Když jich ženy a muži užili stejné množství, testovaní se domnívali, že jich více užila žena a zároveň byla hodnocena jako méně inteligentní! Když žena nedodávala argumenty pro svá tvrzení, byla hodnocena jako méně inteligentní a vzdělaná, pokud svá tvrzení argumenty nepodpořil muž, podobného hodnocení se mu nedostalo.<sup>117</sup>

Ženský styl bývá označován jako „zastřený, nepřímý“.<sup>118</sup> Jak Tannenová připomíná, mnoho kultur stojí na propracovaných systémech nepřímého vyjadřování (např. Řekové, Japonci), pouze moderní západní společnost dává přednost vyjadřování přímému.<sup>119</sup> Zajímavé je, že nezávisle na kultuře je záporně hodnocen ženský styl (ať už přímý nebo nepřímý).<sup>120</sup> Konverzační styly typické pro muže bývají většinou hodnoceny jako norma, ženské styly bývají hodnoceny jako odchylka, často nežádoucí.<sup>121</sup> Domníváme se, že tento jev úzce souvisí právě s patriarchálním uspořádáním společnosti a nad to

<sup>112</sup> Tannenová, 1995, s. 205

<sup>113</sup> Tannenová, 1995, s. 70

<sup>114</sup> Tannenová, 1995, s. 73

<sup>115</sup> Lakoffová in Tannenová, 1995, s. 232

<sup>116</sup> Tannenová, 1995, s. 232

<sup>117</sup> Tannenová, 1995, s. 233

<sup>118</sup> Tannenová, 1995, s. 230

<sup>119</sup> Tannenová, 1995, s. 231-232

<sup>120</sup> Tannenová, 1995, s. 232



s faktem, že lidská mysl má potřebu vytvářet si opozice. Jinými slovy a velmi zjednodušeně řečeno: v patriarchálním zřízení je za společenskou normu a kladnou pozici považováno to, co je pokládáno za mužské, vše ostatní je pokládáno za odchylku od normy se záporným znaménkem.<sup>122</sup>

## 1.5 Lingvistické hledisko

Ženy a muži sdílejí stejný jazyk, rozdíly mezi jejich řečí jsou na úrovni častějšího užívání některých jazykových prostředků a odlišného vnímání světa a komunikačního aktu vůbec, jak jsme si ukázali v předchozích kapitolách. Tyto rozdíly jsou známy už od pradávna, z velké části na ně mělo vliv i společenské uspořádání světa a s tím související genderové role jednotlivých pohlaví. V této kapitole se zaměříme na konkrétní jazykové prostředky, jimiž se odlišuje mužský a ženský konverzační styl, dále pak na to, jaký má vztah k muži a ženě sám jazyk a jeho struktura.

### 1.5.1 Rozdílné konverzační styly – rozdílné jazykové prostředky

Některé kultury rozvinuly vysoce odlišné mluvní styly mužů a žen. Například *sanskrt* nesměly ženy vůbec užívat, byla jim vyhrazena lidová podoba jazyka - *prákr*.<sup>123</sup> V karibské oblasti v 17. stol. existovaly zvláštní jazyky mužské a ženské, které byly navzájem dost odlišné.<sup>124</sup> Japonské ženy dnes mají na výběr, zda budou užívat ženský styl, neutrální styl nebo styl mužský. Ten zpravidla užívají v případě, že chtějí zdůraznit rovnoprávnost. Ženský styl byl doložený už v 11. stol., užívaly jej ženy z vyšších vrstev. Tento styl byl od stylů jiných odlišen zvláštní lexikální zásobou, odlišnými gramatickými tvary a částicemi.<sup>125</sup> Dnes zjišťované rozdíly ale podle Čmejkové nejsou nikde tak velké, abychom mohli říct, že muži a ženy nemluví tímž jazykem.<sup>126</sup>

<sup>121</sup> Tannenová, 1995, s. 240

<sup>122</sup> Srov. Curran a Renzetti, 2003, s. 182

<sup>123</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 35

<sup>124</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 35

<sup>125</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 35

<sup>126</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 35

V češtině rodové rozlišení mluvních stylů tak jako v japonštině nemáme, nejznatelnější rozdíly mezi ženskou a mužskou mluvou jsou na fonetické úrovni.<sup>127</sup> Další rozdíly bychom mohli hledat v oblasti syntaxe a lexikální zásoby. Vraťme se však na chvíli zpět k fonetické úrovni. Čmejrková zmiňuje rozdíly ve výšce hlasu, ve výslovnosti (ženy údajně pečlivěji vyslovují) a v intonaci. Co se týče intonace, ženy střídají výšky hlasu dynamičtěji než muži. Muži dávají přednost klesavým intonacím, ženy pak zase stoupavým (jakoby tázavým). Ženy mají údajně větší sklon užívat nepřímé, zahalené řečové akty, např. otázky namísto direktivních výpovědí.<sup>128</sup> Větší škálu intonačních rozdílů u žen bychom snad mohli připsat větší emocionálnosti ženského projevu tak, jak ji zmiňujeme v předešlých kapitolách.

Rozdílnost v lexikální zásobě je způsobena zaměřením žen a mužů na odlišné sféry životní zkušenosti, což už jsme si také doložili výše. Na tomto místě musíme zdůraznit, že rozdíly v lexikální zásobě jsou nejvíce ovlivněny sociální a kulturní příslušností daného individua. Ženská zkušenost je však podle Čmejrkové primárně zaměřena na soukromou sféru v duchu principů spolupráce, péče a citovosti. Mužská zkušenost je pak primárně zaměřena na sféru veřejnou, kde převládají principy konkurence, nezávislosti, citové neutrality a autority.<sup>129</sup> Tato orientace má za následek, že ženy, hovořící více o sobě a vlastní zkušenosti, častěji užívají osobní zájmena *my*, *vy*, *já*, *ty*, *on*, *ona*, častěji užívají slova z okruhu pocitů, motivací a emocionálního hodnocení. Do tohoto okruhu patří ženami častěji užívaná adjektiva typu *hrozný*, *strašný*, *děsný*, *zoufalý* a *fantastický*. Na druhé straně muži více tíhnou ke slovům označujícím destruktivní činnost, ke klení a nadávkám.<sup>130</sup>

Čmejrková také uvádí, že ženy v konverzaci více spolupracují se svým komunikačním partnerem, poskytují mu více souhlasných signálů, více přitakávají a tím pádem častěji používají částice „*hm*“ a „*ano*“.<sup>131</sup> Podle jednoho výzkumu ženy v soukromých rozhovorech kladou dvaapůlkrát více otázek než muži a většinou začínají výrazy typu: „*Víš co?*“, „*Víš co je zajímavé?*“, „*Víš, co se stalo?*“.<sup>132</sup> Eisner ještě píše o vyšší míře používání zdrobnělin a eufemismů ženami.<sup>133</sup>

<sup>127</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 35

<sup>128</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 36

<sup>129</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 36

<sup>130</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 36

<sup>131</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 37-38

<sup>132</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 38

<sup>133</sup> Eisner, 1997, s. 324-326

Máme-li tedy shrnout rozdíly lexikální, můžeme říci, že ženy častěji používají osobní zájmena, kvalifikační adjektiva, intenzifikační prostředky, modální slovesa, substantiva označující emoce, deminutiva, eufemismy, citoslovce a velké množství částic. Muži naopak více používají slova vystihující destruktivní činnost, vulgární výrazy, názvy činností a akční slovesa. Nutno podotknout, že k jazykovým prostředkům využívaným spíše muži nemáme tolik poznatků, neboť genderová lingvistika se spíše věnuje jazykovým prostředkům typickým spíše pro ženy a na muže tak trochu zapomíná.

### 1.5.2 Vztah jazyka k ženě a muži

Svou pozornost však nyní zaměříme na samotný vztah jazyka k mužskému a ženskému přirozenému rodu. Vývoj jazyků úzce souvisel a souvisí s vývojem společenského uspořádání. Není proto divu, že jazyk odpovídá patriarchálnímu modelu světa.

Vyslovována je též domněnka, že se rozdílné způsoby užívání jazyka muži a ženami promítly v průběhu historického vývoje i do samotné struktury jazyka.<sup>134</sup> Užije-li se nějaký výraz o ženě a o muži, může výraz dostávat různé významy, případně se s ním pojí různé konotace. „My užíváme jazyk a jazyk užívá nás“.<sup>135</sup>

Čmejrková uvádí, že strukturní lingvistika vytvořila teorii příznakovosti a nepříznakovosti členů jazykových opozic. Ženský rod je v pojmenování bytostí příznakový, mužský rod nepříznakový, tzn. že může označovat muže, ale může mít i platnost generickou, kdy označuje lidské bytosti obecně.<sup>136</sup> V důsledku sílícího feministického hnutí vznikaly po světě snahy o revizi patriarchálního paradigmatu jazyka. Například v angličtině bylo vedle *chairman* vytvořeno *chairwoman* a zcela bezpříznakové *chairperson*.<sup>137</sup> Revize se snaží docílit změn i na místech, kde působí použití mužského rodu normálně a bezpříznakově (např. *man sagt* oproti *frau sagt* v němčině). Revize též vyúsťuje v případy typu *himself/herself*, které by v češtině vyznívaly velmi těžkopádně.<sup>138</sup> Stavba slovanských jazyků není dobrou živnou půdou pro tyto zásahy. Konkrétně čeština má velmi silně zakořeněnou kategorii rodu v morfologické a syntaktické oblasti. Žena má vlastní soubor koncovek, což se

<sup>134</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 144

<sup>135</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 145

<sup>136</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 145

<sup>137</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 145

<sup>138</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 146

například v angličtině či němčině nevyskytuje.<sup>139</sup> Čeština je jazykem rodově velmi výrazným, přesto je ženský rod v jazyce mužskému podřízený, což krásným způsobem dokládá ve svém příkladu Eisner: „Její veličenstvo královna anglická a císařovna indická a řidič Pepa Žambourek vypadli z vozu.“<sup>140</sup>

Eisner také upozorňuje na to, že vulgární, hanlivá či výsměšná slova jsou v češtině většinou maskulina, a uvádí sáhodlouhý výčet maskulin, která však končí typicky ženskou koncovkou *-a*. Namátkou vybíráme pro ilustraci tyto příklady: bačkora, bambula, truhla, baba, ješita, moula, ochlasta atd.<sup>141</sup> Věšíňová pro změnu dokládá rozdíly v erotickém slangu češtiny. Ve Šmírbuchu jazyka českého Patrika Ouředníka našla pod heslem „onanovat, masturbovat“ 64 výrazů pro to, jak danou činnost vnímá a označuje muž, ale jen 11 výrazů pro ženskou masturbaci, z čehož 10 výrazů vyjadřuje „hrubě pohrdlivý názor muže na sexuální praxi ženy“.<sup>142</sup>

Některá slova užitá v souvislosti s ženou mají jiný význam, než když jsou užitá v souvislosti s mužem. Stejně tak se k popsání stejných procesů či vlastností u žen užívá jiných slov než u mužů. Pokud řekneme o nějakém muži, že je *hrana*, většinou se nám vybaví pozitivní konotace, pokud to samé řekneme o ženě, je smysl tohoto slova negativní. Říkáme, že žena *omdlela*, ale muž *ztratil vědomí*. Žena někomu *vyškrábe oči*, ale muž někomu *jednu vrazí*. Řekneme, že muž *je pod pantoflem*, ale žena je *domácí puška*. Takovýchto příkladů bychom v češtině našli mnoho.

## 1.6 Návaznost na mediální studia

V mediálních studiích se problematice genderu a genderových rolí věnuje velká pozornost stejně jako v ostatních vědních oborech. Mediální studia vycházejí z velké části z poznatků sociologie a lingvistiky, nebudeme se proto vracet k teoriím, které jsme si přiblížili v předešlých kapitolách. Zaměříme se spíše na to, jak se gender odráží v mediální produkci a zaměříme se na několik ukázek toho, jak média s (převážně ženským) genderem pracují.

<sup>139</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 147

<sup>140</sup> Eisner, 1997, s. 321. Eisner úsměvně vysvětluje, že v jazyce má řidič Pepa přednost před královnou a císařovnou.

<sup>141</sup> Eisner, 1997, s. 311-313

<sup>142</sup> Věšíňová, 1998, s. 25

### 1.6.1 Média a gender

McQuail zdůrazňuje, že rozvoj teorie kulturně diferencovaného čtení mediálních textů znamenal velký pokrok pro problematiku vztahu médií k genderu. Mediální studia byla dle jeho názoru původně i ve své kritické podobě „rodoslepá“.<sup>143</sup> Záběr genderového zkoumání médií je dnes široký, nejčastěji se setkáváme se zaměřením na roli genderu při zaujímání postoje ve vztahu k vyobrazení muže a ženy a na roli médií při přenášení patriarchálního modelu fungování společnosti a jeho vlivu na místo ženy ve společnosti.<sup>144</sup>

Van Zoonenová vysvětluje, že se dříve genderový výzkum médií řídil přenosovým modelem účinku založeným na přímé reakci příjemce na přenášený podnět. Dle jejího názoru se dnes využívá nové paradigma, jež nabízí východiska pro zkoumání vztahu médií a genderu. Gender je zde pojímán jako diskurz, soubor „překrývajících se a někdy neslučitelných kulturních popisů a zvyklostí vztahujících se k sexuálním rozdílům“.<sup>145</sup> Dalším klíčovým principem je důraz na aktivitu čtenářů mediálních textů při konstrukci významů a identit. Van Zoonenová říká, že rod „není nikdy dán, ale mění se podle specifických kulturních a historických okolností... a je předmětem neutuchajícího argumentačního boje a dohadování.“<sup>146</sup>

Gender se odráží v produkci mediálních obsahů, neboť většinu výběru témat a vytváření mediálních obsahů nesou na svých bedrech muži. Zpravodajství bylo dlouhou dobu doménou mužů a obsahy zpravodajských relací byly orientovány spíše na mužské publikum. Častým tématem feministické kritiky médií je relativní neviditelnost žen ve zprávách a jejich spojování s typicky ženskými tématy.<sup>147</sup> Tomu nasvědčují i současné tendence médií k trivializaci, bulvarizaci a personalizaci zpravodajství, které bývají vnímány na základě stereotypních představ jako ženský prvek v komunikačním aktu a tím jsou také považovány za prostředek, jakým zacílit na ženské publikum.<sup>148</sup>

Tannenová k tomu říká: „Naše společnost se v mnoha ohledech orientuje víc na soukromý než na veřejný život a drby se stále víc prosazují ve veřejné sféře. Většina forem veřejného sdělování, například televizní zprávy a tiskové konference veřejných

<sup>143</sup> McQuail, 2009, s. 133

<sup>144</sup> McQuail, 2009, s. 133-134

<sup>145</sup> Van Zoonenová in McQuail, 2009, s. 134

<sup>146</sup> Van Zoonenová in McQuail, 2009, s. 134

<sup>147</sup> McQuail, 2009, s. 134

<sup>148</sup> McQuail, 2009, s. 135

činitelů, se stává stylově neformálnější... Jiným aspektem tohoto vývoje je zvýšený zájem o soukromý život veřejných činitelů.<sup>149</sup>

V souvislosti s nároky ženského publika na mediální obsahy je však nutno brát v potaz, že „kódy, které udělují významy znakům ženskosti, jsou kulturně a historicky specifické a nikdy nebudou zcela jednoznačné nebo soudržné.“<sup>150</sup>

### 1.6.2 Stereotypy mužské a ženské komunikace v médiích

Média reflektují i stereotypy týkající se mužské a ženské komunikace. Studie R. Fowlera kritizuje jazykové stereotypy v médiích, jimiž jsou např. nadměrné užívání deminutiv k označení žen – adresátek sdělení, příznakové „Mrs“ a „Miss“ oproti bezpříznakovému „Mr“, favorizování některých syntaktických a (expresivních) fonetických prostředků ženskými mluvčími aj.<sup>151</sup>

K. Tanaková pro změnu zveřejnila studii, v níž provedla sémiotickou analýzu japonských reklamních inzerátů. „Autorka dokumentuje některé – ve srovnání s evropskými jazyky, konkrétně s angličtinou – výrazné rozdíly mezi mužským a ženským zacházením s jazykem.“<sup>152</sup>

Čmejrková podrobila analýze dívčí časopisy Top dívka a Super dívka a vysledovala následující rysy. Jedním z nejpříznakovějších je tzv. syntetická personalizace. Autor oslovuje široké publikum, ale přitom vytváří dojem, že se obrací na každého jednotlivého čtenáře jako samostatnou bytost.<sup>153</sup> S tím se pojí časté oslovování čtenářky pomocí osobního zájmeny *Ty*, zejména ve tvaru akuzativu spojeného s předložkou *pro*, a přivlastňovacího zájmeny *Tvíj*. Tyto prostředky zvyšují působivost textu a autor se jimi stylizuje do role důvěrníka, rádce a někoho, kdo velmi dobře zná a chápe potřeby a touhy čtenářky.<sup>154</sup> Autor jako by znal čtenářčiny postoje a zájmy a věděl, co potřebuje a co dělá. Text má často dialogickou podobu, obsahuje otázky podsouvající čtenářčinu

<sup>149</sup> Tannenová, 1995, s. 102

<sup>150</sup> Van Zoonenová in McQuail, 2009, s. 135

<sup>151</sup> Fowler in Komárková, 2006, s. 25-26

<sup>152</sup> Tanaková in Komárková, 2006, s. 26

<sup>153</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 201

<sup>154</sup> Čmejrková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 202

odpověď.<sup>155</sup> „Text postupuje od oslovení, navození dojmu společné zkušenosti a náznaků fiktivního dialogu k pokynu a výzvě.“<sup>156</sup>

Čmejková si dále všímá podbízivého tónu, který je podpořen výrazy naznačujícími souhru se čtenářčinými potřebami. Časopisy se snaží navodit dojem intimního vztahu se čtenářkou.<sup>157</sup>

Osvaldová rozebírala některé jazykové prostředky ženských časopisů a poukazuje na skutečnost, že tyto časopisy přinášejí zejména témata mající genderovou vazbu k ženám. Tyto časopisy používají především *ich formu*, subjektivní přístup, ženské tvary sloves namísto neutrálních, texty jsou kontaktní, vyžadující ohlas, autoři čtenářky přímo oslovují. Z jazykových forem využívají obecnou češtinu, expresivní výrazy, deminutiva, emocionální prostředky intonace jako je střídání tázacích, zvolacích a rozkazovacích vět.<sup>158</sup>

Licenční magazíny, mezi něž patří i námi rozebíraný Cosmopolitan, mívají podle Osvaldové provokující charakter, zabývají se ženskou emancipací, píší o rovném přístupu k příležitostem, toleranci k menšinám, zmiňují otázky feminismu. „V duchu vydavatelské politiky a tradovaného pojetí tzv. ženské četby však téma musí být zpracováno v lehčí, spíše fejetonové formě“.<sup>159</sup>

Postoj těchto časopisů je však rozpolcený. Na jedné straně vidí svobodu v sexuálním osvobození, soužití bez svatby, práci podnikatelky nebo manažerky, vybízí k emancipaci, na straně druhé v dalších textech podporují názory, které udržují ženu v podřízené pozici – kladou důraz na vzhled (kosmetika, dieta, móda) a na zajištění postavení prostřednictvím postavení manžela. Celkově tedy vychází z „mužského pohledu na svět“. To, co texty kritizují, reklama propaguje.<sup>160</sup>

## 2. Metody a postupy zkoumání zpracovaného materiálu

<sup>155</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 202

<sup>156</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 203

<sup>157</sup> Čmejková in Čeština, jak ji znáte i neznáte, 1996, s. 203

<sup>158</sup> Osvaldová, 2004, s. 74

<sup>159</sup> Osvaldová, 2004, s. 75

<sup>160</sup> Osvaldová, 2004, s. 76

## 2.1 Dotazník

V naší práci operujeme s pojmem stereotyp, který jsme si výše vysvětlili. K tomu, aby byl stereotyp skutečně stereotypem, je potřeba, aby se také odrážel ve všeobecném vědomí lidí. Proto jsme se rozhodli vytvořit dotazník, který by nám mohl pomoci ověřit, zda výše předkládaná tvrzení o komunikaci mužů a žen mají skutečně stereotypní povahu a zda jsou stále v jazyce živá, tedy zda se jejich platnost v poslední době nezměnila vlivem rozsáhlých společenských změn uskutečněných v posledních dvaceti letech v České republice.

### 2.1.1 Teoretické východisko

Jako teoretické východisko k seznámení se s problematikou tvorby a interpretace dotazníků a k vytvoření co možná nejkvalitnějšího dotazníku nám posloužila především kniha *Jak se vyrábí sociologická znalost* Miroslava Dismana. Vzhledem k časovým a technickým možnostem jsme se rozhodli upřednostnit formu dotazníku před rozhovorem. Dalším důvodem byla skutečnost, že jsme se báli určitého zkreslení odpovědí, neboť jako příslušníci jednoho pohlaví bychom mohli mít vliv na odpovědi získávané od respondentů, zvláště pokud se dotazník týká rozdílů mezi muži a ženami.<sup>161</sup>

Podívejme se na některé zásady, kterých jsme se pokusili držet při přípravě dotazníku. Jak Disman zmiňuje, respondent musí našim otázkám správně porozumět, což znamená, že otázku pochopí tak, jak ji myslel výzkumník, a navíc všichni respondenti musí otázku pochopit stejným způsobem.<sup>162</sup> Dále zde hraje roli, zda nám respondent vůbec odpovědět na danou otázku chce. Otázka mu může být nepříjemná z různých důvodů, např. se může dotýkat příliš soukromých témat.<sup>163</sup> Respondent se také rozhoduje, jakým způsobem nám odpoví. Může nám odpovídat nepravdivě, protože se chce například ukázat v lepším světle, nebo jednoduše chce odpovědět správně, i když správnou odpověď nezná.<sup>164</sup> Pokud tvoříme otázky, jejichž odpovědi jsou založené na škálování, měli bychom postihnout celou možnou škálu odpovědí a definovat ji tak, aby byla jasná jednotlivá rozmezí (např. odpověď „často“ může pro jednoho respondenta znamenat

<sup>161</sup> Srov. Disman, 2009, s. 132-133

<sup>162</sup> Disman, 2009, s. 57

<sup>163</sup> Disman, 2009, s. 58



jednou za měsíc a pro druhého dvakrát denně, v takovém případě není měření reliabilní, stejně tak použijeme-li jen některé možnosti odpovědi a jiné vypustíme).<sup>165</sup>

### 2.1.2 Výběr vzorku respondentů

Pro náš dotazník jsme se rozhodli oslovit 70 mužů a 70 žen. Dohromady jsme tedy oslovili 140 respondentů. Věkovou kategorii jsme si určili tak, aby pokryla muže a ženy v různých fázích života. Jako spodní věkovou hranici jsme si určili 18 let, v tomto věku již předpokládáme, že za sebou mají lidé alespoň nějaké vztahové zkušenosti a zároveň jsou již natolik vyspělí, že jejich odpovědi nebudou tolik poznamenány dozrívající pubertou. Jako horní věkovou hranici jsme si určili 70 let, abychom do výzkumu mohli zahrnout i lidi v důchodovém věku, u nichž jsme očekávali odlišné odpovědi vzhledem k jejich zkušenostem a historickému kontextu jejich života. Uvědomujeme si, že námi pokrytý vzorek populace vzhledem ke svému počtu nemůže být reprezentativní a nemůžeme na jeho základě vyslovit závěry nezpochybnitelně vztažitelné na celou populaci. „Abychom byli schopni z chování vzorku předpovídat chování populace, musí struktura vzorku imitovat složení populace tak přesně, jak je to jen možné.“<sup>166</sup>

Výběr respondentů nemůžeme zařadit ani do kategorie kvótního výběru, neboť jedinou proměnnou, kterou jsme v duchu kvótního výběru sledovali, bylo pohlaví respondentů (50:50). Kvótní výběr se sice zakládá jen na několika málo proměnných jako je např. pohlaví, věk a povolání<sup>167</sup>, operovat pouze s jednou proměnnou je však dle našeho názoru pro kvótní výběr příliš málo. Nesplňujeme ani podmínky pro náhodný výběr.<sup>168</sup>

Výsledky dotazníku nám mají pouze pomoci ilustrovat názory lidí na komunikaci mužů a žen a ověřit, zda nalezneme nějaké shody v jejich vnímání. Vzorek nemůže reprezentovat mínění celé české populace ani z hlediska místního původu respondentů. Vzhledem k možné časové i finanční náročnosti jsme se omezili pouze na respondenty z Prahy, Klánovic, Újezda nad Lesy, Kostelce nad Černými lesy a Berouna.

---

<sup>164</sup> Disman, 2009, s. 59-60

<sup>165</sup> Disman, 2009, s. 62-63, 127-128

<sup>166</sup> Disman, 2009, s. 94

<sup>167</sup> Disman, 2009, s. 94-96

<sup>168</sup> Srov. Disman, 2009, s. 96-110

### 2.1.3 Tvorba otázek

Při tvorbě otázek pro oba dotazníky jsme se snažili o co nejjednodušší zadání tak, aby byly otázky pochopitelné pro všechny potenciální respondenty. Zároveň jsme se snažili otázky tvořit tak, abychom co nejvíce snížili riziko podsouvání odpovědí respondentům. Respondenti totiž mají tendenci s předkládaným tvrzením spíše souhlasit.<sup>169</sup> Vzhledem k praktickému provedení celého výzkumu popsanému níže jsme dotazník vytvořili co nejkratší tak, aby pokryl naše potřeby, ale zároveň udržel pozornost respondentů. Při tvorbě otázek jsme se snažili respektovat zejména poznatky z kapitoly 2.1.1. Finální podoba dotazníku je k nahlédnutí v příloze č. 1 této práce.

### 2.1.4 Praktické provedení

Při výzkumu jsme nepoužili klasickou metodu dotazníku, který bychom rozdali skupině respondentů a čekali, až se nám vrátí zpět. Oslovovali jsme potenciální respondenty přímo na ulici a poprosili je o vyplnění dotazníku přímo na místě. Anonymitu jsme jim zaručili tím, že vyplněný dotazník nedávali do ruky nám, ale vhazovali jej do připravené, zalepené krabice s úzkým otvorem ve víku. Při oslovování potenciálních respondentů jsme se snažili odhlédnout od možných sympatií a vzhledu lidí, snažili jsme se oslovovat přiměřeným způsobem různé věkové kategorie tak, abychom pokryli zamýšlený vzorek populace. Abychom docílili správného věkového rozmezí definovaného výše, před vyplněním dotazníku jsme se respondenta zeptali, zda se věkově pohybuje v daném rozmezí. Neptali jsme se tedy na konkrétní věk slovně, zanesli jsme ho však do otázek dotazníku. Respondentům jsme v krátkosti vysvětlili, že daný výzkum provádíme v rámci přípravy bakalářské práce, nesdělili jsme jim však, co od výsledků dotazníků očekáváme, ani co jeho pomocí zkoumáme, aby respondenti nebyli ovlivněni a nesnažili se uspokojit naši potřebu. Respondenty jsme také důrazně upozornili, že v dotazníku neexistují správné a špatné odpovědi.

---

<sup>169</sup> Disman, 2009, s. 136

## 2.2 Kvantitativní obsahová analýza

Kvantitativní obsahovou analýzou jsme chtěli zjistit, v jaké míře se v současných médiích uplatňují genderové stereotypy mužské a ženské komunikace, jak jsme si je popsali výše. Na vzorku časopisů orientovaných zvláště na mužské a ženské čtenáře jsme chtěli prokázat, že současná média operují s genderovými stereotypy týkajícími se rozdílných prvků ženské a mužské komunikace. Jako podstatné teoretické východisko nám posloužila kniha Analýza obsahu mediálních sdělení autorů Schultz, Reifová a kol.<sup>170</sup>

### 2.2.1 Teoretické východisko, výběr materiálu

Tato metoda má základ v sociálněvědních metodách měření a kvantifikace, je vysoce strukturovaná a mediální obsahy zkoumá s ohledem na několik vybraných znaků.<sup>171</sup> Pro naši práci nám přišla vhodná právě z toho důvodu, že nám měla poskytnout kvantifikovaná data, s nimiž jsme zamýšleli dále pracovat. Potřebovali jsme získat data, z nichž bychom dokázali určit, které konkrétní stereotypy mužské a ženské mluvy se v médiích vyskytují a v jaké míře. Na základě poznatků z výše zmíněné knihy<sup>172</sup> jsme si zvolili výběrový soubor materiálů. K našim účelům jsme potřebovali mediální formu zaměřující se na mužské a ženské čtenáře, v úvahu tedy padly ženské a mužské licenční časopisy. Vzhledem k tomu, že jsme potřebovali vytvořit opozici mužský - ženský časopis, jsme zvolili tituly spadající pod jednoho vydavatele, abychom tak získali co možná nejsrovnatelnější opoziční dvojici. Zvolili jsme tedy měsíčníky *Cosmopolitan* a *Esquire* vydavatelství Stratosféra. Vzhledem k požadavku práce na rozbor současných médií jsme se odchýlili od tezí této práce, v nichž jsme uváděli rozbor šesti čísel každého časopisu z roku 2010. Zamýšlený vzorek jsme tedy vybírali z období od ledna 2012 do dubna 2013. Zůstali jsme u počtu šesti náhodně vybraných čísel, který se nám zdál být přiměřený.

---

<sup>170</sup> Schultz / Reifová a kol., 2004

<sup>171</sup> Schultz / Reifová a kol., 2004, s. 29

<sup>172</sup> Schultz / Reifová a kol., 2004, s. 35-38

## 2.2.2 Kódovací kniha

Na základě příkladů z výše zmíněné knihy<sup>173</sup> jsme se pokusili vytvořit jednoduchou variantu kódovací knihy se sledováním tří proměnných. Jako kódovací jednotku jsme si zvolili článek, čímž jsme chtěli z analýzy vyřadit obrazový materiál, reklamní sdělení a popisky vztahující se k obrazovému materiálu. Článek jsme si nadefinovali jako graficky ucelenou žurnalistickou jednotku s nadpisem.

Kódovací knihu uvádíme v příloze č. 2

## 2.3 Kvalitativní obsahová analýza

Kvalitativní obsahovou analýzu jsme se rozhodli použít k interpretaci výsledků kvantitativní obsahové analýzy. Původní idea byla taková, že se pokusíme kvantifikovaná data z předchozí analýzy zasadit zpět do kontextu článků, z nichž pochází, a pokusíme se je blíže specifikovat a interpretovat v rámci textu, z čehož bychom měli vyvodit závěry, v jakých typech textů, v jakých souvislostech a z jakého důvodu se genderové stereotypy v mediálních textech objevují.

### 2.3.1 Teoretické východisko, výběr materiálu

Jako teoretické východisko nám v tomto případě posloužila kniha Kvalitativní výzkum Jana Hendla<sup>174</sup>. Snažili jsme se pochopit jednotlivé rámce možných analýz a přístupů. Co se týče zpracovaného materiálu, ten byl determinován pozitivním výsledkem předchozího kvantitativního výzkumu. Jak jsme zmínili výše, chtěli jsme kvantifikovaná data, která by byla jen číselnými údaji svědčícími o frekvenci používání genderových stereotypů spjatých s mluvou žen a mužů, zasadit zpět do kontextu jejich používání a blíže je interpretovat a porozumět jim. Zpracovávaný materiál je tedy extrakcí z šesti čísel časopisu Cosmopolitan, primárně zaměřeného na ženské publikum, a z šesti čísel časopisu Esquire, primárně zaměřeného na mužské publikum.

<sup>173</sup> Schultz / Reifová a kol., 2004, s. 140 -149

<sup>174</sup> Hendl, 2008

## **2.4 Komplexní jazykové rozbory**

Poslední praktickou částí naší práce by se měl stát komplexní jazykový rozbor jazykových prostředků typicky užívaných muži a ženami. Oba předcházející výzkumy jsme zaměřili pouze na otázku zobrazování jazykových stereotypů genderové komunikace a nyní bychom svou pozornost měli upřít k odhalení jazykových prostředků, rozdílných pro muže a ženy, užívaných v mediálních formách určených konkrétně pro mužské a ženské publikum.

### **2.4.1 Teoretické východisko, výběr materiálu**

Komplexní jazykový rozbor je metoda rozboru textu, která postupuje od celku textu k rozčlenění na jednotlivé jazykové jednotky, které se dále snaží identifikovat a následně opět sloučit do jednoho celku, již s pochopením autorovy perspektivy.<sup>175</sup> Tím se rovina interpretace textu rozšiřuje o jevy související se vznikem a působením textu a umožňuje nám lépe pochopit jazykové jevy ve společenském kontextu a kontextu autorova záměru.<sup>176</sup>

Komplexní jazykový rozbor se zaměřuje na všechny roviny struktury jazyka, pro účely naší práce se však některými jeho složkami zabývat nebudeme. Pro nás bude důležitý zejména rozbor stylistický, lexikální a rozbor komunikační situace a výstavby textu. Co se týče zpracovávaného materiálu, držíme se stejného vzorku časopisů, jako tomu bylo u předchozích dvou výzkumů. Při pročitání jednotlivých čísel časopisů v rámci kvantitativního výzkumu jsme si rovnou dělali poznámky k jevům deklarujícím ženský a mužský přístup k jazyku. Tyto jevy jsme pak podrobili samostatné analýze a vybrali jsme několik signifikantních článků, jimž jsme věnovali zvýšenou pozornost a jež jsme se pokusili rozebrat komplexně. Následně jsme provedli interpretaci jednotlivých jevů a jejich významu v rámci prezentovaných mediálních obsahů. Při rozborech nám byla nápomocna Příruční mluvnice češtiny.<sup>177</sup>

---

<sup>175</sup> Čechová a kol., 1992, s. 10

<sup>176</sup> Čechová a kol., 1992, s. 10-11

<sup>177</sup> Grepl a kol., 1996

### 3. Výsledky zpracování zkoumaného materiálu

V této kapitole se společně podíváme na výsledky jednotlivých částí praktického výzkumu této práce. Pokusíme se co nejlépe interpretovat jevy a významy související se stereotypními představami o komunikaci mužů a žen a také jednotlivé jazykové prostředky upřednostňované v řeči mužů a žen.

#### 3.1 Dotazník

Cílem dotazníku bylo ověření fungování stereotypních představ o komunikaci mužů a žen ve společnosti na vzorku 70 mužů a 70 žen. V příloze č. 3 uvádíme dotazník s přehledem výsledků. U jednotlivých možných odpovědí je vždy uvedeno, kolik mužů a kolik žen uvedlo tu kterou odpověď.

Pojďme si nyní rozebrat jednotlivé otázky. Otázka č. 2 se týkala stereotypu, podle něhož je žena lepším posluchačem, nežli muž. Podle našeho dotazníku se tento stereotyp osvědčil jako fungující, rozdíl mezi muži a ženami ale není nijak závratně velký, pokud si uvědomíme velikost vzorku a jeho možné zkreslení. U otázky č. 3 můžeme pozorovat nepoměr mezi odpověďmi mužů a žen, ale i tento stereotyp se jeví jako živý. Otázka č. 4 týkající se drbů nám přinesla jednoznačné odpovědi od mužů a trochu váhavosti u žen. Ovšem i tento stereotyp můžeme shledat platným. Otázka č. 5 má velmi roztrášené odpovědi. Zde jsme naráželi na stereotypní představu ženské „zastřené“ komunikace. Tento stereotyp, zdá se, náš vzorek respondentů nepřesvědčil. Otázka č. 6 nám přinesla téměř jednoznačné odpovědi. Muži podle mínění našeho vzorku respondentů skutečně častěji používají vulgární výrazy. U otázky č. 7 jsme se pokusili zjistit, jestli se muži skutečně zaměřují spíše na sféru veřejné zkušenosti a ženy zase na sféru soukromou. Po sečtení výsledků tomu tak obecně je, překvapila nás ale otázka financí, ve které ženy úspěšně konkurovaly mužům, a také otázka umění, kde ženy dominovaly. Poslední otázka v některých svých podbodech potvrdila stereotypy, které jsme postihovali v otázkách předchozích. Tato otázka nám měla sloužit částečně jako kontrola spolehlivosti dotazníku. Potvrdil se zejména jednoznačný názor na citovou mluvu žen, vulgaritu mužské komunikace a slabost pro klepy u žen.

Můžeme tedy říci, že náš malý vzorek respondentů skutečně vnímá stereotypní představy o komunikaci mužů a žen a je tedy možné, že zmiňované stereotypy jsou zakořeněny hluboko v naší společnosti.

### **3.2 Obsahová analýza**

Co se týče obsahové analýzy vzorku mediálních textů, s politováním musíme přiznat, že náš původní záměr a naše původní hypotézy se nepotvrdily. Ve zkoumaném vzorku médií jsme nenašli ani jeden případ použití stereotypu mužské a ženské komunikace, tak, jak jsme si je nadefinovali výše. Objevili jsme sice určité množství zmínek o komunikaci mužů a žen (především v ženských časopisech, které se zaměřují na mezilidské vztahy, jež jsou s komunikací propojené), ale žádná z nich nebyla stereotypní povahy.

Vzhledem k absenci materiálu z kvantitativní obsahové analýzy nemohl být proveden ani kvalitativní rozbor, který měl navazovat na výsledky kvantitativního výzkumu. Musíme tedy konstatovat, že náš výzkum dospěl k negativnímu závěru – vzorek zkoumaných současných mediálních ženských a mužských časopisů neobsahuje žádné genderové stereotypy týkající se mluvního projevu mužů a žen.

### **3.3 Komplexní jazykový rozbor**

Podrobnějším zkoumáním jednotlivých výrazových prostředků jsme dospěli k pozitivnímu závěru, že média skutečně reflektují některé zobecněné prvky mužské a ženské komunikace a že jazyk, který používají, nese některé rysy genderových jazykových prostředků.

V ženských časopisech jsme narazili na spousty příkladů jevů, které jsme popisovali v jednotlivých teoretických kapitolách. Především se zde velmi často uplatňuje princip syntetické personalizace, s tím rozdílem, že autoři článků ženám netykají, nýbrž vykají. Vytváří si ale podobné vazby, jaké jsou popsány Čmejrkovou, i když nutno říci, že trochu vyspělejší způsobem než jak je tomu u dívčích časopisů. V textech se povětšinou uplatňuje hovorový styl, v mnoha člancích o jiných ženách autoři používají emotivně zabarvená slova, ať už s pozitivními či negativními konotacemi, příp.

s nádechem emancipace (např. mrcha, ranařka, puťka, rajcovní motorkářka, budete královnou, sexy holčička, vzácná květina apod.). Často se taky objevují adjektiva smyslové vnímání, příp. výrazy evokující erotický náboj, ve spojitosti s kosmetikou a líčením (např. svěží, svůdné, šťavnaté, sametový nádech, smyslné, sexy, dráždivé, divoký, podmanivé, žhavé apod.). Tyto typy adjektiv se zejména v článcích o kosmetice objevují neustále dokola. Známé osobnosti jsou většinou líčeny jako emancipované a úspěšné ženy, které však mají smysl pro tradiční ženské hodnoty. Velmi často se v článcích objevuje přímá řeč nebo přímo repliky rozhovorů. Velmi časté je také užívání hodnotících adjektiv a intenzifikačních prostředků.

Mužské časopisy jsou psány hovorovým a často i nespisovným jazykem. Překvapila nás velká míra vulgárních výrazů (velmi často se opakují výrazy typu debilní, čurák, zmrda, šukat, vysrat, držka apod.), zaznamenali jsme velkou míru sloves označujících destruktivní činnost (např. zničit, zbořit, rozmaširovat, rozbít, rupnout, zlomit apod.). Výrazná je také stylová nesourodost některých článků, eufemismy stojí vedle vulgarismů, knižní styl vedle nespisovných výrazů. Celkově působí články a celý styl časopisu dosti nesourodým dojmem. Zřejmě má časopis za úkol čtenáře šokovat. V mužských i ženských časopisech se objevuje velmi mnoho jazykových prostředků, které ale úzce souvisejí s tematickou náplní časopisů. Tyto prostředky jsme v souladu s tezemi práce nezkoumali.

## **Závěr**

Naše práce měla za úkol dokázat, že stereotypní představy o komunikaci mužů a žen se uplatňují také v genderově zaměřených mediálních obsazích a že mediální formy reflektují rozdíly v mluvě mužů a žen a promítají je do svých obsahů. Snažili jsme se též ukázat, že rozdíly v komunikaci žen jsou hlavně záležitostí společenského vývoje a kulturních vzorců.

Nejprve jsme seskupili důležité teoretické poznatky z různých vědních oborů, které nám měli osvětlit vývoj člověka k jeho genderové identitě a genderovým rolím, vztah jazyka a médií k problematice genderu a osvětlit pojem stereotyp. V praktické části práce jsme se pokusili pomocí dotazníku na menším vzorku respondentů prokázat některé obecně známé stereotypní představy o mluvě mužů a žen, v dalším kroku jsme chtěli pomocí



kvantitativní a kvalitativní analýzy prokázat, že se tyto stereotypy objevují i v současných médiích, a nakonec jsme si připravili krátký rozbor časopisů z hlediska jazykových prostředků vnímaných jako ženské a mužské.

V dotazníkovém šetření se nám podařilo ukázat, že lidé zřejmě skutečně mají zakořeněné stereotypní představy o řeči mužů a žen, nicméně se nám nepodařilo prokázat hlavní hypotéza této práce, a sice to, že média do svých obsahů projikují též tyto stereotypní představy. Hlavní hypotéza této práce tak dospěla k negativnímu závěru. Nicméně se nám na několika příkladech podařilo dokázat, že média vnímají rozdíly mezi muži a ženami nejen po stránce tematické, ale také po stránce jazykové, a že mediální obsahy autoři píšou v duchu jazykových rozdílů mezi muži a ženami.

## Summary

This thesis should demonstrate that media reflect the language stereotypes concerning the differences between male and female communication. We were trying to demonstrate that these stereotypes are included in magazines Esquire and Cosmopolitan. We were also finding which language tools of male and female speech are reflected in the magazines.

The first part of our thesis has unfortunately a negative results. We weren't able to prove that the stereotypes of male and female communication are reflected by the mentioned magazines. The second part of our expected results was proved successfully. We found a lot of language tools which are typical for male and female speech in the above mentioned magazines.

## Použitá literatura

- ADAM, Robert. Kognitivně pojatý úvod do jazykovědy. *Naše řeč*, 2001, ročník 84, číslo 3, s. 143-146
- BARTHES, Roland. *Mytologie*. 2. vyd. Praha: Dokořán, 2004. 170 s. ISBN 978-80-7363-359-2
- COPANS, Jean. *Základy antropologie a etnologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2001. 128 s. ISBN 80-7178-385-4
- ČECHOVÁ, Marie a kol. *Komplexní jazykové rozbor*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1992. 325 s. ISBN 80-04-24305-3
- DANEŠ, František a kol.. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. 259 s. ISBN 80-200-0589-7
- DANEŠ, František a kol.. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. 1. vyd. Praha: Academia, 1997. 292 s. ISBN 80-200-0617-6
- DANEŠ, František. Ještě jednou „feministická lingvistika“. *Naše řeč*, 1997, ročník 80, číslo 5, s. 256-259
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. 372 s. ISBN 978-80-246-0139-7
- EISNER, Pavel. *Chrám i tvrz*. 4. vyd. Praha: Pluto, 1997. 582 s. ISBN 80-902183-2-6
- GREPL, Miroslav a kol. *Průruční mluvnice češtiny*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003. 799 s. ISBN 80-7106-134-4
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4

HOFFMANNOVÁ, Jana. Feministická lingvistika?. *Naše řeč*, 1995, ročník 78, číslo 2, s. 80-91

HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a...* 1. vyd. Praha: Trizonia, 1997. 200 s. ISBN 80-85573-67-9

KARSTEN, Hartmut. *Ženy – muži: genderové role, jejich původ a vývoj*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 174 s. ISBN 80-7367-145-X

KOMÁRKOVÁ, Olga. *Genderové stereotypy v reklamních textech*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Filozofická fakulta, 2006. 214 s. ISBN 80-7308-148-2

LAKOFF, George. *Ženy, oheň a nebezpečné věci: Co kategorie vypovídají o naší mysli*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2006. 656 s. ISBN 80-86138-78-X

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5

OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. 176 s. ISBN 80-7178-403-6

OSVALDOVÁ, Barbora. *Česká média a feminismus*. 1. vyd. Praha: Libri, 2004. 158 s. ISBN 80-7277-263-5

PONĚŠICKÝ, Jan. *Fenomén ženství a mužství: Psychologie ženy a muže, rozdíly a vztahy*. 3. vyd. Praha: Triton, 2008. 213 s. ISBN 978-80-7387-106-2

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

SCHULTZ, Winfried / REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8

TANNENOVÁ, Deborah. *Ty mi prostě nerozumíš: Jak spolu mluví ženy a muži*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1995. 344 s. ISBN 80-204-0470-8

UHLÍŘOVÁ, L. O fragmentech „přirozeného“ obrazu světa v češtině aneb dobrodružství kognitivní lingvistiky. *Naše řeč*, 2006, ročník 89, číslo 4, s. 206-209

VALDROVÁ, Jana. K české genderové lingvistice. *Naše řeč*, 1997, ročník 80, číslo 2, s. 87-91

VAŇKOVÁ, Irena a kol. *Co na srdci, to na jazyku*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. 344 s. ISBN 80-246-0919-3

VĚŠÍNOVÁ, Eva. Úvaha na téma „Čeština a žena“. *Naše řeč*, 1998, ročník 81, číslo 1, s. 21-28

## Zpracovávaný materiál

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 2, ISSN 1211-6459

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2013, číslo 2, ISSN 1211-6459

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 3, ISSN 1211-6459

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2013, číslo 4, ISSN 1211-6459

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 10, ISSN 1211-6459

*Cosmopolitan*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 5, ISSN 1211-6459

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 8, ISSN 1211-4006

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 12, ISSN 1211-4006

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 4, ISSN 1211-4006

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 6, ISSN 1211-4006

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2013, číslo 3, ISSN 1211-4006

*Esquire*, Praha: Stratosféra, 2012, číslo 9, ISSN 1211-4006

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Dotazníkové šetření (dokument)**

**Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka)**

**Příloha č. 3: Dotazníkové šetření – výsledky (dokument)**