

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2018

Diana Michaeljan

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Zobrazení genderové nerovnosti v lifestylových
časopisech pro muže**

Diplomová práce

Autor práce: Diana Michaeljan

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

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

V Praze dne 11.05.2018

Diana Michaeljan

Bibliografický záznam

MICHAELJAN, Diana. *Zobrazení genderové nerovnosti v lifestylových časopisech pro muže*. Praha, 2018. 157 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Rozsah práce: 208 520 znaků včetně mezer

Anotace

Tato diplomová práce je zaměřena na zobrazování genderové nerovnosti v českých pánských časopisech životního stylu. Základní výzkumnou otázkou je: Jakými způsoby je zobrazována genderová nerovnost v pánských časopisech životního stylu? Výzkumnou metodou této práce je kvalitativní obsahová analýza podle Anselma Strausse a Juliet Corbin. Výzkumný vzorek tvoří vybrané články z českých verzí časopisů *Maxim* a *Esquire* z celého ročníku 2016. Otevřené kódování poskytlo pojmenování jevů, kategorizaci údajů a rozvíjení dimenzí vzniklých kategorií. Výsledkem axiálního kódování byla reorganizace údajů po otevřeném kódování prostřednictvím odhalení vtažů mezi vzniklými kategoriemi. V rámci selektivního kódování vzešla centrální kategorie analýza – *Mužská nadvláda*. Všechny ostatní kategorie – *Projevy genderové nerovnosti*, *Strach mužů z genderové rovnosti* a *Částečné vyvrácení maskulinní perspektivy* – mají vztah k centrální kategorii a integrují se kolem ní. Odborná literatura, která byla využita jako zdroj zvyšování teoretické citlivosti je prezentována v teoretické části této diplomové práce. Závěry výzkumu potvrzují, že analyzované pánské časopisy životního stylu šíří negativní genderové stereotypy a konstruují obraz společnosti založený na mužské dominanci. Výsledky výzkumu odhalují nejen způsoby zobrazování genderové nerovnosti, ale i částečné pokusy některé stereotypy vyvrátit.

Annotation

The thesis focuses on representation of gender inequality in Czech lifestyle magazines for men. The main research question explores the ways in which men's magazines represent the issues of gender inequality. The research method used in this thesis is qualitative content analysis by Anselm Strauss and Juliet Corbin. The sample contains selected articles from Czech versions of the men's magazines *Maxim* and *Esquire*, covering all of 2016. The open coding process enabled labeling of the analyzed phenomena, discovering the prominent categories and their dimensions. Axial coding resulted in the reorganization of the categories, which emerged during open coding, by exploring the relationships between the categories and making connections between them. Selective coding identified the central phenomenon of the research. *Male Dominance* emerged as the core category, integrating the other categories – *Manifestations of Gender Inequality*, *Men's Fear of Gender Equality* and *Partial Refutation of the Masculine Perspective* – around the central

phenomenon. The theories used as the sources of the enhancement of theoretical sensitivity are explored and presented in the theoretical part of this thesis. The research concludes that the analyzed lifestyle magazines for men spread negative gender stereotypes and construct a picture of society based on male dominance. The results of the analysis reveal the ways in which gender inequality is represented as well as partial attempts to refute some gender stereotypes.

Klíčová slova

mediální reprezentace; gender; genderová nerovnost; genderové stereotypy; sexismus

Keywords

media representation; gender; gender inequality; gender stereotypes; sexism

Title

Representation of Gender Inequality in Czech Lifestyle Magazines for Men

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své diplomové práce prof. PhDr. Janu Jirákovi, Ph.D, za veškerý čas věnovaný mé práci a za jeho cenné poznámky a rady.

Ráda bych také poděkovala Ivanu Adamovičovi za poskytnutí časopisu *Maxim*.

Obsah

Obsah	1
Úvod	4
1. Teoretická část	7
1.1 Re prezentace reality a její teorie	7
1.2 Mediální reprezentace	12
1.2.1 Re prezentace lidí v médiích	15
1.2.2 Úrovně reprezentace	17
1.2.2.1 Typy	17
1.2.2.2 Archetypy	17
1.2.2.3 Stereotypy	18
1.3 Re prezentace a moc	23
1.4 Funkce médií	26
1.5 Gender a genderový řád	27
1.5.2 Patriarchát	29
1.5.3 Sexismus	30
1.5.3.1 Typologie sexismu	32
I. Očividný sexismus	32
II. Sotva patrný sexismus	33
III. Skrytý sexismus	33
1.5.4 Feminismus	34
1.6 Gender a masová média	35
2. Metodologická část	41
2.1 Výzkumný záměr a výzkumná otázka	41
2.2 Výzkumná strategie	41
2.3 Volba časopisů	42
2.4 Výzkumný vzorek	44
3. Analytická část	45
3.1 Prezentace výsledků analýzy	45
3.1.1 Axiální kódování	45
3.1.1.1 Kategorie PROJEVY GENDEROVÉ NEROVNOSTI	45
I. „ŽENA S KOULEMA“	45
II. „BLAHOSKLONNÉ KAVALÍRSTVÍ“	46
III. PASIVNÍ NEBO SLABÁ ŽENA	46

A.	ŽENA JAKO DÍTĚ	47
IV.	„VEŘEJNÝ MUŽ, SOUKROMÁ ŽENA“	47
A.	„VĚRNÁ DRUŽKA“	48
B.	„LASKAVÁ PEČOVATELKA“	48
C.	HOSPODYNĚ	49
V.	„NEKONEČNÉ MIMOBĚŽKY“	49
A.	MANIPULÁTORKA	50
i.	LHÁŘKA	50
ii.	„ZLATOKOPKA“	51
B.	„PÁTÁ KOLONA“ NEBO ŽENA JAKO NEPŘÍTEL	52
VI.	PONIŽOVÁNÍ ŽEN	52
A.	„BREBENTÍCÍ ŽENY“	54
B.	ŽENA NA OBTÍŽ	54
VII.	ŽENA JAKO SEXUÁLNÍ OBJEKT	54
A.	„KULT KRÁSY“	57
B.	„MALE GAZE“	58
C.	„PRKNO V POSTELI“	58
D.	POLYGAMIE	59
VIII.	DEHUMANIZACE ŽEN	60
IX.	ŽENA JAKO OBĚŤ NÁSILÍ	61
A.	ZASTRAŠOVÁNÍ ŽEN	64
X.	MUŽSKÁ NADVLÁDA	64
3.1.1.2	Kategorie STRACH MUŽŮ Z GENDEROVÉ ROVNOSTI	65
A.	„MODERNÍ ŽENA“	66
B.	TRIVIALIZACE FEMINISMU	67
C.	NEGATIVNÍ POSTOJ K POLITICKÉ KOREKTNOSTI	69
3.1.1.3	Kategorie ČÁSTEČNÉ VYVRACENÍ MASKULINNÍ PERSPEKTIVY	70
3.1.2	Selektivní kódování	73
3.2	Shrnutí analýzy	74
4.	Závěr	75
	Summary	79
	Použitá literatura	80
	Seznam příloh	93
	Příloha č. 1: Seznam analyzovaných článků	94
	Příloha č. 2: Vybrané ilustrace z analyzovaných článků	97
	Příloha č. 3: Obálky časopisu <i>Esquire</i> , 2016	99

Příloha č. 4: Obálky časopisu <i>Maxim</i> , 2016	100
Příloha č. 5: Kompletní výsledky axiálního kódování	101

Úvod

Tématem mé diplomové práce je *Zobrazení genderové nerovnosti v lifestyleových časopisech pro muže*. Jsem přesvědčena, že problematika genderové nerovnosti ovlivňuje každého jedince, ať jde o muže nebo ženu. Jisté však je, že nás neovlivňuje stejným způsobem a ve stejné míře. Obecně vzato, mluvíme-li o obsazích pánských časopisů životního stylu, máme tendenci se zaměřovat na to, jak tyto obsahy mohou ovlivňovat děti. Tomu, jak pánské časopisy ovlivňují postoje a chování dospělých mužů, zpravidla nepřikládáme tak vysokou důležitost. Co se týče potenciálního vlivu těchto časopisů na ženy, zůstává často téměř bez povšimnutí, v neposlední řadě kvůli ironickému diskurzu, se kterým se setkáváme v časopisech pro muže. Nicméně, významné události v oblasti genderové nerovnosti, ke kterým došlo v posledních letech – tedy řada sexuálních skandálů kolem významných osobností, oživení hnutí proti sexuálnímu násilí a bezprecedentní dopady těchto událostí na životy pachatelů – dokazují aktuálnost tématu genderové nerovnosti. Volba konkrétního výzkumného problému odráží můj zájem o média a o genderovou problematiku.

Tato diplomová práce je rozdělena do tří částí: teoretická, metodologická a analytická. V teoretické části se zaměřím na přiblížení základních pojmů a teoretických východisek týkajících se problematiky reprezentace reality a genderu. Nejdříve se soustředím na reprezentaci reality a její teorie, následně se budu blíže věnovat mediální reprezentaci, konkrétně tedy obrazům lidí v médiích a existujícím rovinám reprezentace (především stereotypům, které jsou pro můj výzkum nejdůležitější). Dále se zaměřím na genderovou problematiku – zejména na projevy sexismu, které hodlám zkoumat – a otázky moci ve vztahu k výzkumnému problému. Na konci teoretické části se zaměřím na otázku rodovosti médií, která nabízí hlubší vhled do zkoumané problematiky. Je nutné zde dodat, že zdroje použité v teoretické části této diplomové práce mi umožnily zvýšit svou teoretickou citlivost, bez které bych nedokázala uchopit svůj výzkum. V metodologické části se pokusím o přiblížení výzkumného problému, otázek a strategie. Vysvětlím, proč jsem se rozhodla pro kvalitativní výzkum, jak jsem přistupovala k jednotlivým částem analýzy a co se stalo mým výzkumným vzorkem. Na tuto kapitolu navazuje analytická část mé diplomové práce, ve které představím výsledky axiálního a selektivního kódování s výkladem a vybranými ilustracemi z výzkumného vzorku. Závěr této práce jsem koncipovala jako odpověď na výzkumnou otázku a shrnutí výsledků a obecných závěrů

své analýzy. Kromě toho je tato diplomová práce doplněna několika přílohami, mezi které patří seznam analyzovaných článků, vybrané ilustrace z těchto článků, fotografie obálek časopisů *Maxim* a *Esquire* za rok 2016 a kompletní výsledky axiálního kódování.

Ráda bych zde také odůvodnila některé odchylky od tezí¹ diplomové práce. Je důležité zmínit, že teze představují pouze počáteční fázi zpracování zvoleného tématu. Zatímco klíčové části – zadání, cíl práce, podkladový materiál a metody jeho zpracování – zůstaly beze změn, jiné části prošly jistým vývojem v průběhu zpracování. Tento vývoj byl průběžně konzultován s vedoucím mé diplomové práce a věřím, že představuje pokrok ve zpracování zvoleného tématu. Níže uvádím veškeré změny, ke kterým došlo v době od schválení tezí do odevzdání diplomové práce.

1. **Předpokládaná výzkumná otázka:** před zahájením analýzy základní výzkumnou otázkou bylo, zda zvolené pánské lifestyle časopisy reprodukuje genderové stereotypy. V kvalitativní analýze může být výzkumná otázka během výzkumného procesu upravována, přičemž je vhodné volit spíše otevřené otázky, které jsou zaměřeny na dění a průběh (Strauss, Corbin, 1999, s. 24). Po zahájení kódování bylo proto původní znění otázky upraveno. Nyní výzkumná otázka zní: *Jakým způsobem je zobrazována genderová nerovnost v pánských časopisech životního stylu?*
2. **Předpokládaná struktura práce:** v tomto bodu došlo ke třem skupinám změn – přidání nových kapitol, úprava názvů kapitol a změny v číslování kapitol či jiné formální úpravy struktury práce. V teoretické části byla přidána podkapitola *Reprezentace reality a její teorie*. Hlubší studium této oblasti mě přesvědčilo o vhodnosti zpracování problematiky reprezentace reality obecně před tím, než se zaměřím na mediální reprezentaci. Původní podkapitola *Mediální reprezentace* je pro lepší přehlednost dále rozdělena do dvou částí: *Reprezentace lidí v médiích* a *Úrovně reprezentace*. Druhou přidanou podkapitolou je *Reprezentace a moc*. Odborná literatura týkající se reprezentace, genderu a médií odhalila, že tyto oblasti spojuje otázka mocenského uspořádání společnosti. Pro pochopení souvislostí bylo dle mého názoru nutné tuto podkapitolu zařadit do teoretické části. Třetí přidaná podkapitola s názvem *Funkce médií* představuje jeden z pohledů na roli médií

¹ V položce *Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování* v tezích diplomové práce jsem čerpala informace z následujících zdrojů: McQuail, 2009, s. 134; Jiráček, Köpplová, 2015, s. 282.

ve společnosti, který podle mě nejlépe vysvětluje, jak se mohou média a gender vzájemně ovlivňovat a jakým způsobem média patrně přispívají k tomu, že problém genderové nerovnosti ve společnosti přetrvává. Původní podkapitola *Genderový řád* byla přejmenována na *Gender a genderový řád*, protože nový název lépe vystihuje, čemu je tato podkapitola věnována. Do podkapitoly druhého stupně s názvem *Sexismus* jsem pro lepší přehlednost zařadila nově přidanou *Typologii sexismu*. V metodologické části došlo k úpravě názvu podkategorie *Výzkumný záměr a výzkumné otázky*. Nyní se tato podkapitola jmenuje *Výzkumný záměr a výzkumná otázka*, protože mám pouze jednu výzkumnou otázku. Podkategorie *Výzkumný vzorek* byla přemístěna z analytické do metodologické části, protože její nové umístění je vzhledem k obsahu této podkapitoly vhodnější. V analytické části došlo kromě přemístění podkapitoly *Výzkumný vzorek* ke změně názvů všech podkategorií s výjimkou *Shrnutí analýzy*. Zmíněné změny jsou odůvodněny mým záměrem prezentovat výsledky tak, aby byly maximálně přehledné. Předpokládané kapitoly *Seznam literatury* a *Přílohy* byly přejmenovány tak, aby odpovídaly šabloně diplomové práce. Následně byly provedeny změny v číslování kapitol a podkapitol tak, aby číslování souhlasilo se šablonou práce (*Úvod* v šabloně není očíslován) anebo odráželo všechny výše uvedené odchylky od tezí.

3. **Základní literatura:** seznam použité literatury byl významně rozšířen v průběhu zpracování diplomové práce. Přidané tituly vycházely z odborné literatury anebo byly doporučeny vedoucím práce.

1. Teoretická část

V této kapitole se budu věnovat přiblížení základních pojmů a teoretických východisek týkajících se reprezentace reality a genderové problematiky. První část této kapitoly je věnována teoriím reprezentace reality, na které je následně navázán výklad o mediální reprezentaci. V rámci mediální reprezentace se také budu věnovat reprezentaci lidí v médiích, kde se zaměřím na různé roviny reprezentace, především na stereotypy. Následně se zaměřím na ideologické zatížení spojené s reprezentacemi. Stručně také předvedu funkce médií, abych ukázala, jaký vliv mohou mít mediální obsahy na naše vnímání obecně, ale především na to, jak vnímáme gender. Genderové problematice je věnována druhá část této kapitoly, kde se zaměřím na vysvětlení pojmů gender a genderový řád. Krátce se také budu věnovat patriarchátu, matriarchátu, feminismu a sexismu. Zakončím teoretickou část své diplomové práce podkapitolou věnovanou genderu a masovým médiím.

1.1 Reprezentace reality a její teorie

Žijeme ve světě přehlaceném reprezentacemi. Jak poznáme, kde končí realita a kde začíná její reprezentace? Odpovědi na tyto a další otázky lidé hledali odjakživa. V průběhu let vznikaly různé teorie reprezentace reality, nejstarší z nichž mají původ v antice. Otázka „co je realita?“ je možná ještě těžší, ale pro účely této práce nám postačí výklad ze studie *Sociální konstrukce reality* (1999) od amerických sociologů Bergera a Luckmanna. Ti realitu definují jako „*vlastnost náležící jevům, kterým přisuzujeme existenci nezávislou na naší vlastní vůli*“ (Berger, Luckmann, 1999, s. 9). Co se týče pojmu „reprezentace“, základní výklad najdeme ve *Slovníku mediální komunikace* (2004), který reprezentaci označuje jako „*způsob uchopování skutečnosti prostřednictvím znakového systému [kódu], zejména pomocí přirozeného jazyka*“ (Reifová, 2004, s. 211-212). Jazyk není jediným znakovým systémem, který je schopen něco reprezentovat. Znakem obecně rozumíme něco, co zastupuje něco jiného (Čermák, 2007, s. 22). Znakový systém neboli kód je tedy strukturovaný soubor znaků (například slova) sloužící k převodu do jiného souboru (například jazyk) (Čermák, 2007, s. 22). Dopravní značky, semaforey a dopravní výstražná světla jsou také znakovými systémy. Znakový jazyk, Morseova abeceda, etiketa – to všechno spadá do kategorie znakových systémů, které nám pomáhají mezi sebou sdílet

významy. Jinými slovy, prakticky cokoliv (zvuky, slova, obrázky nebo předměty), co může sloužit jako znak a dohromady tvoří uspořádaný systém, jenž je schopný komunikovat významy, definujeme jako „jazyk“ (Hall, 2013, s. 5).

Nyní bych se ráda zaměřila na existující teorie reprezentace reality. Sociolog Stuart Hall, který je představitelem birminghamské školy, rozlišuje ve své studii *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (2013) tři teorie reprezentace. Tyto teorie se nazývají *reflexivní*, *intencionální* a *konstrukcionistická* (Hall, 2013, s. 10).

První z nich – **reflexivní teorie** – patří k nejstarším a pochází z antických dob (Reifová, 2004, s. 213). Reflexivní přístup je založen na předpokladu existence jakési objektivní reality, kterou je možné poznat a toto poznání je „*definitivní, pravdivé, nepodmíněné a neměnné*“ (Reifová, 2004, s. 213). Podstatou reflexivní teorie je přesvědčení, že významy jsou již uloženy v předmětech, lidech a myšlenkách existujících v materiálním světě a jazyk (nebo jiný znakový systém) tyto významy jednoduše *odráží* jako zrcadlo (Hall, 2013, s. 10). Tato teorie se někdy taky nazývá *mimetickou*, protože naznačuje, že jazyk žádné významy neprodukuje, ale pouze *napodobuje* všechno, co již existuje v reálném světě (Hall, 2013, s. 10). Bílek ve své eseji *Reprezentace: Metafora, pojem či koncept?* (2012) argumentuje, že se v tomto pojetí reprezentace často mísí s pojmy „*mimesis*“ a „*reference*“ (2012, s. 12). Mimetické pojetí reprezentace je tedy založeno jednak na principu již zmíněného „zrcadlení“, „odrazu“, „korespondence“ a „nápodoby“, jednak na představě, že to, co je reprezentováno, je „přirozené“ a „čitelné“ (Bílek, 2012, s. 13). Toto „čtení“ reality, jak píše Bílek, představuje „*paralelismu[s] výchozí entity aktuálního světa a jejího ztvárněného ‚obrazu‘*“ (Bílek, 2012, s. 13). Referenci Bílek označuje jednoduše jako odkazování něčeho či někoho na něco či někoho z oblasti reálného světa (2012, s. 13). Rozdíl mezi pojmy *mimesis* a *reference* podle něj spočívá v roli subjektu ve vytváření reprezentace (Bílek, 2012, s. 13). *Mimesis* založený na představě zrcadlení skutečnosti nepočítá se subjektivitou toho, kdo daný „obraz“ vytváří, zatímco *reference* opět zařazuje roli subjektu do procesu vytváření reprezentace (Bílek, 2012, s. 13).

K otázce odrážení a nápodobování reality je třeba uvést, že některé vizuální znaky opravdu mohou být podobné předmětům, které reprezentují, což Hall ve své studii nepopírá. Například nakreslená růže se může podobat skutečné růži (jak nějaké konkrétní růži, tak i růži abstraktní). Defektem reflexivní teorie je, jak uvádí Hall, opomenutí skutečnosti, že

vizuální znaky (a znaky obecně) slouží pouze jako odkazy na koncepty, které nám pomáhají myslet na jisté věci a hovořit o nich (2013, s. 10). Hall argumentuje, že kdyby jazyk nevytvářel žádné významy a pouze odrážel realitu na principu zrcadla, nebyli bychom schopni mluvit o věcech, které v materiálním světě neexistují (2013, s. 10). Známe však řadu slov, představ, a dokonce i obrázků reprezentujících věci, které jsou čistě fiktivní, přesto my o nich dokážeme komunikovat (Hall, 2013, s. 10).

Zatímco reflexivní neboli mimetická teorie pracuje s argumentem, že jazyk zrcadlově odráží a napodobuje realitu, **intencionální přístup** předpokládá opačný proces. Podle intencionální teorie významy nejsou inherentní součástí věcí, nýbrž jsou závislé na intenci (záměru) mluvčího (Reifová, 2004, s. 213). Hall uvádí, že i intencionální teorie trpí nedostatkem: je sice pravda, že každý jedinec má individuální přístup k jazyku a vnímá svět jedinečným způsobem, avšak bez společensky sdílených kódů a jazykových konvencí bychom nebyli schopni úspěšné a efektivní komunikace s ostatními jedinci (Hall, 2013, s. 11). Naše individuální představy musí být v souladu s pravidly, kódy a jazykovými konvencemi, které jsou sdíleny s ostatními členy naší společnosti a kultury (Hall, 2013, s. 11). Jak uvádí švýcarský lingvista a zakladatel moderní sémiotiky Ferdinand de Saussure, „*[j]ednotlivec sám není schopen ustálit žádnou hodnotu*“; „*[k]e stanovení hodnot je nutné společenství, a jejich existence je dána jedině územ a všeobecným konsensem*“ (1996, s. 140-141).

Analýza propagandy, ideologie a manipulace vychází právě z intencionální teorie, protože tento přístup předpokládá, že by věci měly znamenat „*to, co si přeje komunikátor, a jeho úspěch závisí na schopnosti rétoricky přesvědčivě zabudovat svou intenci do sdělení*“ (Reifová, 2004, s. 213). Intencionální pojetí reprezentace reality představuje mezistupeň mezi reflexivním či mimetickým a konstrukcionistickým přístupem (Reifová, 2004, s. 213). Dostáváme se tak k poslední a nejnovější teorii reprezentace reality.

Podle **konstrukcionistické teorie** významy nejsou inherentně obsaženy ve věcech, nejsou ani závislé pouze na záměru jednotlivého mluvčího (Hall, 2013, s. 11). Významy jsou tedy společností „*dočasně konstruován[y] v závislosti na sémiotických strukturách*“ (Reifová, 2004, s. 213). Jazyk je totiž, jak píše de Saussure, „*nesvobodný*“ (1996, s. 103). Je „*produkt[em] společenských sil*“ a „*dědictvím předchozího období*“ (de Saussure, 1996, s. 103). Významy se mohou s postupem času měnit, protože zmíněné společenské síly, které jazyk konstruují, „*působí v závislosti na čase*“ (de Saussure, 1996, s. 103).

Jazyk je tedy podle de Saussura jednak „*vázán vahou společnosti*“, jednak „*umístěn v čase*“ (1996, s. 103). Čermák v této souvislosti mluví o „*celospolečensk[é] tradiční [a] konvenční platnosti*“ významů (2007, s. 23). Pro pochopení reprezentace reality je tedy důležité si uvědomit, že vždy nevyhnutelně jde o realitu zprostředkovanou, protože holá, nezprostředkovaná a nereprezentovaná realita je nepřístupná, neuchopitelná a nemůžeme ji ani myslet (Reifová, 2004, s. 212-213). Jde totiž, jak píše de Saussure, o „*amorfní a nezřetelnou masu*“ (1996, s. 139). Vedlejším produktem procesu reprezentace je vytváření dodatečného významu, jenž není součástí původní reality, čímž vzniká přinejmenším jedna z možných verzí reality, ne-li realita úplně nová, odpovídající jednak tomu, co nám umožňuje definovat konkrétní kód, jednak subjektivnímu pohledu tvůrce reprezentace (Reifová, 2004, s. 213).

V sémiotice a v řadě dalších oborů se reprezentací reality rozumí „*mechanismus produkování významu, který je tvořen vztahy mezi předmětem, konceptem a znakem*“ (Reifová, 2004, s. 212). Znakem de Saussure nazývá vztah mezi **označujícím** (signifiant) a **označovaným** (signifié) (1996, s. 97). Bilaterálním pojetím znaku se míní vztah *formy*, tedy označujícího, a *významu*, tedy označovaného (Čermák, 2007, s. 25). Například slovo *stůl* je znakem zastupujícím známý kus nábytku (Čermák, 2007, s. 25). Mínil-li se znakem pouze forma, jde o *unilaterální pojetí znaku* (Čermák, 2007, s. 25). Podle Čermáka sám de Saussure používá pojetí obojí, v současné době však převažuje pojetí bilaterální (Čermák, 2007, s. 25).

De Saussure mluví o „*arbitrární povaze znaku*“ (de Saussure, 1996, s. 97 a 105). Označující však podle něj nezávisí na „*svobodné volbě mluvčího*“, jak předpokládá intencionální pojetí reprezentace reality (de Saussure, 1996, s. 99). De Saussure argumentuje, že „*není v moci jednotlivce změnit znak, který je jednou určitou jazykovou skupinou stanovený*“ (1996, s. 99). Znak je podle de Saussura „*nemotivovaný, tj. arbitrární ve vztahu k označujícímu, s nimž nemá v realitě žádnou přirozenou vazbu*“, jak předpokládá pojetí reflexivní (1996, s. 99). De Saussure dokonce přímo zdůrazňuje, že nejde o „*spontánní vyjádření reality, diktovan[é] takřikajíc přírodou*“ (1996, s. 99).

Pro reprezentaci reality je důležitá signifikace, tj. „*sémiotický vztah znakové formy a významu, resp. signifiant a signifié*“ (Čermák, 2007, s. 282). Prostřednictvím procesu signifikace dochází ke spárování konceptů (tzv. „*obrazů v hlavě*“) a znaků (Reifová, 2004, s. 212). Znakový systém neboli kód řídí tyto signifikační vztahy, umožňuje nám jazykově

„uchopit“ realitu a následně komunikovat s jinými lidmi (Reifová, 2004, s. 212). Pochopitelně vždy jde o realitu zprostředkovanou (Reifová, 2004, s. 212). Tento mechanismus „zajišťuje společensky sdílenou koordinaci určitého konceptu s daným úsekem skutečnosti označeným určitým označujícím“ (Reifová, 2004, s. 212).

Hall chápe reprezentaci jako „klíčovou součást procesu, jehož prostřednictvím jsou [pomocí jazyka nebo jiného znakového systému] vytvářeny a sdíleny významy mezi členy určité kultury“ (1997, s. 15). Rozlišuje dva „**systémy reprezentace**“, které jsou navzájem propojené (Hall, 2013, s. 5). První nám podle Halla umožňuje formovat významy („dávat světu smysl“) prostřednictvím utváření spojů mezi světem, který nás obklopuje – patří sem lidé, předměty, události, ale i abstraktní myšlenky – a našimi mentálními koncepty (obrazy v hlavě), kterým Hall říká „konceptuální mapy“ (2013, s. 5). Druhý systém reprezentace je podle Halla závislý na utváření spojů mezi našimi konceptuálními mapami a znaky uspořádanými do jazyků (kódů), které tyto koncepty zastupují nebo reprezentují (2013, s. 5). Vztah mezi věcmi, koncepty a znaky je podle Halla hlavním bodem ve vytváření významů v jazyce (2013, s. 5). Proces, který spojuje tyto tři různé prvky (věci, koncepty a znaky) je podle Halla to, co nazýváme „**reprezentací**“ (2013, s. 5). Jednoduše řečeno, Hall definuje reprezentaci jako „*produkcí významu prostřednictvím jazyka*“ (2013, s. 14). Bílek konstatuje, že přechod po těchto spojích se koná pomocí kódů a významy jsou vytvářeny, komunikovány a interpretovány díky procesům kódování a dekódování významů (2012, s. 27). Bílek dodává, že fungování kódů se děje „*spíše ve volném režimu společenských konvencí než ve striktním režimu daných zákonitostí a neporušitelných pravidel*“ (2012, s. 27). Tyto systémy či kódy lze chápat jako souhrn pravidel umožňující vytvářet smysluplné kombinace znaků a dále je „číst“ neboli dekódovat (Mitchell, 1995, s. 13). Zatímco de Saussure zakládá své pojetí na arbitrarnosti a stabilitě systému, Hall podle Bílka „*klade důraz na aktivní lidskou činnost, produkující signifikace, tedy významy, a neustálé proměny významů – jak prostorově (z kultury do kultury), tak i časově (z jedné éry do jiné) koncipované*“ (2012, s. 26-27). Hall podle Bílka „*rozvíjí konstrukční pojetí reprezentace, v němž kultura je chápána jako procesuální činnost, a nikoli jako sféra pozoruhodných stabilních a autonomních výsledků*“ (2012, s. 27). Hall propojuje saussurovské sémiotické pojetí konstrukcionistické teorie reprezentace reality s pojetím diskurzivním, které je spojováno s francouzským filozofem a historikem Michelelem Foucaultem (Bílek, 2012, s. 27). Jak píše Bílek, „*dichotomie typu označující/označované či langue/parole, tedy kategorie binárně opozičních diferencí, jsou zde doplněny*

o nesytemové a nebinární pojmy diskurzivní vytváření, „režim pravdy“, moc/vědění atd.“ (2012, s. 27).

Americký profesor W. J. T. Mitchell ve svém díle *Representation* (1995) rozlišuje čtyři „*dimenze reprezentace*“. Podle něj se vždy reprezentuje někdo nebo něco (1) někým nebo něčím (2) pro někoho (3), přičemž reprezentace vždy mají svého tvůrce (4) (Mitchell, 1995, s. 12). V této souvislosti dále mluví o „ose reprezentace“ (například trocha barvy na plátně reprezentující kámen) a „ose komunikace“ propojující tvůrce reprezentace s příjemci, kteří rozumějí tomu, že barva na plátně označuje kámen (Mitchell, 1995, s. 13). Křížení těchto dvou os podle Mitchella představuje potenciální problém: reprezentace zasahuje do komunikace mezi tvůrcem a příjemcem, v důsledku čehož může docházet k nepochopení, mohou se také objevovat chyby a dokonce nepravdy (1995, s. 13). Reprezentace tak může být jak komunikačním prostředkem, tak komunikační překážkou (Mitchell, 1995, s. 13).

1.2 Mediální reprezentace

V předchozí podkapitole byly shrnuty obecné poznatky týkající se teorií reprezentace reality. Zjistili jsme, že jazyk nefunguje na principu zrcadla a neodráží svět kolem nás přesně, jak předpokládá reflexivní či mimetické pojetí reprezentace (Hall, 2013, s. 14). Jazyk tedy není „*spontánní[m] vyjádření reality, diktovan[ým] [...] přírodou*“ (de Saussure, 1996, s. 99). Vzhledem k tomu, že „*není možné uchopit realitu přímo*“, vždy přicházíme do styku s realitou reprezentovanou neboli zprostředkovanou (de Saussure, 1996, s. 141). Jak píše de Saussure, „*naše myšlení, odhlédneme-li od jeho vyjádření slovy, [je] pouhou amorfní a nezřetelnou masou*“ (1996, s. 139). De Saussure argumentuje, že „*[p]ředem dané ideje neexistují a nic není zřetelného před objevením jazyka*“ (1996, s. 139). Ukázalo se také, že ani my jako jednotliví uživatelé jazyka nejsme schopni vytvářet významy samostatně (de Saussure, 1996, s. 141). Významy nezávisí na „*svobodné volbě mluvčího*“, jak předpokládá intencionální pojetí reprezentace (de Saussure, 1996, s. 99). De Saussure píše, že „*není v moci jednotlivce změnit znak, který je jednou určitou jazykovou skupinou stanovený*“ (de Saussure, 1996, s. 99). Teprve konstrukcionistický přístup k reprezentaci, jak se zdá, dokáže vysvětlit, jak dochází ke vzniku významů. Významy totiž vznikají právě prostřednictvím procesu reprezentace a jsou dočasně konstruovány za pomoci procesu signifikace – tj. vytváření významů (Hall, 2013, s. 14). Podle konstrukcionistické teorie, jedinci používají znaky uspořádané do

jednotlivých kódů neboli znakových systémů, ke kterým mimo jiné patří i jazyk (Hall, 2013, s. 14). Tyto znaky zastupují, odkazují, symbolizují nebo *reprezentují* věci, osoby, události a v podstatě všechno, co je součástí materiálního světa (Hall, 2013, s. 14). Ovšem znaky mohou také reprezentovat i věci fiktivní, imaginární nebo abstraktní (Hall, 2013, s. 14). De Saussure také zdůrazňuje arbitrárnost znaků, což znamená, že signifikační vztahy (neboli spárování konceptů a znaků) nemají „v *realitě žádnou přirozenou vazbu*“, tj. jsou nemotivované (1996, s. 99). Proces signifikace je pro reprezentaci reality zásadní a závisí podle Halla na dvou propojených systémech reprezentace – mentální reprezentace neboli „významové mapy“ (koncepty v naší mysli), které klasifikují a organizují svět na smysluplné kategorie, a jazyk (nebo jiný znakový systém) umožňující sdílet a interpretovat (neboli kódovat a dekódovat) koncepty s jinými lidmi (2013, s. 14). Kódy jsou pro reprezentaci klíčové; vyplývají ze společenských zvyklostí a jsou nedílnou součástí naší kultury nebo – jak říká Hall – našich sdílených významových map (2013, s. 14). Významové mapy si podle něj osvojujeme odmala a přijímáme je za vlastní, čímž se stáváme členy naší kultury (Hall, 2013, s. 14). Jak tyto poznatky ovlivňují mediální reprezentaci? Jak média reprezentují lidi? Na tyto a další otázky týkající se mediální reprezentace se pokusím odpovědět v této podkapitole.

Obecně řečeno, média mají tendenci zobrazovat svět určitým ustáleným způsobem (Trampota, 2006, s. 91). Způsoby, kterými média znázorňují určité myšlenky, události, sociální skupiny či témata, se nazývají *mediální reprezentací*. Už v předchozí podkapitole zaznělo, že vytváření dodatečného významu je nevyhnutelnou součástí procesu reprezentace (Reifová, 2004, s. 213). Není-li pro člověka obecně možné přijít do styku s původní, nereprezentovanou realitou (viz de Saussure, 1996, s. 141), logicky z toho vyplývá, že to nemůžeme očekávat ani od médií. Svět zobrazovaný v médiích tudíž není skutečným světem; není to „*skutečný originál, nýbrž je to jedna z možných verzí jeho výkladu či zpracování*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 123). Jinými slovy, media realitu neprezentují, ale vždy *reprezentují* (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 35). Otázka „*odklonu masových médií od skutečnosti*“ je v současné době považována za obzvláště aktuální (Reifová, 2004, s. 213).

Problematika **mediálního zprostředkování reality** je předmětem zájmu řady studií. V českém prostředí se touto problematikou zabývají Barbora Köpplová a Jan Jirák. Mediální zprostředkování reality neboli medializaci označují jako „*proces, při němž mezi*

dvě strany vstupuje nějaký prostředník, aby ovlivnil či zajistil vztah mezi nimi“ (Jirák, Köpplová, 2003, s. 42). Jirák se mediálnímu zprostředkování reality věnuje i s britským odborníkem na filmová a mediální studia Graemem Burtonem v jejich společném díle *Úvod do studia médií* (2001). Média podle nich „*nevyhnutelně mění všechno, čeho se zmocňují*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 123). Jak uvádí Burton a Jirák, máme „*sklon zapomínat, že „reálně“ vypadající obrázek je ve skutečnosti jen verzí reality*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 124). Samotný koncept medializace by podle autorů měl sloužit jako připomínka, že médiu zprostředkované obsahy jsou pouze zastupující (Burton, Jirák, 2001, s. 124). Jde podle nich o určitý druh reprezentace a konstrukce, nikoliv o původní materiály (Burton, Jirák, 2001, s. 124). Protože, jak uvádí Burton a Jirák, medializace je neodstranitelnou vlastností mediální komunikace, je důležité analyzovat „*motivy a způsoby [medializace] – možnost výběru, procesy rozhodování při konstruování produktu a možné příčiny konkrétních rozhodnutí*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 124). Mediální obsahy jsou podle autorů „*uměle sestavené (zkonstruované) ze znaků tvořících nějaký kód nebo soubor kódů*“; je do nich vždy „*zabudovaný nějaký výklad a nějaké hodnocení*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 124). Za medializaci je kromě toho také považován „*proces zprostředkování nějakého společensky akceptovaného poznání a kulturních hodnot prostřednictvím nějakého institucionalizovaného činitele k publiku (takovým činitelem mohou být nejen média, ale také např. škola)*“ (Jirák, Köpplová, 2003, s. 42). Je důležité si uvědomit, že opakováním procesu medializace podle Burtona a Jiráka vznikají „*dobově platné komunikační normy*“ (2001, s. 125). Média také přispívají k tomu, že dosavadní rozdělení moci ve společnosti vnímáme jako platné a dokonce „*přirozené*“ (Jirák, Köpplová, 2003, s. 42). Jinými slovy, média a mediální organizace jsou prostředníkem mezi námi, konzumenty, a skutečnými příběhy, událostmi a obrazy, přičemž, konzumujeme-li mediální obsahy, osvojujeme si i společností uznávané hodnoty a rozdělení moci. K této problematice se vrátíme v podkapitole 1.3.

Na základě poznatků z předchozích podkapitol můžeme tvrdit, že mediální reprezentace je odrazem toho, jak je realita vnímána (konstruována) médiu (Hall, 2013, s. 10-11). Při analýze mediální reprezentace je třeba vycházet z představy, že mediální „*realita*“ (verze reality zobrazovaná médiu) je závislá na „*sociálních pozicích, zájmech a cílech*“ osob, které stojí za její produkcí (Fairclough, 1995, s. 104). Podle Fairclougha proces mediální reprezentace je spjat s konstrukcí vztahů a identit (1995, s. 103).

1.2.1 Reprezentace lidí v médiích

V mediálních produktech nacházíme „*převažující reprezentace lidí*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 185). Otázkám reprezentace lidí v médiích se dlouhodobě věnuje britský profesor filmových studií a mediální teoretik Richard Dyer. Ve své eseji *Taking Popular Television Seriously* (1985) Dyer hovoří o čtyřech významech slova reprezentace, které nám umožňují hlubší vhled do problematiky reprezentace reality a pochopení souvislostí mezi reprezentací lidí v médiích a rozdělením moci ve společnosti.

První význam spočívá v *re-representaci* neboli znovu zobrazení reality (Dyer, 1985, s. 44). Re-representace předpokládá existenci reálného světa, ale naše vnímání tohoto světa je vždy ovlivněno způsobem, kterým je svět re-representován (Dyer, 1985, s. 44). Dyer dodává, že žádné jiné možnosti vnímání světa nejsou možné, ale podstatné je spíše to, *jakým způsobem* je svět re-representován, ne samotný fakt, že re-representace je nevyhnutelná (1985, s. 44-45).

Druhým významem je *reprezentativnost* (Dyer, 1985, s. 45). Dyer klade otázku, nakolik je reprezentace žen a mužů či různých sociálních a etnických skupin v médiích *typická* (1985, s. 45). Reprezentativnost se zaměřuje na to, zda mediální obraz odpovídá tomu, jaké tyto sociální skupiny doopravdy jsou (Dyer, 1985, s. 45). Podle Dyera typizace je pro komunikaci nezbytná a stereotypy nemusí být nutně negativní (Dyer, 1985, s. 45). Problematické není to, že máme typické reprezentace osob v médiích, ale to, jaké tyto reprezentace jsou a zda jsou pro dotyčné sociální skupiny škodlivé (Dyer, 1985, s. 45).

Třetí význam reprezentace je *zastupování* [někoho někým jiným] (Dyer, 1985, s. 45). Tento význam je pro tuto diplomovou práci nejdůležitější. Podle Dyera při pohledu na obraz ženy v médiích bychom se měli neustále ptát „*Čí pohled je tady předveden?*“ a ve většině případů je to pohled mužů (1985, s. 45). Totéž platí pro jiné sociální skupiny, vyloučené z hlavního proudu naší společnosti (Dyer, 1985, s. 45).

Poslední význam je spojen s *interpretací* mediálních obrazů příjemci (Dyer, 1985, s. 45). Lidem se totiž vlivem společenských institucí (hlavně školství) odmala vnucuje „ideální“ pochopení reprezentace (tzv. „preferované čtení“), což limituje možnost alternativního „čtení“ reprezentací (Dyer, 1985, s. 45). Mediální reprezentaci je proto vhodnější chápat ne jako znázornění lidí a sociálních skupin samotných, nýbrž jako znázornění určitých *pohledů* na ně (Burton, Jiráček, 2001, s. 187). Burton a Jiráček uvádí, že „*[z]akořeněné a médií sdílené stereotypy jsou zdrojem informací o společnosti, v níž média působí*“ (2001, s. 186-187). Tyto zpravidla negativní pohledy na lidi se učíme vnímat jako charakteristické pro

danou skupinu, zatímco alternativní pohledy odmítáme (Burton, Jirák, 2001, s. 187).

Právě tato skutečnost hraje podle australských mediálních teoretiků Colina Stewarta a Adama Kowaltzkeho klíčovou roli v procesu reprezentace. Reprezentace podle nich vyžadují jednak jejich „správné“ pochopení (tedy dekodování určitými preferovanými způsoby), jednak náš souhlas s tím, co je reprezentováno (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36). V závislosti na konkrétním publiku jsou jiné interpretace do jisté míry také možné (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36). Reprezentace podle Stewarta a Kowaltzkeho operuje následujícími způsoby:

- **Reprezentace se skládá z opakujících se prvků.** Čím více se tyto prvky opakují, tím více se bude reprezentace jevit jako „přirozená“ a „normální“ (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36).
- **Publikum je vyzýváno k tomu, aby reprezentace rozpoznalo a s některými z nich se dokonce i ztotožnilo.** Pokud se nám nějaká reprezentace jeví jako pravdivá a odpovídá našemu názoru na to, kdo jsme, můžeme se s touto reprezentací ztotožňovat (například s hrdinou filmu). Avšak pokud vnímáme reprezentované události či osoby jako cizí či odlišné od nás (obraz zloděje), pouze je *rozpoznáme* a neztotožňujeme se s nimi (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36).
- **Média vytvářejí kategorie (lidí, událostí a myšlenek).** Tyto kategorie (například „nezaměstnaný“, „starý“, „podnikatel“ atd.) se stávají součástí našeho myšlenkového procesu a zpravidla nemáme potíže „správně“ zařadit nějakou osobu, událost nebo myšlenku do příslušné kategorie na základě jejich reprezentace (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36).
- **Reprezentace obsahují něčí pohledy na reprezentovanou osobu, událost a věc.** Veškeré reprezentace mají zabudované hodnotové soudy svých tvůrců, protože jsou jimi vybírány a konstruovány (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36).
- **Reprezentace jsou někomu adresovány.** Za zdánlivě přirozeným způsobem „oslovení“ publika stojí skrytá představa o tom, kdo jsme. Například reportáž o mládeži může vycházet z předpokladu, že diváci jsou spíše lidé středního věku, než mladí lidé (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 36-37).

Podle Stewarta a Kowaltzkeho je k mediálním reprezentacím třeba přistupovat kriticky, což předpokládá zodpovězení následujících otázek (2007, s. 36): *Kdo je jejich autorem? Kdy byly vytvořeny (sociální a historický kontext)? Za jakým účelem? Pro koho je daná*

reprezentace výhodná a čím pohled odráží? Pro koho daná reprezentace není prospěšná a čím názor není zohledněn? Kdo nebo co není reprezentován(o)?²

Jinými slovy, všechno, co se děje ve společnosti, ovlivňuje mediální reprezentace, protože ani reprezentace, ani my (a autoři mediálních obsahů zodpovědní za konstruování a šíření reprezentací) neexistujeme ve vakuu (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 38). Reprezentace podle Stewarta a Kowaltzkeho jsou produktem našeho společenského a kulturního prostředí (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 38).

1.2.2 Úrovně reprezentace

Podle Burtona a Jiráka lze uvažovat o třech rovinách reprezentace lidí a sociálních skupin v médiích: „V každé rovině je reprezentace o něco zjednodušenější, hrubší, obecnější, (snad i klišovitější) a více orientovaná na hodnotové poselství stojící v druhém plánu mediovaného textu“ (2001, s. 188). Rozlišujeme tedy typy, archetypy a stereotypy. Tato diplomová práce se bude nejvíce věnovat stereotypům. Nicméně se domnívám, že pro jejich lepší pochopení je potřeba stereotypy zařadit do kontextu, proto se v následující části pokusím i o krátké shrnutí typů a archetypů.

1.2.2.1 Typy

Burton a Jirák uvádí, že „[t]ypy jako postavy jsou prezentovány jako jedinečné lidské bytosti, ale charakteristické jsou více tím, co reprezentují (tedy „typizují“), než tím, že by to byly jedinečné lidské bytosti“ (2001, s. 188). Typy „neexistují v reálném světě“ (Lacey, 1998, s. 133) a „zpravidla se nevyvíjejí v stereotypy“ (Burton, Jirák, 2001, s. 188). Důvodem je podle Burtona a Jiráka to, že „zobecnující rysy typů nejsou tak zřetelně zvýrazněné a jejich jedinečnost zůstává nedotčena“ (2001, s. 188). Dalším možným vysvětlením je podle nich to, že typy – na rozdíl od stereotypů – jsou příliš prokreslené do hloubky a chybí jim frekvence opakování, která by mohla zajistit posílení zobecnujících charakteristik (Burton, Jirák, 2001, s. 188).

1.2.2.2 Archetypy

Archetypy jsou podle Burtona a Jiráka velmi vyhraněné typy (hrdinové, hrdinky či padouchové) (2001, s. 190). Vyskytují se ve více žánrech, ve filmech, v literatuře,

² Opomíjení anebo nepřítomnost určitých skupin, myšlenek a událostí v médiích také reflektuje názory tvůrců mediálních obsahů a dominantních skupin ve společnosti.

a dokonce ve zpravodajství (v podobě „obrazu nepřítele“) (Burton, Jirák, 2001, s. 191). Do popředí archetypů podle Burtona a Jiráka vystupují nejjobecnější rysy postavy – odvaha, krása, dobro či zlo, přičemž je podstatné, aby zmíněné nejjobecnější rysy byly dostatečně prokreslené a tvořily rozhodující a nejvýraznější složku postavy (Burton, Jirák, 2001, s. 190-191).

1.2.2.3 Stereotypy

Jak již bylo zmíněno, pro tuto diplomovou práci budou nejpodstatnějším druhem reprezentace lidí a sociálních skupin právě stereotypy. Obecně vzato, mnoho lidí se při komunikaci s ostatními opírá o stereotypy. Ve své eseji *Stereotyping* Dyer (1977) vysvětluje rozdíl mezi typy a stereotypy. Díky existenci typů podle něj „dáváme světu smysl“, a to prostřednictvím procesu spárování jednotlivých objektů, osob a událostí a obecných klasifikačních kategorií, do kterých tyto objekty podle naší kultury spadají (Hall, 2013, s. 247). Například – vrátíme-li se k již použitému příkladu – nemáme problém poznat neboli *dekódovat* stůl, protože je nám znám jeho koncept nebo kategorie jako plochý předmět na čtyřech nohách, na který se dají odkládat další předměty (Hall, 2013, s. 247). Jinými slovy, jsme schopni poznat *konkrétní objekt* za základě jeho *typu* (Hall, 2013, s. 247). Dyer definuje typ jako jednoduchou, intenzivní, nezapomenutelnou, snadno uchopitelnou a široce rozpoznatelnou charakteristiku, ve které do popředí vystupuje jen několik rysů a vývoj či změny uvnitř typů jsou minimální (Dyer, 1977, s. 28).

Stereotypy tyto charakteristiky zachycují, redukují osobu pouze na tyto charakteristiky a následně je přehání a zjednodušují (Hall, 2013, s. 247). Jinými slovy, znaky stereotypizace jsou **redukování** lidí na několik základních charakteristických rysů, **naturalizování**, **esencializování** a **fixace odlišnosti** (Hall, 2013, s. 247). Dalším znakem stereotypizace je **oddělování** („splitting“) toho, co je ve společnosti považováno za normální a přípustné, od abnormálního a nepřijatelného (Hall, 2013, s. 247). To, co nespadá do normy, je odlišné a je procesem stereotypizace **vyloučeno** (Hall, 2013, s. 247-248).

Koncept typizace a stereotypizace tudíž podle Dyera slouží k definování „normy“ v rámci jednotlivých kultur – k „sociálním typům“ podle něj řadíme jedince, kteří se chovají „normálně“ a žijí podle pravidel stanovených společností, zatímco „stereotypy“ jsou těmito pravidly vyloučeny (Dyer, 1977, s. 29). Stereotypy jsou podle Dyera více rigidní než sociální typy (1977, s. 29). Stereotypizace redukuje lidi na několik jednoduchých

zásadních charakteristik, které jsou následně vydávány za přirozené (Hall, 2013, s. 247).

Podle Burtona a Jiráka jsou stereotypy „*zjednodušenou reprezentací nějakého lidského projevu, rysu či postoje*“ (2001, s. 188). Stereotypy podle nich vznikají opakováním (re-prezentací) téhož po řadu let, jak v médiích, tak v každodenní komunikaci (Burton, Jirák, 2001, s. 188-189). Autoři uvádí, že stereotyp „*deformuje původní předlohu, neboť je nejen zjednodušením, ale současně zjednodušené rysy přehání*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 189). Podstatná vlastnost stereotypů podle Burtona a Jiráka spočívá v tom, že je můžeme „*okamžitě poznat, obvykle díky výrazným detailům*“ (2001, s. 189). Autoři dále uvádí: „*K reprezentaci samotné bývá v komunikační praxi připojen i implicitní (nevyřčený) soud o vlastnostech reprezentovaného (skryté hodnotové sdělení). Stereotypy jsou konstitutivním prvkem sociální konstrukce reality – jsou především typizovanými nositeli soudů, postojů, názorů, případně předsudků*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 189). Burton a Jirák dále dodávají: „*Je nepochybné, že média mají velký vliv na šíření stereotypů. Nesmíme však zapomínat na to, že stereotypy nejsou vytvářeny (pouze) médii, nýbrž vznikají v každodenním životě jako součást společenského konstruování skutečnosti*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 189).

Původně byl výraz *stereotyp* použit americkým novinářem Walterem Lippmannem v roce 1922 jako tiskárenská metafora, kterou pojmenoval jako „*obrazy v našich hlavách*“ označující ostatní lidi (Jirák, Köpplová, 2003, s. 145). Lippmann ve svém díle *Veřejné mínění* uvádí, že mezi člověkem a reálným okolním světem stojí pseudosvět („*pseudo-environment*“) ovlivněný stereotypy (2015, s. 21). Uchopit reálný okolní svět v celé jeho komplexitě podle Lippmanna není vůbec možné; naše zkušenosti jsou omezené a osobně se setkáváme jen s malou částí světa (2015, s. 72). Neznámá část světa je pro nás totiž „*jedním velkým, kvetoucím a bzučícím zmatkem*“ (James, 1890, s. 488). Při pozorování něčeho či někoho „*vidíme hlavně to, co na dané téma už dávno máme v hlavě*“ (Lippmann, 2015, s. 79). Lippmann uvádí: „*Většinou nepostupujeme tak, že bychom se napřed podívali a potom definovali, ale naopak. Napřed definujeme a potom se díváme. Z velkého kvetoucího a bzučícího zmatku vnějšího světa si vybíráme, co už pro nás naše kultura definovala, a máme sklon vnímat vybrané ve formě stereotypu vytvořeného pro nás naší kulturou*“ (2015, s. 74). Svě pseudosvěty ovšem vnímáme jako „*realitu*“ (Lippmann, 2015, s. 108). Reagujeme tedy ne na samotné informace, ale na informace, které prošly skrz „*filtry*“ našich pseudosvětů (Lippmann, 2015, s. 77). Avšak naše reakce mají dopad na svět skutečný (Lippmann, 2015, s. 21).

Lippmann zmiňuje čtyři funkce stereotypů:

- **organizace a zjednodušení komplexní reality** (Lippmann, 2015, s. 73). Jak uvádí Dewey, „pokud si chceme vytvořit návyky jednoduchého vnímání věcí, je nutné neurčitým a proměnlivým objektům dodat: (1) jednoznačnost a odlišnost a (2) konzistenci nebo stabilitu smyslu“ (1910, s. 122);
- **ekonomie úsilí či „zkratky“** – vnímat všechno nově a ne jako typy není možné (Lippmann, 2015, s. 79). Daleko praktičtější je na základě jednoduchých typů si doplnit stereotypy, které nosíme v naší mysli (Lippmann, 2015, s. 80);
- **odraz skupinové mentality**, která je předávána od rodičů k dětem, až „téměř může připomínat biologický fakt“ (Lippmann, 2015, s. 83);
- **obrana našeho postavení ve společnosti** (Lippmann, 2015, s. 84). Stereotypy podle Lippmanna představují „obraz světa, na nějž jsme se adaptovali“ (2015, s. 84). Lippmann dodává, že narušení stereotypů můžeme vnímat jako „útok na základy našeho vesmíru“ (2015, s. 84).

Podle amerických sociologů Claire M. Renzetti a Daniela J. Currana, stereotyp je „označení pro zjednodušující souhrnný popis určité společenské skupiny“ (2003, s. 20). Stereotypy podle nich mohou mít pozitivní nebo negativní charakter a s každým stereotypem je – či alespoň v minulosti byla – spojována prakticky jakákoliv společenská skupina (Renzetti, Curran, 2003, s. 20). V médiích nacházíme reprezentace společenských skupin a jejich skupinových identit, přičemž se dá očekávat, že tam, kde nám chybí vlastní zkušenost s konkrétní skupinou, „skutečností“ se stává právě její mediální reprezentace (Jirák, Köpplová, 2003, s. 144). Stereotypy lze tedy chápat jako sociální třídění různých skupin a jejich reprezentování prostřednictvím zjednodušujících, neověřitelných a zobecnujících znaků, které s sebou přímo nebo nepřímo nesou hodnotové soudy a předpoklady související s dotyčnými skupinami (Jirák, Köpplová, 2003, s. 145).

V kognitivní psychologii se stereotypizací rozumí „další vývoj poznávacího procesu tříděním událostí, předmětů, jevů a zkušeností a jejich zařazování do zobecnujících kategorií“ (Jirák, Köpplová, 2003, s. 144). Tento proces spočívá jednak v určování zobecněných kategorií skupin lidí, jednak v přisuzování zobecněných, nediferencovaných charakteristik příslušníkům jednotlivých skupin (Jirák, Köpplová, 2003, s. 144).

Ve své knize *O povaze předsudků* (2004) profesor psychologie a sociálních věd na Harvardu Gordon W. Allport obecně vymezuje stereotyp takto: „Ať už pozitivní nebo

negativní, stereotyp je příliš silné přesvědčení spojené s nějakou kategorií. Jeho funkce spočívá v tom, že má ospravedlnit (racionálně vysvětlit) naše chování a postoj vůči této kategorii“ (2004, s. 215). Jednoduše řečeno, jde o nástroj, pomocí něhož se snažíme obhájit naše nekritické přijímání či kategorické odmítání určité skupiny lidí (Allport, 2004, s. 216). Podle Allporta naše antipatie ani nemusí vycházet ze skutečných skupinových vlastností (2004, s. 220). Koexistence slučitelných stereotypů se stereotypy, které se navzájem vylučují, je toho důkazem (Allport, 2004, s. 219). Allport uvádí: *„Jde spíše o to, že antipatie potřebuje nějaké ospravedlnění a že stačí jakékoli ospravedlnění, které zapadá do probíhajícího rozhovoru“* (2004, s. 220). V důsledku může docházet k paradoxu, kdy stejnou skupinu lidí odsuzujeme za to, že něco dělají, a zároveň i za to, že totéž nedělají (Allport, 2004, s. 220). Obecně vzato, stereotyp lze považovat za *„nástroj na třídění či výběr“* poskytující možnost zjednodušit naše vnímání a uvažování (Allport, 2004, s. 216). Tento nástroj podle Allporta umožňuje *„selektivní vnímání a selektivní zapominání“* (2004, s. 220). Masová média Allport vidí jako jeden z hlavních důvodů, proč stereotypy ve společnosti přetrvávají. Média podle něj stereotypy oživují, poskytují jim *„společenskou podporu“* a *„vtloukají do hlavy“* příjemcům (Allport, 2004, s. 225).

Stewart a Kowaltzke stereotypy považují za „extrémní“ a „vysoce odsuzující“ formu reprezentace (2007, s. 37). Opakováním zjednodušených a negativních obrazů dochází k tomu, že se tyto obrazy mohou jevit jako „přirozené“ (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 37). Vzniká tak začarovaný kruh, kdy je publikum vyzýváno k tomu, aby učinilo úsudek o lidech na základě reprezentace, která už je založena na předsudcích (Stewart, Kowaltzke, 2007, s. 37).

Stereotypy představují konsensus, který společnost dosáhla v pohledu na svět, a jsou manifestací dominantní ideologie (Burton, Jiráček, 2001, s. 190). Jak uvádí Burton a Jiráček, stereotypy bývají ve společnosti sdíleny a předávány, ale jsou to právě média, kdo má rozhodující vliv na jejich ustavování, šíření a posilování (2001, s. 190). Autoři argumentují: *„Stereotypy slouží k tomu, aby dodávaly vztahům a rozdělení moci ve společnosti zdání přirozenosti“* (Burton, Jiráček, 2001, s. 190). Například stereotypní mediální reprezentace žen podle Jiráčka a Köpplové posilují jejich závislé postavení ve společnosti a současně přispívají ke zdánlivé „přirozenosti“ genderové nerovnosti (2003, s. 190). Genderové stereotypy odrážející pohled dominantních skupin a institucí ve společnosti patří k nejsilnějším (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 145). Burton a Jiráček

argumentují, že „stereotypy nabývají své společenské platnosti (a stávají se skutečnými stereotypy), jen pokud se ustaví sdílené přesvědčení, že představují názor či postoj nějaké skupiny. Stereotypy mají tedy postavení shody, konsensu (a mnoho příslušníků skupiny v tomto procesu získává své postoje z již existujících stereotypů) a jako takové nejsou výrazem poznání světa, nýbrž nástrojem na posilování převažujících mocenských vztahů ve společnosti“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 190). Stereotypy tudíž jsou „zdrojem utváření předsudků a odsudků a hlavně reprezentují mocenské vztahy, napětí a konflikty, které jsou za nimi skryty“ (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 145).

Je třeba zde také zmínit dílo *Mytologie* (1957) francouzského sociologa Rolanda Barthes. Mýtus je v jeho pojetí nástrojem dominantní ideologie, který plní funkci „naturalizace významu“, tedy pomáhá podávat jisté ideje a skutečnosti jako „přirozený“ stav věcí nebo něco, co je „samozřejmé“ (2004, s. 8). Barthes vymezuje mýtus jako jistou „promluvu“ podléhající „pravomoci diskurzu“ (2004, s. 107). Jak uvádí Barthes, mýtus není definován „předmětem svého sdělení, ale tím, jakým způsobem toto sdělení vyslovuje“ (2004, s. 107). Mýtem může být jakékoliv verbální či vizuální sdělení; spadá sem jakákoliv signifikační jednotka či syntéza, tedy psaný jazyk, fotografie, film, článek, reportáž, sport, divadlo, reklama, ale i předměty, pokud něco *značí* (Barthes, 2004, s. 108-109). Barthesův mýtus je jednoduše něco „mající hodnotu něčeho jiného“ (2004, s. 112). Mýtus podle něj představuje „sekundární sémiologický systém“ budovaný na trojdimenzionálním schématu (označující, označované a znak) existujícím před tímto systémem (Barthes, 2004, s. 112). Znak primárního sémiologického systému se v sekundárním systému stává označujícím (Barthes, 2004, s. 112). Mýtus je tedy „metajazykem“ (Barthes, 2004, s. 113). Jak uvádí Barthes, mýtus má dvojí funkci: „označuje a dává na vědomí, vede k pochopení a cosi vnucuje“ (2004, s. 115). Barthesův mýtus je definován spíše svou intencí než svou doslovností (2004, s. 122). Jako příklad Barthes uvádí fotografii na titulní straně francouzského časopisu *Paris-Match*, na které je zobrazen mladý chlapec černé pleti oblečený do vojenské uniformy a vzdávající se zdviženými očima vojenský pozdrav (2004, s. 114). Na této fotografii podle Barthes není zobrazen pouze francouzský voják; tento *smysl* se podle něj *deformoval* a stal se pouhou *formou*, která označuje francouzský imperialismus (2004, s. 114-123). Fotografie salutujícího černocho nám tedy chce sdělit, jak píše Barthes, že „Francie je velká říše, že všichni její synové bez ohledu na barvu pleti věrně slouží pod její vlajkou a že pomlouváčům, ohánějícím se údajným kolonialismem, se nemůže dostat lepší odpovědi než nadšení, s jakým tento černocho slouží svým takzvaným

utlačovateli“ (2004, s. 114).

1.3 Reprezentace a moc

V podkapitole 1.1 jsme se zabývali reprezentací reality a jejími hlavními teoriemi. V podkapitole 1.2 jsme propojili pojem „reprezentace reality“ s pojmy „mediální zprostředkování reality“ a „mediální reprezentace“. V těchto předcházejících dvou podkapitolách už zaznělo, že mediální sdělení v sobě vždy obsahují soubor hodnot, postojů a názorů lidí, kterým patří rozhodovací moc (Burton, Jirák, 2001, s. 185). Věnovali jsme se také tomu, že média podporují tzv. *dominantní ideologii*, která je v mediálních sděleních přítomná, avšak skrytá, protože je podávána jako přirozený stav věcí (Burton, Jirák, 2001, s. 185). Média tím pádem vnášejí do sdělení dominující hodnoty společnosti, a to tak, že je vydávají za přirozenou součást reality (Burton, Jirák, 2001, s. 184-185). Podtrhli jsme také to, že skrz reprezentaci se projevuje (a do reprezentace se promítá) převládající ideologie – dominantní postoje, přesvědčení a hodnoty (Burton, Jirák, 2001, s. 188).

Vysvětlili jsme také, že v médiích existují převažující reprezentace lidí. Jak uvádějí Burton a Jirák, *„zakořeněné a médií sdílené stereotypy jsou zdrojem informací o společnosti, v níž média působí“* (2001, s. 186-187). Již samotný termín *reprezentace* podle Burtona a Jiráka naznačuje, že jednotlivci a sociální skupiny v médiích nejsou zobrazovány objektivně, nýbrž jsou *reprezentovány* z hlediska pohledů dominantních skupin ve společnosti na tyto jednotlivce či sociální skupiny (2001, s. 187). Jak uvádí Bílek, koncept reprezentace potlačující představu nápodoby reality a přinášející ideu konstruování *„umožňuje věnovat pozornost nejen tomu, co a jak ze sféry aktuálního světa je zobrazováno, ale i tomu, co je potlačováno, eliminováno, ale hlavně tomu, jak je výsledný obraz konstruován a jak mu má/může být rozuměno“* (2012, s. 27). Tento posun podle Bílka posiluje vnímatelský subjekt a umožňuje alternativní interpretace; diskurzy podle něj konstruuji a reprezentují *„nejen stavy jevů a věcí, ale i očekávané způsoby rozumění“* (2012, s. 27). Tím se podle Bílka podílejí na konstrukci druhé roviny signifikace, která utváří *„obecně sdílená přesvědčení, konceptuální rámce a hodnotová uspořádání, tedy sféru společenské ideologie“* (2012, s. 27). Média tím pádem učí příjemce akceptovat pohledy dominantních skupin na lidi jako normální a alternativní pohledy považovat za deviantní či nenormální (Burton, Jirák, 2001, s. 187). Podle Burtona a Jiráka tyto pohledy šířené médiem mnohdy mají negativní konotaci, protože v mediální reprezentaci je zakotvená převládající ideologie, tedy dominantní postoje, přesvědčení a hodnoty

(Burton, Jirák, 2001, s. 187-188).

Zmínili jsme se taky, že mediální reprezentace osob a sociálních skupin může mít charakter typů, archetypů a stereotypů. Hall v této souvislosti uvádí, že „*ke stereotypizaci dochází tam, kde existuje nerovné rozdělení moci*“ (2013, s. 248). Jinými slovy, stereotypizace ústí z nerovností ve společnosti. Nyní bych veškeré poznatky týkající se mediální reprezentace ráda doplnila o některé úvahy o mocenských vztazích.

Hall uvádí, že moc je zpravidla namířena proti podřízené či vyloučené skupině (2013, s. 248). Podle Dyera je jedním z aspektů této moci tzv. *ethnocentrismus*, který je definován jako „*aplikace norem něčí kultury na jiné kultury*“ (Brown, 1965, s. 183). Stanovení normy (toho, co je považováno za „normální“) pomocí sociálních typů a stereotypů je podle Dyera jedním ze způsobů, jak se manifestuje záměr vládnoucích skupin modelovat celou společnost podle vlastních představ, hodnot a ideologie (1977, s. 30). Jejich pojetí normy začíná být vnímáno celou společností jako „přirozené“ a „nevyhnutelné“, což umožňuje budování **hegemonie** (Dyer, 1977, s. 30). Hegemonií *Slovník mediální komunikace* definuje jako „*proces působení mocenských praktik, jimiž vládnoucí skupiny ve společnosti udržují status quo preventivním budováním souhlasu podřízených skupin se společenským řádem*“ (Reifová, 2004, s. 73). Jandourek hegemonii definuje jako „*[s]chopnost vládnoucí třídy podřídít si ovládané třídy, aniž by k tomu bylo nutné použít prostředků násilí*“ (2012, s. 95). Hall argumentuje, že tato nadvláda působí na lidi jako „přirozená“ a „nevyhnutelná“ (2013, s. 248).

Roli médií v udržování mocenských vztahů ve společnosti se věnoval italský marxistický filozof Antonio Gramsci (právě s ním je spojován termín „hegemonie“). Podle Gramsciho názoru na budování hegemonie se podílí nejenom stát, ale i občanská společnost („civil society“) a její instituce, mezi které mimo jiné patří náboženství, školství a média (Bates, 1975, s. 352). Hegemonie tedy předpokládá nejen „dominanci“, ale i „intelektuální vůdcovství“, které zajišťuje přesvědčivé prosazování norem vládnoucích skupin jako „přirozené“ a „neměnné“ (Reifová, 2004, s. 73).

Na Gramsciho myšlenky navazoval další marxista – francouzský filozof Louis Althusser, který označil média jako „*nositele hegemonie*“ (Reifová, 2004, s. 73). Média řadí k „privátním“ organizacím („private domain“), které přispívají k udržování hegemonie (Althusser, 1970, s. 144). Althusser rozlišuje dvojí státní aparát – ideologický a represivní. *Státní aparát ideologický* zajišťuje prosazování hegemonie nenásilnou, indoktrinační

cestou (Reifová, 2004, s. 240). Média jsou podle Althussera jedním z hlavních prostředků státního aparátu ideologického (Reifová, 2004, s. 240). *Státní aparát represivní* zajišťuje udržování moci s užitím fyzické síly, otevřeného násilí a nátlaku prostřednictvím takových státních institucí jako policie, armáda a státní bezpečnost (Reifová, 2004, s. 240). Podstatnou složkou hegemonie je proces *naturalizace*³ (Reifová, 2004, s. 74). Když je reprezentace podávána jako „zdravý rozum“ (něco, co je přirozené a obecně platné), ideologie stojící v pozadí zůstává bez povšimnutí a určitá reprezentace se stává jedinou možnou (Reifová, 2004, s. 240).

Problematice mediální reprezentace a rodovosti médií se věnují M. Gigi Durham a Douglas M. Kellner ve své knize *Media and Cultural Studies* (2006). Durham je profesorkou žurnalistiky a masové komunikace na University of Iowa. Zabývá se primárně otázkami rasy, sociálního postavení a sexuality. Kellner působí na University of California a je autorem mnoha knih zabývajících se médii, sociální teorií, politikou, historií a kulturou, mezi které patří *Television and the Crisis of Democracy* (1990), *The Persian Gulf TV War* (1992), *Media Culture* (1995) a *Media Spectacle* (2003). Durham a Kellner poukazují na přítomnou dominantní ideologii v mediálních obsazích a pracují s termínem „*politika reprezentace*“ („politics of representation“). Podle jejich názoru, veškeré mediální produkty jsou předpojaté, pronásledují něčí zájmy a obsahují zakořeněné hodnoty a postoje svých tvůrců a dominantních sociálních skupin (Durham, Kellner, 2006, s. xiv). Každý mediální produkt (včetně těch, které plní zábavní funkci) podle nich obsahuje určité reprezentace, přičemž reprezentace určitých skupin v médiích mohou být extrémně škodlivé. Podle Durham a Kellnera média dokážou nejenom šířit ideologii vládnoucích sociálních skupin a institucí, reprodukovat vztahy nadvlády a podřízenosti přítomné ve společnosti, ale i oponovat jim (2006, s. xiv). Studium mediálních obsahů a mediální reprezentace podle Durham a Kellnera nám pomáhá odhalit přítomnost ideologií, které podporují zájmy dominantních sociálních skupin. Ty jsou v médiích prezentovány zpravidla pozitivně, dokonce idealizovaně, zatímco představitelé podřazených skupin jsou zobrazováni negativně a předpojatě (Durham, Kellner, 2006, s. xv).

³ Více o naturalizaci píše Barthes (2004), Bourdieu (2000) a Hall (2013).

1.4 Funkce médií

Protože ve své diplomové práci vycházím z předpokladu, že média přispívají k šíření negativních reprezentací a škodlivých genderových stereotypů, ráda bych zde krátce shrnula, k čemu média vůbec slouží. Jak uvádí Burton a Jiráček, „*funkce médií se mění v závislosti na typu uspořádání společnosti, kulturním kontextu a sociálních, politických a ekonomických podmínkách*“ (2001, s. 140). Rozlišujeme normativní, deskriptivní a interpretativní pohled na funkci médií. Normativním pohledem rozumíme obecná očekávání týkající se toho, co by měla média dělat, deskriptivní pohled je představou o skutečném fungování médií a interpretativní pohled je to, co si myslíme, že dělají, přičemž média sama mají aktivní roli ve formulování těchto představ (Burton, Jiráček, 2001, s. 141-142). Mezi samotné funkce médií patří funkce zábavní, informační, kulturní, sociální a politická:

- **Zábavní funkce** – kromě toho, že nám média poskytují zábavu, dokážou také odvádět naši pozornost od „*vážných sociálních problémů a nerovností*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 142).
- **Informační funkce** – nejenže díky médiím získáváme důležité informace o světě, ale utváříme si i celkovou představu o jeho fungování (Burton, Jiráček, 2001, s. 142). Můžeme tedy konstatovat, že média mají moc nás vzdělávat a informovat o světě, ale zároveň i odvádět pozornost od jistých záležitostí (viz zábavní funkce).
- **Kulturní funkce** – média mají schopnost tvarovat a zachovávat naši kulturu (Burton, Jiráček, 2001, s. 142). Jak uvádí Burton a Jiráček, média „*udržují v oblasti kultury společnosti daný stav, ale také podporují vůli po změně a růstu*“ (2001, s. 142). Je-li součástí naší kultury ideologie založená na nerovném postavení žen a mužů, média tento stav společnosti zachovávají, přestože teoreticky mají schopnost zajistit společenskou změnu.
- **Sociální funkce** – tato funkce je pro tuto diplomovou práci nejdůležitější, protože média slouží jako socializační prostředek poskytující „*příklady života společnosti, jejího jednání, společenské interakce a společenských skupin*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 142). Burton a Jiráček uvádí, že média „*přispívají k naší socializaci*“ a nabízejí nám „*představy a vztahy, jejichž pochopení a zvládnutí [nám] pomáhá úspěšně jednat jako členům společnosti*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 142). Dá se tedy předpokládat, že negativní reprezentace a stereotypy přítomné v mediálních

obsazích přispívají k zachování statusu quo z hlediska genderové nerovnosti. Autoři dokonce přímo dodávají, že příklady interakcí zobrazovaných v médiích „vedou k tomu, že nabízené názhledy na společnosti [chápeme] jako přirozené“ a brání nám v tom, abychom „se chovali jinak a osvojovali si alternativní názory“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 143).

- **Politická funkce** – média nám pomáhají získávat přehled o politickém dění doma i ve světě (Burton, Jiráček, 2001, s. 143). Jak uvádí Burton a Jiráček, média mají schopnost „mobilizovat veřejné mínění“, což znamená, že mohou „přilákat pozornost k něčemu, o čem veřejnost doposud nepřemýšlela, a dokážou naznačit způsoby, jak na příslušné téma nahlížet“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 143). Tento potenciál médiím umožňuje utvářet veřejné mínění a vnučovat nám autoritu těch, kdo o našich životech rozhoduje (Burton, Jiráček, 2001, s. 143). Média mohou také plnit propagandistickou funkci (Burton, Jiráček, 2001, s. 143).

1.5 Gender a genderový řád

V této podkapitole se zaměřím na vymezení pojmů **gender** a **genderový řád**. Genderem rozumíme sociálně konstruovanou společenskou kategorii – obvykle dichotomicky dělenou na mužské a ženské neboli maskulinitu a femininitu – která se vytváří na základě lidského **biologického pohlaví**, tedy bytí ženou či mužem (Renzetti, Curran, 2003, s. 20). Britský sociolog Anthony Giddens zdůrazňuje, že pojmy *pohlaví* a *gender* je třeba rozlišovat (2013, s. 554). Pohlavím obecně rozumíme pouze anatomické a fyziologické vlastnosti definující mužské a ženské tělo, zatímco gender se vztahuje k sociálním, kulturním a psychologickým rozdílům mezi ženami a muži (Giddens, 2013, s. 554). Podle Renzetti a Currana je gender sociální konstrukcí; nejde tedy o vrozenou vlastnost či biologickou danost (2003, s. 20). Podle Giddense gender není „přímým produktem biologického pohlaví“ (2013, s. 554). Jandourek tvrdí, že „pokud jde o [sociální] chování, lidé se nerodí jako muži a ženy, ale musí se naučit jako muži a ženy jednat“ (2001, s. 90). Společensky definované charakteristiky genderu podle Renzetti a Currana nemusí vystihovat jednotlivce přesně (2003, s. 20). Nicméně předpoklady o genderu lidé obecně považují za platné a správné, a dokonce na nich zakládají rozdílný – a někdy i přímo protikladný – přístup k osobám ženského a mužského pohlaví ve společnosti (Renzetti, Curran, 2003, s. 20).

Představu, že jsou lidem ve společnosti předepisovány různé role na základě jejich pohlaví, nazýváme **genderovými rolemi** (Renzetti, Curran, 2003, s. 58). Svě místo tady nacházejí

i **genderové stereotypy** definované jako „*zjednodušující a paušalizující obecné popisy maskulinity a femininity*“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 58). Renzetti a Curran v této souvislosti mluví o **pohlavně-genderovém systému** naší společnosti. Popisují ho jako „*systém institucionalizovaných vlastností, způsobů chování a vzorců společenské interakce předepsaných členům společnosti na základě jejich pohlaví*“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 58). Pohlavně-genderový systém je podle nich založen na třech vzájemně propojených pilířích. Jak již bylo zmíněno, na základě biologického pohlaví jsou sociálně konstruovány dva dichotomní gendery, následně dochází k dělení práce na základě pohlaví jednotlivců a ke kontrole nad sexualitou ze strany společnosti a jejich institucí (Renzetti, Curran, 2003, s. 58-59). Tento systém funguje jako systém *společenské stratifikace*, kde jsou konstruovány odlišné vlastnosti přisuzované různým členům společnosti, tedy ženám a mužům (Renzetti, Curran, 2003, s. 21). Na základě těchto vlastností se od jednotlivců očekává, že budou vykonávat jisté činnosti; tyto činnosti však jsou oceňovány v nestejně míře (Renzetti, Curran, 2003, s. 21). Giddens dokonce chápe gender jako jeden z „*nejvýmluvnějších příkladů společenské stratifikace*“, přičemž neexistuje žádná společnost, kde by ženy měly větším vliv, status a ekonomickou moc než muži (2013, s. 424).

Francouzský sociolog, antropolog a filozof Pierre Bourdieu ve své studii *Nadvláda mužů* mluví o *sexuálním řádu a sexualizované kosmologii*. Tato kosmologie podle něj vychází ze „*sexuální topologie socializovaného těla, jeho pohybů a přesunů, jež okamžitě nabývají určitý sociální smysl*“ (Bourdieu, 2000, s. 11). Pohyb nahoru je například, jak uvádí Bourdieu, spojován s mužskostí, erekcí a horní polohou při sexuálním aktu (2000, s. 11). Vznikají tak podle něj jisté opozice – nahoře/dole, nad/pod, před/za, suchý/mokrý, tvrdý/měkký, jasný/temný, venku (na veřejnosti) / uvnitř (doma) atd. – jež odpovídají pohybům lidského těla (Bourdieu, 2000, s. 11). Dělení věcí a aktivit (sexuálních i jiných) podle Bourdieu vychází právě z těchto vnímaných opozic mezi maskulinem a femininem (2000, s. 11). Tato všeobecně uznávaná myšlenková schémata se mohou jevit jako něco objektivně existujícího a přirozeného, avšak ve skutečnosti kvůli těmto schématům dochází pouze k *naturalizaci* diferencí, které jsou následně udržovány při životě (Bourdieu, 2000, s. 11). Předsudky, které se rodí z těchto myšlenkových schémat, jsou vnímány jako přirozený chod světa, a může se zdát, že jsou neustále potvrzovány všemi biologickými a kosmickými cykly (Bourdieu, 2000, s. 11). Dělbá práce vycházející z této logiky pak vypadá jako něco „normálního“, „přirozeného“,

„nevyhnutelného“ a naprosto „v řádu věcí“, přičemž je přítomná ve všech sférách života – v soukromém životě, v celém sociálním světě a zároveň v našem vnímání, myšlení a jednání (Bourdieu, 2000, s. 12). Jak uvádí Bourdieu, „[s]íla maskulinního řádu je zřejmá z faktu, že tento řád nepotřebuje žádné ospravedlňování: androcentrické vidění se vnucuje jako neutrální a nevyžaduje žádné legitimující diskurzy“ (Bourdieu, 2000, s. 13). Sociální řád podle něj funguje jako „obrovská symbolická mašinerie vedená sklonem ratifikovat mužskou nadvládu, na níž je založena“ (Bourdieu, 2000, s. 13). Důkazem je podle něj strukturace činností a časového i místního prostoru na základě pohlaví lidí, kdy jsou vytvářeny opozice mezi veřejným a soukromým prostranstvím (Bourdieu, 2000, s. 13). Tím pádem biologické a anatomické rozdíly jsou zde využívány jako „přirozený“ důvod legitimující „sexuální“ dělbu práce a genderovou nerovnost (Bourdieu, 2000, s. 13).

1.5.2 Patriarchát

Základní sociologická definice patriarchátu je „nadvláda mužů nad ženami“ (Giddens, 2013, s. 989). Patriarchát jako systém mužské nadvlády je založen na utlačování a podřizování žen, které se uskutečňuje pomocí sociálních, politických a ekonomických institucí (Humm, 1995, s. 200). Renzetti a Curran definují patriarchát jako „pohlavně-genderový systém, v němž muži zaujímají nadřazené postavení vůči ženám“ (2003, s. 22). V patriarchálním pojetí světa jsou, jak uvádí Renzetti a Curran, „vlastnosti a činnosti vnímané jako mužské hodnoceny výše než ty, které jsou vnímány jako ženské“ (2003, s. 22). Bourdieu dokonce píše: „Není vsutku nijak přehnané říci, že mužství je něco jako šlechtictví“ (2000, s. 56). Tytéž činnosti jsou podle Bourdieu hodnoceny asymetricky, v závislosti na tom, zda je vykonává muž nebo žena (2000, s. 56). Důvodem je podle něj to, že každá aktivita se automaticky považuje za „kvalifikovanou“, když ji vykonává muž; můžeme tento dvojí standard pozorovat například na rozdílech mezi slovy *couturier* (módní návrhář) a *seamstress* (švadlena) nebo *chef* (šéfkuchař či „zkušený kuchař“,⁴ který řídí kuchyň v restauraci) a *cook* (kuchařka či pouze „osoba, která připravuje jídlo“⁵) (Bourdieu, 2000, s. 56).

Všechny existující společnosti jsou patriarchální, ale mohou se lišit mírou a povahou

⁴ Definition of chef, In: *Merriam-Webster* [online]. [cit. 2018-03-03]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/chef>

⁵ Definition of cook, In: *Merriam-Webster* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cook>

mužské dominance (Giddens, 2013, s. 989). Americká antropoložka Margaret Mead ve své studii *Sex and Temperament in Three Primitive Societies* (1935) ukázala, že konstrukce genderu zdaleka nejsou tak univerzální, jak se může zdát. Existují kultury (například kmen Tchambuli z Papuy-Nové Guineje), kde jsou genderové normy přímo opačné tomu, co je považováno za normu u nás; ženy zde jsou dominantními, neosobními, řídicími partnerkami, zatímco muži jsou emočně závislí a méně odpovědní (Mead, 1935, s. 38).

Neznamená to však, že dané společnosti lze považovat za matriarchální v tradičním pojetí tohoto slova (Renzetti, Curran, 2014, s. 63-64). Americká antropoložka Peggy Reeves Sanday ve své knize *Women at the Center: Life in a Modern Matriarchy* (2002) zpochybňuje, zda je vůbec vhodné definovat matriarchát jako opak patriarchátu. Takové pojetí matriarchátu – tedy očekávání, že ženy v matriarchálních společnostech musí nutně mít nadřazené postavení vůči mužům – je podle Sanday androcentrické (2002, s. x-xi). Sanday argumentuje, že definovat sociální řád zaměřený na ženy jako zrcadlově převrácený patriarchát je stejné jako tvrdit, že přínos žen pro společnost a kulturu je hoden speciálního pojmenování jen pokud se ženy chovají jako muži (2002, s. xi). Místo matriarchátu jako opaku patriarchátu můžeme mluvit o řadě dokumentovaných historických i soudobých *matrifokálních* a *matricentrických* společnostech, které nezakládají na ženské dominanci, ale na genderovém egalitářství, tedy rovnosti obou pohlaví (Renzetti, Curran, 2014, s. 64; Sanday, 2002, s. xi).

Co se týče patriarchálních společností, je nutné dodat, že ne všichni muži jsou zvýhodňováni ve stejné míře a ne všechny ženy jsou stejnoměrně znevýhodňovány (Renzetti, Curran, 2003, s. 22). Intersekcionalní přístup ke zkoumání sociálních nerovností předpokládá zohlednění dalších aspektů diskriminace, především rasy, ale i třídy, sexuální orientace atd. (Crenshaw, 1989, s. 149). Jedním z hlavních cílů feministických hnutí je boj proti patriarchálním institucím (Giddens, 2013, s. 989).

1.5.3 Sexismus

Cílem této diplomové práce je zjistit, jak je reprezentována nerovnost mezi ženami a muži ve vybraných českých lifestylových časopisech pro muže. Genderovou nerovnost budu zkoumat na projevech sexismu. Proto bych se nyní ráda podrobněji zaměřila na vymezení tohoto pojmu. Co je tedy sexismus? Jandourek obecně vymezuje sexismus jako „*předsudky a diskriminac[i] vůči osobám určitého pohlaví*“ (2007, s. 213). Ačkoliv to z této základní definice nevyplývá, pojmem sexismus většinou označujeme

„chování zaměřené vůči ženám“ nebo „nekritické vyzdvihování mužské role“ (Jandourek, 2007, s. 213). Podle Jandourka jde o spojení ideologické diskriminace a ekonomického zneužívání vycházející z konzervativních nebo dokonce fašistických postojů (2007, s. 213-214). Američtí sociologové Nijole V. Benokraitis a Joe R. Feagin sexismus označují za druh diskriminace (1995, s. 39). Jejich pojetí sexismu spočívá v „nerovném a škodlivém zacházení s lidmi z důvodu jejich pohlaví“ (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39). U Renzetti a Currana najdeme následující definice sexismu: „hodnocení jednoho pohlaví [zpravidla mužského] jako cennější než druhé“ (2003, s. 31) či „připisování rozdílné hodnoty mužskému a ženskému pohlaví“ (2003, s. 59).

Sexismus je vážným problémem, který se v každodenním životě často přehlíží. Podle Jandourka jsou indikátory sexismu následující: „horší vzdělání, znevýhodnění v profesní dráze, nižší mzda za stejnou práci, vyšší zastoupení v neatraktivních a špatně placených zaměstnáních, zkreslený obraz podávaný ve výchově, masových médiích a reklamě“ (2001, s. 213-214). Americká radikální feministka Andrea Dworkin chápe sexismus jako systematické kulturní, politické, sociální, sexuální, psychologické a ekonomické podřízení žen mužům a patriarchálním institucím (1974, s. 22, 161). Výsledkem je podle ní dichotomie maskulinity a femininity a polární rozdělování rolí na mužské a ženské (Dworkin, 1974, s. 153). Benokraitis a Feagin mluví o sociálně konstruovaném souboru postojů a praktik, které brání ženám v tom, aby dosáhly rovného společenského postavení ve srovnání s muži (1995, s. 39).

Rozlišujeme sexismus *internalizovaný* a *institucionalizovaný* (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39). Benokraitis a Feagin uvádí, že v současné době sexismus spočívá jednak v mizogynních předsudcích a stereotypech, jednak v moci mužů (vzhledem k jejich vyššímu zastoupení v rozhodovacích pozicích) tyto postoje implementovat do každodenního života v podobě diskriminačních praktik (1995, s. 39). Když tyto diskriminační praktiky převažují ve všech aspektech společnosti, můžeme hovořit o *institucionalizovaném* sexismu (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39). Přestože se oběťmi sexismu mohou stát i muži, řada výzkumů a zdrojů poukazuje na to, že většinou jde o diskriminaci žen (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39). Bytí ženou je podle Benokraitis a Feagina nejvěrnějším indikátorem pravděpodobnosti diskriminace (1995, s. 39). Muži zpravidla nebyvají diskriminováni jen proto, že jsou muži – naopak, bytí mužem dokáže „neutralizovat“ negativní následky jiných druhů diskriminace (Benokraitis, Feagin, 1995,

s. 39). Naproti tomu se podle Benokraitis a Feagina ženy běžně setkávají s nerovným zacházením pouze proto, že jsou ženami, a nezávisle na dalších faktorech (1995, s. 39). Může podle ní dokonce docházet k mnohonásobné diskriminaci, kdy se mohou „sčítat“ různé druhy diskriminace, například sexismus, rasismus, ageismus aj. (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39).

1.5.3.1 Typologie sexismu

V knize *Modern Sexism* Benokraitis a Feagin rozlišují tři hlavní druhy sexismu: **očividný sexismus** („blatant sexism“), **sotva patrný sexismus** („subtle sexism“) a **skrytý sexismus** („covert sexism“) (1995, s. 39). Ačkoliv se různé druhy sexismu v reálním životě prolínají, jsou zde uvedeny zvlášť pro lepší přehlednost (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39).

I. Očividný sexismus

Očividný sexismus je podle Benokraitis a Feagina diskriminace žen, která je zpravidla záměrná, viditelná a prokazatelná (1995, s. 39). Některé projevy očividného sexismu jsou v současné době nezákonné (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 39). K očividnému sexismu Benokraitis a Feagin řadí různé formy fyzického násilí (znásilnění, domácí násilí atd.), sexuální obtěžování, sexistické vtipy a další očividné projevy nerovného zacházení (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 40). Očividný sexismus má okamžité a prokazatelné škodlivé následky, které zpravidla lze jednoznačně doložit (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 40). Nicméně prokazatelnost sexismu neznamená okamžité vyřešení problému. Jako příklad Benokraitis a Feagin uvádí nižší mzdy žen ve srovnání s muži. Na začátku devadesátých let průměrný plat žen ve Spojených státech tvořil 74 % ve srovnání s průměrným platem mužů (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 40). Dnes za obdobnou práci americké ženy vydělávají 65 % průměrného platu mužů (Global Gender Gap Report, 2016).⁶ V České republice je rozdíl ve mzdách ještě větší a odpovídá 60 % (Global Gender Gap Report, 2016).⁷ Některé projevy očividného sexismu se mohou zdát jako nevinné či neškodné; patří sem třeba sexistické vtipy a poznámky, které spousta lidí stále považuje za běžnou součást každodenního života (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 41). Nicméně i takové projevy jsou poškozující a diskriminační (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 41).

⁶ Global Gender Gap Report, In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=USA>

⁷ Global Gender Gap Report, In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=CZE>

II. Sotva patrný sexismus

Pojmem sotva patrný sexismus Benokraitis a Feagin označují méně patrné projevy sexismu, které často zůstávají bez povšimnutí, protože většina z nás má takové sexistické chování internalizované jako „normální“, „neutrální“ či „tradiční“ (1995, s. 41). Sotva patrný sexismus má následující charakteristiky: (1) může být úmyslný či neúmyslný, (2) je viditelný, ale často zůstává bez povšimnutí, protože je zabudován do norem, hodnot a ideologií, (3) je komunikován verbálně a behaviorálně, (4) je spíše neformální a (5) projevuje se zpravidla na individuální úrovni (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 82). Ačkoliv sotva patrný sexismus lze dokumentovat, není tak jednoduché ho prokázat jako v případě očividného sexismu, protože spousta lidí ho nepovažuje za vážnou a škodlivou diskriminaci (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 42).

Benokraitis a Feagin rozlišují devět poddruhů sotva patrného sexismu: *blahosklonné kavalírství* („condescending chivalry“), *podporující odrazování* („supportive discouragement“), *přátelské obtěžování* („friendly harassment“), *subjektivní zpředměňování* („subjective objectification“), *oslňivá devalvace* („radiant devaluation“), *osvobozený sexismus* („liberated sexism“), *benevolentní zneužívání* („benevolent exploitation“), *ohleduplná nadvláda* („considerate domination“) a *kolegiální vyloučení* („collegial exclusion“) (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 82-115).

III. Skrytý sexismus

Skrytý sexismus označuje zlomyslné a často i nezákonné jednání, které je těžko prokazatelné, protože se zpravidla odehrává v zákulisí, skrytě a snaží se působit jako nediskriminační (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122). Důkazy skrytého sexismu buď neexistují anebo jsou nedostupné, protože svědci takového chování se bojí svědčit anebo slouží vlastním zájmům (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122).

Existuje šest druhů skryté diskriminace: *tokenismus* („tokenism“), *krocení* („containment“), *manipulace* („manipulation“), *sabotáž* („sabotage“), *pomsta* („revenge“) a *koopťace* („co-optation“) (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 123-140). Tokenismus a krocení brání ženám v tom, aby ve velkých počtech nastupovaly na vysoce placené a vysoce postavené pozice (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122). Manipulace, sabotáž a pomsta mají za cíl odradit ženy od toho, aby vystoupaly na vrchol kariérního žebříčku (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122). Například v korporátním světě tokenismus a krocení zajistí, že na manažerské pozice bude přijat jen omezený počet žen (Benokraitis, Feagin, 1995,

s. 122). Manipulace, pomsta a sabotáž ženám zabrání dosáhnout významných rolí (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122). Většina žen bývá podle Benokraitis a Feagina udržována na nízkých pozicích s malou šancí na povýšení (1995, s. 122). Tokenismus a krocení jsou podle nich zpravidla vstupními bariérami v zaměstnání, zatímco manipulace, pomsta a sabotáž omezují vertikální mobilitu žen (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 122). Kooptace podle Benokraitis a Feagina představuje dvojí diskriminaci: využívá ženy při skryté diskriminaci jiných žen a odměňuje je za jejich podporu v zachování genderových nerovností (1995, s. 122).

1.5.4 Feminismus

Renzetti a Curran obecně vymezují feminismus jako „*sociální hnutí [...] [skládající] se z mnoha různých proudů, jejichž společným cílem je zrušení genderového útisku i jiných nerovností*“ (2003, s. 58). Jandourek definuje feminismus jako „*[ž]enské hnutí usilující o překonání útisku a marginalizace žen a změnu doposud mužsky utvářených společenských struktur*“ (2001, s. 83).

Feminismus má dlouhou historii a jeho počátky předcházejí období 1830-1920, které je označováno jako **první vlna feminismu** (Renzetti, Curran, 2003, s. 36). Toto období je obecně spojováno se snahami amerických žen získat rovnoprávné postavení ve společnosti, především přístup ke vzdělání, placenému zaměstnání mimo domácnost a volební právo (Renzetti, Curran, 2003, s. 36-37). Tyto požadavky feministek „první vlny“ jsou zřejmě nejznámější, ale ve skutečnosti jejich činnost byla daleko rozsáhlejší (Renzetti, Curran, 2003, s. 39). Podařilo se jim prosadit řadu důležitých reforem, například v oblasti školství, zdravotnictví a hygieny, zrušení otroctví, zlepšení pracovních podmínek pro pracující ženy atd. (Renzetti, Curran, 2003, s. 39).

Druhou vlnou feminismu je období obnovení ženského aktivismu ve Spojených státech od počátku šedesátých let dvacátého století (Renzetti, Curran, 2003, s. 44). Feministky tohoto období se snažily dosáhnout genderové rovnosti nejen v politickém životě, ale i v soukromé sféře zahrnující intimní vztahy a svobodu reprodukce (Renzetti, Curran, 2003, s. 44-45).

V současné době existuje celá řada odlišných feministických směrů. K základním typům feministické teorie patří podle americké socioložky Judith Lorber **teorie genderově reformní** (feminismus liberální, marxistický, socialistický a rozvojový), **teorie genderově motivovaného odporu** (radikální, lesbický, psychoanalytický a „stand-point“ feminismus)

a *teorie genderově motivované vzpoury* neboli tzv. *feminismus třetí vlny* (feminismus multirasový, mužský, feminismus sociální konstrukce, postmoderní feminismus a „queer theory“) (2001, s. 9). Pro tuto práci není podstatné to, že existuje pluralita feministických proudů, ale to, že všechny tyto proudy mají požadavek rovnoprávnosti a společný cíl, tedy boj proti genderovým nerovnostem ve společnosti.

1.6 Gender a masová média

Platí tvrzení, že v boji proti genderové nerovnosti stojí média na „opačné straně“? (McQuail, 2009, s. 311). Nebo jen vycházejí vstříc svým konzumentům? (Renzetti, Curran, 2003, s. 182). Jsou tedy mediální obsahy ovlivněny svými příjemci anebo naopak, média ovlivňují naše představy o fungování společnosti? Má genderové složení mediálních redakcí vliv na to, zda jsou jimi tvořené produkty genderově vyvážené? V této podkapitole se zaměřím na problematiku rodovosti médií a pokusím se odpovědět na tyto a další důležité otázky.

Existuje populární názor spočívající v tom, že převažující reprezentace žen a mužů v masových médiích jsou jen reakcí na to, co veřejnost chce a očekává (Renzetti, Curran, 2003, s. 182). Toto přesvědčení se nazývá **hypotézou zrcadlení** („reflection hypothesis“) a vychází z představy pasivního reflektování chování, hodnot a norem převládajících ve společnosti (Renzetti, Curran, 2003, s. 182). Podle Renzetti a Currana, není to tak jednoznačné. Snaha vyhovět svým konzumentům a nabídnout jim to, co chtějí a co očekávají, je sice logická, ale nebere se tu v úvahu vliv médií, jejich schopnost nastolovat agendu a aktivně se podílet na formování kultury⁸ (Renzetti, Curran, 2003, s. 182-183). Nejenomže jsou média zdrojem, odkud většina lidí čerpá informace o světě (tzv. informační funkce médií), ale jsou také pro většinu hlavní náplní volného času (tzv. zábavní funkce médií) (Renzetti, Curran, 2003, s. 183). Je proto spravedlivé říci, že média mají vliv jak na náš postoj ke světu, tak i na naše vnímání ostatních, naše osobní aspirace a očekávání úspěchu (Gross, 1991). Vzhledem k tomu, že průměrný konzument mediálních produktů „*má tendenci nekriticky přijímat mediální obsah jako skutečnost*“, a k tomu, že nerovný sociální, politický a ekonomický status žen je globálním problémem,

⁸ Viz kapitolu 1.4 věnovanou funkcím médií.

který zatím nedokázala vyřešit žádná země na světě⁹, negativní a sexistické reprezentace žen v médiích zkreslující realitu genderových vztahů mohou být přijímány jako pravdivé, a tudíž způsobovat ještě větší škodu (Renzetti, Curran, 2003, s. 183).

Americká socioložka Gaye Tuchman ve své knize *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media* dokonce mluví o **symbolické anihilaci** žen („symbolic annihilation“), což znamená, že jsou ženy médií odsuzovány, trivializovány, přehlíženy a marginalizovány, přestože tvoří více než polovinu obyvatelstva¹⁰ (1978, s. 8). Symbolickou anihilaci žen můžeme pozorovat i na příkladech z populární kultury. V roce 2015 americký časopis *The New York Magazine* sestříhal video všech promluv ženských postav *Hvězdných válek* („Star Wars“) a zjistil, že – nepočítáme-li princeznu Leiu – ženské postavy mluví pouhých 63 vteřin z celkového času trilogie 386 minut.¹¹ V americké animované pohádce *Ledové království* („Frozen“) z roku 2013, která vypráví příběh sesterské lásky (hlavní postavou je nebojácná princezna Anna, která pátrá po své ztracené sestře), na mužské postavy připadá celkem 59 % všech promluv.¹² Podle BBC, více než polovina z filmů nominovaných na Oscara v kategorii „nejlepší film“ od roku 1929 neprošla tzv. Bechdel testem, který měří přítomnost žen na obrazovce.¹³ Přitom filmy musí splňovat opravdu pouze minimální požadavky, aby prošly Bechdel testem: (1) musí mít alespoň dvě pojmenované ženské postavy, (2) které se spolu baví (3) o něčem jiném než o mužích.¹⁴ V současné době méně filmů splňuje tyto základní požadavky než v roce 1930, jak uvádí BBC.¹⁵

Proč tomu tak je, nám napoví následující příklad. Giddens píše o mediálním zobrazení

⁹ Global Gender Gap Report 2017. In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf

¹⁰ Totéž platí i pro ČR; zde ženy tvoří od roku 1993 trvale více než polovinu obyvatelstva (Zaostřeno na ženy a muže 2017. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zeny-a-muzi-v-datech-2017>)

¹¹ WADE, Chris a Abraham RIESMAN. See Every Line Spoken by a Woman Not Named Leia in the Original Star Wars Trilogy. In: *Vulture* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.vulture.com/2015/12/star-wars-all-female-lines-excluding-leia.html>

¹² Disney Princesses Muffled in Many Popular Animated Films, Study Finds. In: *Media Report to Women* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid,url&db=ufh&AN=15180479&lang=cs&site=ehost-live>

¹³ 100 Women: How Hollywood fails women on screen. In: *BBC* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-43197774>

¹⁴ 100 Women: How Hollywood fails women on screen. In: *BBC* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-43197774>

¹⁵ 100 Women: How Hollywood fails women on screen. In: *BBC* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-43197774>

dělnické třídy v britské televizní a filmové tvorbě, že „odráží středostavovskou verzi života dělnické třídy“, a to především proto, že většina tvůrců těchto reprezentací pochází ze střední třídy; v důsledku je nám předkládán „pokřivený pohled na věc“ (2013, s. 696). Totéž podle Giddense platí i pro reprezentace dívek a žen v masových médiích, které většinou odrážejí stereotypní pojetí genderových rolí (2013, s. 696). Ženy jsou, jak píše Giddens, nejčastěji médii zobrazovány v domácích rolích (jako hospodyně a ženy v domácnosti), jako „objekty mužské sexuální touhy“ či v zaměstnáních, která představují rozšíření jejich domácích rolí (zdravotní sestry, pečovatelky, asistentky atd.) (2013, s. 696). Je třeba zde dodat, že v poslední době se postupně začínáme setkávat s alternativními reprezentacemi žen v televizních dramatech: například Buffy, přemožitelka upírů, Brutální Nikita a Lara Croft jsou zobrazovány jako silné a nezávislé hrdinky (Giddens, 2013, s. 696). Nicméně, při bližším pohledu jsou i tyto silné ženské postavy zobrazovány stále sexualizovaně a skrz oči mužů (Giddens, s. 697). Jsou to, jak píše Giddens, „mladé, štíhlé a atraktivní ženy, které přitahují „pohledy mužů““ (2013, s. 697).¹⁶ Rozdíl je jen v tom, že kromě tradičních „ženských“ charakteristik, ke kterým patří krása a sexuální přitažlivost, tyto hrdinky mají něco navíc: dokážou také projevovat fyzické násilí, což se běžně považuje za mužskou doménu. Obdivuhodné je na nich právě to, že se chovají jako muži. Americká profesorka komunikačních studií Susan J. Douglas mluví o atraktivních ženských bojovnicích jako o specifickém moderním žánru. Tyto zdánlivě progresivní reprezentace žen označuje jako archetyp „bojovnic v tangách“ („warrior women in thongs“) (2010, s. 76).

Proč bývají ženy v médiích zobrazovány skrz oči mužů? Britská filmová a kulturní teoretička Laura Mulvey přišla s pojmem „mužský pohled“ („male gaze“) v narativním filmu. Ve své stati *Vizuální slast a narativní film* (1975), která je považována za první text feministické teorie filmu, Mulvey mluví o trojím mužském pohledu: pohled muže za kamerou, pohled muže uvnitř příběhu a pohled mužského diváka (1998, s. 116). Mulvey píše: „Ve světě uspořádaném nerovností pohlaví je slast z dívání se rozštěpena na aktivní (mužskou) a pasivní (ženskou) pozici“ (1998, s. 123). Ženy jsou podle ní zobrazovány „ve své tradiční exhibicionistické roli, jsou zároveň sledovány pohledem a ukazovány, přičemž jejich vzhled je kódován pro dosažení mocného vizuálního a erotického účinku“

¹⁶ Giddens také dodává, že přetrvávající sexualizované a idealizované reprezentace ženských těl mohou být důvodem, proč mají ženy (zejména mladé ženy a dívky) poruchy příjmu potravy (2013, s. 697).

(Mulvey, 1998, s. 123).

Dalším důležitým detailem je, jak uvádí britský mediální teoretik Denis McQuail, že mediální obsahy „mají zabudovanou dispozici k vycházení vstříc předpokládané charakteristice jednoho nebo druhého pohlaví“, tedy jsou zaměřeny buď na ženy nebo na muže (2009, s. 402). Podle Renzetti a Currana média bývají zpravidla zaměřena spíše na muže, což může být jedním z důvodů, proč pozorujeme genderový rozdíl v pravidelném čtení denního tisku (2003, s. 184). „[T]isk k ženám často nehovoří, a pokud ano, pak přezíravým a povýšeným způsobem“, dodávají autoři (Renzetti, Curran, 2003, s. 184). Mediální podání světa, ve kterém žijeme, podle nich vyvolává dojem, že jde o mužský svět (Renzetti, Curran, 2003, s. 184). Zprávy o ženách jsou většinou prezentovány jako méně důležité (Renzetti, Curran, 2003, s. 184). Mediální degradace žen se také projevuje ve způsobu, jakým bývají ženy popisovány: například tendence zdůrazňovat pohlaví, fyzický zjev, rodinné postavení a jiné detaily, které se málokdy uvádí o mužích (Renzetti, Curran, 2003, s. 185). Porovnejme tedy dva příklady: kandidátka do Kongresu USA Carol Moseley Braun byla médií označena jako „*mamina s povzbudivým úsměvem roztleskávačky*“, zatímco její mužský oponent jako „*zosobněná důstojnost – vždyť jde ostatně o podnikového právníka*“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 185). Nejdůležitějším mediálním poselstvím je tedy, jak píší Renzetti a Curran, to, že jsou ženy méně důležité než muži (2003, s. 193).

Jak jsme mohli doposud pozorovat, reprezentace žen zpravidla bývají vytvářeny muži, z mužské perspektivy a pro mužské příjemce (Mulvey, 1998, s. 116). McQuail uvádí, že existuje empirická korelace mezi nízkým počtem a nižším postavením žen v mediálních organizacích a jejich stereotypními mediálními reprezentacemi a nízkým zastoupením v mediálních obsazích (2009, s. 311). Když se ženy v médiích objevují, nejčastěji jde o mladé ženy zobrazované jako „sexuální symboly“ (McQuail, 2009, s. 311). Ve vztahu k mužům jsou média z hlediska věku daleko více tolerantní (Renzetti, Curran, s. 194). Mluvíme-li o mediální degradaci žen, nejsou výjimkou ani online média: podle studie *The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Media* analyzující 35 tisíc hodin zpravodajského vysílání amerických televizních a rozhlasových stanic ABC, CNN, PBS a NPR, feminismus a feministky se jako téma objevují jen málo a často dochází k jejich démonizaci a trivializaci (Lind, Salo, 2002). Jsou zobrazovány jako oddělená kategorie, do které nespádají „obyčejné“

ženy (Lind, Salo, 2002). O negativní mediální reprezentaci feministek mluví i Renzetti a Curran. Feministky jsou podle nich podávány jako „*okrajov[á], ale hlučn[á] radikální skupink[a], která je větší části veřejnosti protivná*“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 185). Americká spisovatelka a novinářka Susan Faludi, která za svou knihu *Backlash: The Undeclared War Against American Women* získala v roce 1991 prestižní Pulitzerovu cenu, hovoří o negativní mediální reprezentaci žen jako o odporu proti genderové rovnosti. Feminismus podle ní bývá obviňován z toho, že vytváří bezdětné a nešťastné ženy (Faludi, 1991, s. 14). Nicméně americký mediální teoretik John Fiske uvádí na příkladu televizního seriálu o dvou policistkách *Cagney & Lacey*, že genderový diskurz dokáže nejen degradovat ženy, ale také pomocí řady kódů zajistit i odrazení diváků od přijetí maskulinního hlediska, které je jinak „normální“ v patriarchální televizi (2001, s. 52). Například protagonistka seriálu, policistka Cagney, není zobrazována jako typická atraktivní blondýna; je to vůdčí, aktivní žena, která se objevuje před kamerou ne proto, aby byla demonstrována její sexuální přitažlivost, ale proto, že ovládá scénu (Fiske, 2001, s. 52).

Masová média jsou opravdu mocným socializačním činitelem a stále hrají velkou roli v udržování genderových stereotypů (Renzetti, Curran, s. 194). Podle Jiráka a Köpplové média navazují na převažující trendy ve společnosti, tedy na hlavní proud neboli *mainstream*, a šíří hlavně „*stereotypy rozhodujících vrstev a převažujících hodnot ve společnosti*“ (2003, s. 144). Je spravedlivé říci, že v současné době pozorujeme značný posun (především v USA a v západní Evropě) v tom, co spadá do mainstreamu a jak média líčí otázky genderové nerovnosti. Jednou z nejvýznamnějších událostí týkajících se problematiky genderu, populární kultury, masových médií a společnosti obecně se stal skandál, který vypukl v říjnu 2017 kolem Harveyho Weinsteina – jednoho z nejvlivnějších amerických filmových producentů současnosti.¹⁷ Skandál odstartoval článek v deníku *The New York Times*, který odhalil, že Weinstein během několika desetiletí systematicky sexuálně obtěžoval zaměstnankyně své firmy.¹⁸ Od října 2017 Weinsteina obvinilo

¹⁷ PAZZANESE, Christina a Colleen WALSH. The women's revolt: Why now, and where to. In: *The Harvard Gazette* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/12/metoo-surge-could-change-society-in-pivotal-ways-harvard-analysts-say/>

¹⁸ KANTOR, Jodi a Megan TWOHEY. Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades. In: *The New York Times* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>

ze sexuálního obtěžování, znásilnění a sexuálních útoků přes 100 žen, se kterými producent v minulosti spolupracoval.¹⁹ Weinstein byl propuštěn z vlastní filmové společnosti *Miramax*, nicméně skandál stále nabírá na síle a posloužil jako mocný impulz pro oživení hnutí proti sexuálnímu násilí známého jako *me too* (česky „já taky“). Vlna obvinění se stále rozrůstá a netrvalo dlouho, než se dostala z oblasti umění a populární kultury do dalších sfér veřejného života. Výjimkou není ani politika. Hnutí *me too* podpořila i eurokomisařka pro otázky spravedlnosti, ochrany spotřebitelů a genderové rovnosti Věra Jourová, která vystoupila s prohlášením, že se v minulosti také stala obětí sexuálního násilí.²⁰ Jak uvádí *Český rozhlas*, kampaň *me too* „*prolomila dlouholeté mlčení o sexuálním obtěžování*“.²¹ Potřeba podrobnějšího dialogu týkajícího se genderové nerovnosti je v současné době očividná. Strhla se lavina, jak píše *Český rozhlas*, „*kteřá dokázala otevřít celospolečenskou diskuzi*“.²² Konkrétní a seriózní dopady kampaně – propuštění, rezignace, přerušení spolupráce s obviňovanými osobami atd. – mají potenciál způsobit značné změny ve společnosti,²³ včetně obrazů žen v médiích. Avšak skutečný vliv těchto událostí na to, jak jsou ženy médií vykreslovány, zatím nemůžeme objektivně posuzovat vzhledem k absenci relevantních analýz. Nicméně, zdá se, že se od konce roku 2017 problematika genderové nerovnosti posunula z oblasti sociální spravedlnosti do zóny právní odpovědnosti organizací.

¹⁹ MCMULLEN, Jane, Dan EDGE a Frank KOUGHAN. Weinstein. In: *Public Broadcasting Service* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/film/weinstein/transcript/>

²⁰ Me Too. I já jsem byla obětí sexuálního násilí, řekla eurokomisařka Jourová. Podpořila vlnu svědectví. In: *Česká televize* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/2277712-i-ja-jsem-byla-obeti-sexualniho-nasili-rekla-eurokomisarka-jourova-podporila-soucasnou>

²¹ ŠTÝS, Matěj. Příběhy 2017: Kampaň #MeToo prolomila dlouholeté mlčení o sexuálním obtěžování. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/metoo-kampan-harvey-weinstein-pribehy-2017_1712311005_kro

²² ŠTÝS, Matěj. Příběhy 2017: Kampaň #MeToo prolomila dlouholeté mlčení o sexuálním obtěžování. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/metoo-kampan-harvey-weinstein-pribehy-2017_1712311005_kro

²³ MILENKOVIČOVÁ, Ivana. Hnutí #MeToo přetváří firemní kulturu. Zaměstnanci se budou školit, jak neobtěžovat. In: *Lidové noviny* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/metoo-pretvari-firemni-kulturu-dnn-/zpravy-svet.aspx?c=A180215_144538_ln_zahranici_krku

2. Metodologická část

Vzhledem k podstatě analyzovaného problému jsem se rozhodla pro kvalitativní výzkum, konkrétně pro otevřené, axiální a selektivní kódování podle Strausse a Corbin. Kvalitativní analýza je vhodná pro studium společenských jevů, chování lidí, jejich vztahů a zkušeností (Strauss, Corbin, 1999, s. 10-11). Hlavními složkami kvalitativního výzkumu jsou údaje pocházející z analyzovaného materiálu a analytické a interpretační postupy umožňující docházet k závěrům analýzy (Strauss, Corbin, 1999, s. 12). Níže se pokusím o přiblížení výzkumného záměru, otázky a strategie.

2.1 Výzkumný záměr a výzkumná otázka

Stanovení výzkumného problému je prvním krokem analýzy. Výzkumným problémem této diplomové práce je zobrazování genderové nerovnosti v českých časopisech životního stylu pro muže. Mým záměrem je prozkoumat vybrané pánské časopisy z hlediska obrazů žen a projevů genderové nerovnosti. Výzkumná otázka pomáhá zúžit výzkumný problém tak, aby byl zkoumatelný (Strauss, Corbin, 1999, s. 24). Před zahájením analýzy základní výzkumnou otázkou bylo, zda pánské lifestyle časopisy reprodukuje genderové stereotypy. Po zahájení kódování byla otázka upravena.²⁴ Nyní se ptám: *Jakým způsobem je zobrazována genderová nerovnost v pánských časopisech životního stylu?*

2.2 Výzkumná strategie

Nejprve jsem se zaměřila na rozvíjení teoretické citlivosti, abych získala „*schopnost vhledu, schopnost dát údajům význam, porozumět a oddělit související od nesouvisejícího*“ (Strauss, Corbin, 1999, s. 27). Jako zdroje zvyšování teoretické citlivosti jsem využila především relevantní odbornou literaturu (viz kapitolu *Teoretická část*), ale také neodbornou literaturu (například články ze zahraničních a českých médií) a osobní zkušenosti (Strauss, Corbin, 1999, s. 28). Během celého výzkumného procesu jsem se snažila zachovávat rovnováhu mezi abstraktním myšlením, svou vytrvalostí, kritičností a teoretickou citlivostí (Strauss, Corbin, 1999, s. 39). Dále jsem se zaměřila na proces

²⁴ Během výzkumného procesu může být výzkumná otázka upravována; je vhodné volit otevřené otázky zaměřené na dění a průběh (Strauss, Corbin, 1999, s. 24).

kódování. Kvalitativní analýza podle Strausse a Corbin se skládá ze tří druhů kódování: otevřené, axiální a selektivní (1999, s. 40). Podle Strausse a Corbin jsou hranice mezi zmíněnými typy kódování vytvořeny uměle (1999, s. 40). Během analyzování materiálu můžeme neustále přeskakovat z jednoho typu kódování k druhému (Strauss, Corbin, 1999, s. 40). Při kódování jsem uplatňovala analytické postupy spočívající v porovnávání a kladení otázek (Strauss, Corbin, 1999, s. 43). Vždy jsem se ptala: co analyzovaný materiál reprezentuje? Analyzovala jsem jak text (větné úseky, věty nebo celé odstavce), tak i ilustrace k článkům (fotografie nebo obrázky) (Strauss, Corbin, 1999, s. 58). Výsledkem otevřeného kódování bylo vytvoření pojmů (přidělování kódů jednotlivým úsekům textu), kategorizace údajů (zařazování textu do vyššího řádu neboli seskupování podobných jevů) a rozvíjení dimenzí kategorií (umístění jevů na jakési škále) (Strauss, Corbin, 1999, s. 42). V rámci axiálního kódování jsem hledala spoje mezi kategoriemi a upravovala organizaci údajů (Strauss, Corbin, 1999, s. 70). Selektivní kódování odhalilo ústřední jev analýzy, ke kterému se vztahují všechny kategorie (Strauss, Corbin, 1999, s. 86).

2.3 Volba časopisů

Pro svoji analýzu jsem zvolila dva české lifestyle časopisy, *Maxim* a *Esquire*. Oba časopisy jsou měsíčníky. Časopis *Maxim* byl na českém trhu vydáván od roku 2003 do roku 2016.²⁵ Prvním důvodem, proč jsem zvolila *Maxim*, byl fakt, že tento časopis patřil k nejčtenějším titulům v segmentu pánských časopisů životního stylu v ČR.²⁶ Čtenost *Maximu* za rok 2016 byla podle *Media projektu* – oficiálního výzkumu čtenosti – 162 000. Dalším důvodem bylo to, že *Maxim* je autorským časopisem, jehož reportéři údajně píšou o tom, co sami prožívají.²⁷ Tím pádem volba časopisu *Maxim* mi umožňuje analyzovat skutečné zkušenosti mužů, kteří pro tento časopis pracovali, a brát v potaz, že ideologie reprezentovaná v daném časopisu má největší odezvu ze strany čtenářů, o čemž svědčí jeho postavení jako nejčtenějšího časopisu v této kategorii. Podle charakteristiky zveřejněné na

²⁵ Licence na Maxim je volná, zájem nemá ani Vondráček, 2016. In: *MediaGuru* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/licence-na-maxim-je-volna-zajem-nema-ani-vondracek/>

²⁶ Media projekt 2016. In: *Median* [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP_2016_rocni_zprava.pdf

²⁷ Maxim 1-2/16 1/2016. In: *Burda* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://burda.cz/cs/maxim/maxim-1-216-12016>

webu vydavatelství *Burda Praha*, časopis *Maxim* „oslovuje všechny muže, jejichž smysl pro humor je založený na ironii, sarkasmu a zpochybňování uznávaných hodnot“.²⁸ Kromě toho, *Maxim* podle jejich vlastní charakteristiky nabízí „nadčasový pohled na svět“ a „může [si] dovolit dělat si legraci ze všeho – včetně sebe sama –, což ho diametrálně odlišuje od všech ostatních pánských titulů“.²⁹ *Maxim* byl zajímavou volbou pro moji analýzu také z toho důvodu, že obsahuje řadu článků týkajících se vztahů mezi muži a ženami a velké množství fotografií žen. V době, kdy jsem připravovala teze diplomové práce, rozhodnutí vydavatelství neprodlužovat licenci *Maximu* ještě nebylo oznámeno.

Časopis *Esquire* má mnohem nižší čtenost než *Maxim*. Podle zprávy *Media projektu* za rok 2013 byla jeho čtenost 45 000.³⁰ Novější informace ohledně čtenosti časopisu *Esquire* se mi nepodařilo získat. Vydavatelství *Bauer Media* údaje o čtenosti *Esquire* nyní neuvádí. *Bauer Media* označuje *Esquire* jako časopis „pro muže, který už ví, co chce“.³¹ *Esquire* je podle vydavatelství „nepostradatelným průvodcem moderního muže světem kariéry, módy, techniky, sportu a v neposlední řadě světem ženského myšlení a vztahů“ a „vyniká kombinací kvalitní žurnalistiky, významnými celebritami na obálce i fotografiemi krásných žen“.³² Tato charakteristika mě přesvědčila zahrnout *Esquire* do své analýzy.

Je důležité podotknout, že moje analýza nebyla založena na komparaci těchto dvou časopisů. Cílem bylo zjistit, jak pánské časopisy životního stylu zobrazují genderovou nerovnost. Zahrnutí druhého titulu podle mého názoru zajišťovalo pestrost vzorku. Již na základě obálek obou časopisů³³ bylo možné očekávat, že požadavek pestrosti vzorku bude naplněn. Na všech obálkách časopisu *Maxim* za rok 2016 totiž byly znázorněny poloobnažené modelky, zatímco *Esquire* na svých obálkách neměl žádnou ženu. *Esquire* měl na svých obálkách fotografie vkusně oblečených slavných mužů, především celebrit. Rozdíl nespočívaly pouze v pohlaví osob na obálkách časopisů, ale i ve způsobu zobrazování těchto osob. Modelky na titulních stranách *Maximu* jsou ve všech případech zachyceny širokým záběrem, evidentně aby bylo vědět jejich tělo. Na obálkách *Esquire* se

²⁸ Maxim 1-2/16 1/2016. In: *Burda* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://burda.cz/cs/maxim/maxim-1-216-12016>

²⁹ Maxim 1-2/16 1/2016. In: *Burda* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://burda.cz/cs/maxim/maxim-1-216-12016>

³⁰ Media project 2013. In: *Unie vydavatelů* [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP_2013_3%2B4Q_zprava.pdf

³¹ *Esquire*. In: *Bauer Media* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://www.bauermedia.cz/esquire>

³² *Esquire*. In: *Bauer Media* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://www.bauermedia.cz/esquire>

³³ Viz přílohu č. 3 a 4.

objevují i bližší a užší záběry mužských celebrit, takže obličej fotografované osoby v některých případech vyplňuje téměř celý záběr. *Esquire* na svých obálkách zjevně používá střední záběry, protože umožňují demonstrovat i oblečení fotografované osoby. Tyto rozdíly ve způsobu zobrazování mužů a žen představují skrytý sexismus médií: čím vyšší vnímaný status má zobrazovaná osoba, tím větší prostor vyplňuje její obličej (Matthews, 2007).³⁴

2.4 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek tvoří vybrané články z časopisů *Maxim* a *Esquire* z celého ročníku 2016. Vzorek byl vytvořen následujícím způsobem. Nejdříve jsem přes rozšířené hledání v mediálním archivu *Newton Media* vyhledala články z obou časopisů obsahující slova *žena*, *ženská*, *manželka*, *partnerka*, *dívka*, *holka* a *slečna*³⁵ ve všech deklinacích, přičemž články musely obsahovat alespoň jedno z hledaných slov v textu zprávy, nikoliv pouze v nadpisu. Hledání jsem omezila na období od 1.12.2015 (první číslo ročníku 2016 vyšlo o měsíc dříve) do 31.12.2016. Následně jsem přečetla všechny nalezené články. Po přečtení těchto článků jsem identifikovala nejvíce relevantní a zajímavé z nich. Vždy jsem se řídila požadavkem pestrosti vzorku, který by obsahoval různé reprezentace genderové nerovnosti a obrazy žen. Během procesu kódování jsem paralelně pracovala s údaji získanými přes *Newton Media* a tištěnými verzemi časopisů. Tento postup zaručoval zohlednění jak obsahové, tak obrazové stránky. Relevantní články jsem zahrнула do své analýzy. Jak jsem již zmínila v podkapitole 2.2, v některých případech jsem analyzovala větné úseky nebo věty, v jiných případech celé odstavce (Strauss, Corbin, 1999, s. 58). Analyzovala jsem i fotografie a obrázky ilustrující články. Jelikož mě nezajímala četnost výskytu analyzovaných jevů, každou jednotku (větu, fotografii nebo odstavec) jsem zařazovala pouze do jedné kategorie. Během kódování jsem se vždy snažila určit, co daná jednotka reprezentuje, a podle toho ji zařadit po relevantní kategorie. Přílohy časopisů nebyly součástí analýzy. Seznam analyzovaných článků je dostupný v příloze této diplomové práce.³⁶

³⁴ MATTHEWS, Justin L. *Hidden Sexism: Facial Prominence and Its Connections to Gender and Occupational Status in Popular Print Media* [online]. [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1007/s11199-007-9276-3. ISBN 10.1007/s11199-007-9276-3. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s11199-007-9276-3>

³⁵ Přesný hledaný výraz: „žena OR ženská OR manželka OR partnerka OR dívka OR holka OR slečna“

³⁶ Viz přílohu č. 1.

3. Analytická část

3.1 Prezentace výsledků analýzy

V následujících dvou podkapitolách představím výsledky své analýzy. Každá kategorie a její subkategorie budou obsahovat krátký popis jevů a ilustrace z výzkumného vzorku. Vzhledem k rozsahu kompletní výsledky analýzy nebudou součástí této prezentace, ale jsou k dispozici v podobě přílohy k této diplomové práci.³⁷ Jako zdroj pojmenování kategorií a jevů jsem se snažila využívat chytlavá označení použitá přímo v analyzovaném materiálu neboli takzvané „in vivo“ kódy (Strauss, Corbin, 1999, s. 48).

3.1.1 Axiální kódování

Jak jsem již naznačila v předchozí kapitole, axiální kódování je proces, během kterého jsou „údaje po otevřeném kódování znovu uspořádány novým způsobem, prostřednictvím vytváření spojení mezi kategoriemi“ (Strauss, Corbin, 1999, s. 70). Vysvětlila jsem také, že hranice mezi různými typy kódování slouží spíše k pochopení jednotlivých postupů (Strauss, Corbin, 1999, s. 40). V praxi neustále přecházíme od jednoho typu kódování k druhému, porovnáváme údaje, snažíme se pochopit vztahy mezi kategoriemi, abychom mohli analyzovaný materiál uspořádat nejvhodnějším způsobem (Strauss, Corbin, 1999, s. 40). Vzhledem k výše uvedenému by bylo možné říct, že následující uspořádání je výsledkem otevřeného a axiálního kódování.

3.1.1.1 Kategorie PROJEVY GENDEROVÉ NEROVNOSTI

Tato podkapitola obsahuje 10 subkategorií představujících dimenze projevů genderové nerovnosti. Jednotlivé podkategorie jsou seřazeny podle intenzity, od nejnižší (zdánlivě pozitivní reprezentace žen) k nejvyšší (závažné manifestace genderové nerovnosti).

I. „ŽENA S KOULEMA“

V této podkategorii sice reprezentace žen nejsou samy o sobě negativní, ale při bližším pohledu si uvědomíme, že pozoruhodnost dotyčných žen spočívá v tom, že jsou v něčem maskulinní, přinejmenším tedy v jejich označování mužskými atributy: „*Seznamte se s jedinou ženou s koulema ve filmovém Hollywoodu*“ („Bod zlomu Kathryn Bigelow”,

³⁷ Viz přílohu č. 5.

Maxim, č. 01, s. 67). Nepochváhá zde vyzdvihování „ženských“ vlastností, ale pochvala konkrétních žen, které představují minoritu, prostřednictvím jejich přirovnávání k mužům: „Rozhodně jí nikdo neodpáře, že je to první ženská, která získala za režii cenu Bafta a hlavně Oscara“ („Bod zlomu Kathryn Bigelow“, Maxim, č. 01, s. 67). Prezentování úspěchu žen jako rarity podceňuje ženy jako skupinu. Nápodobovat muže se snaží i ženy samy: „V Dívce na přání jsem nechtěla, aby byla Christine jen sexy roštěnka, která se během studií práv živí prostitucí, ale aby byla i chytrá. Všichni jsme chtěli, aby byla trochu cynická a bystrá, aby se ke svému životu a své kariéře stavěla spíš jako muž a aby se příliš nesnažila si každý svůj pocit intelektuálně zdůvodnit“ [na fotografiích je žena zobrazena sexualizovaně, někdy je polonahá] („Holka, kterou milujeme: Riley Keough“, Esquire, č. 03, s. 73).

II. „BLAHOSKLONNÉ KAVALÍRSTVÍ“

Blahosklonné kavalírství je termín půjčený z knihy *Modern Sexism* (Benokraitis, Feagin, 1995, s. 83-86). Označuje projevy sotva patrného sexismu. Žádné projevy blahosklonného kavalírství jsem v časopisech nenašla, až na příklady, kdy se ženy z rubriky *Deset věcí, které nevíte o ženách* v časopisu *Esquire* na tento projev sexismu reagovaly: „Milujeme, když nám otevíráte dveře. Pokud se zrovna nehádáme, to si pak TY PODĚLANÝ DVERE OTEVŘEME SAMY“ („Deset věcí, které nevíte o ženách: Emmy Rossum“, *Esquire*, č. 02, s. 21), „Víme, že se snažíte být milí ale naše prdy opravdu „rozkošně“ nesmrdí“ („Deset věcí, které nevíte o ženách: Ellie Kemper“, *Esquire*, č. 03, s. 18), „Když naše biologické hodiny začnou tikat, není zrovna přínosné vypíchnout, že alespoň vypadáme o pět let mladší“ („Deset věcí, které nevíte o ženách: Ellie Kemper“, *Esquire*, č. 03, s. 18).

III. PASIVNÍ NEBO SLABÁ ŽENA

Žena je v pánských časopisech prezentována jako pasivní a slabá bytost. V souvislosti se sexem se to projevuje jako zájem být dominována a svázána: „Když někoho svážeš, je to vždy intimní, přebíráš kontrolu nad jeho tělem a bereš mu možnost volby“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 28-29). Následující příklad popisuje vrchol sexuální pasivity: „Pro mě je důležité, že když je tělo svázané, mysl je svobodná. Předám veškerou zodpovědnost za svoje tělo. Jediné, co mám, svěřím někomu, komu na 225 % procent důvěřuju. Svěřím jí svůj vlastní život, že to neposere a nepustí mě hlavou dolů. Někdo to na chvílku vezme za mě“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 30). Sexuální pasivita žen se projevuje i v očekávání, že by muž měl projevovat iniciativu v sexu: „Nikdy za mnou

*nepřijdeš, že by sis ráda zašukala. Nikdy to nenavrhneš první. Nikdy o tom nemluvíš. Když jsem se tě ptal proč, řekla jsi, že muž je od toho, aby dobýval“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 60). Muž by také měl být osobou zodpovědnou za vymyšlení programu pro rande a společné aktivity. Na tom se shodují jak ženy, tak muži: „ESQ: Řekni mi, jak podle tvých představ vypadá perfektní noc? AR: Stačí, když muž něco naplánuje a mně akorát řekne, v kolik mě doma vyzvedne. To je docela sexy, když to muž takhle udělá. Já jsem pro každou špatnost“ („April Rose“, Esquire, č. 02, s. 79). V časopise Maxim dokonce existuje speciální rubrika s názvem *Kam ji vzít?**

Žena je také prezentována jako předmět ochrany³⁸: „Zkuste sbalit holku a pozvat ji na první rande do Nymburka na špičkový basketbal, nebo na mistrovství světa v atletice, nebo třeba na Spartu na fotbal. Buď tam vůbec nepůjde, nebo se unudí k smrti, nebo dostane do hlavy vytrženou sedačkou a namísto toho, abyste ji chránil, budete mít co dělat, abyste utekl a nezneužili také vás“ („Ty naše hokejové holky“, Esquire, č. 05, s. 32).

A. ŽENA JAKO DÍTĚ

Ženy bývají v pánských časopisech prezentovány jako děti: „Zlobí? Odmlouvá? Nevyhlíží k vám s úctou? Tohle ji naučí...“ („Kam ji vzít za trest“, č. 04, s. 102). Dospělé ženy jsou běžně označovány jako „holky“: „Holka, která mě sem pozvala, Lauren, vlastní bed-and-breakfast penzion, kde bydlím“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 84), „Je v ní však něco, co jasně prozrazuje, že tato holka udělá cokoli, o čem si bude myslet, že je to dobrý nápad, a kdykoli sama uzná za vhodné. Jedním z takových nápadů bylo zúčastnit se v roce 2014 maratonu v New Yorku. Jak dnes, tak i tehdy byla zlatou holkou tenisového světa: soustředěná, oddaná a laskavá jak ve vítězství, tak i v prohře“ [na fotografiích je žena zobrazena sexualizovaně] („The singles girl“, Esquire, č. 07, s. 92). Jenom ojedinele se slovo „holka“ používalo k označení nezletilých osob ženského pohlaví.

IV. „VEŘEJNÝ MUŽ, SOUKROMÁ ŽENA“

Veřejný muž, soukromá žena je základním genderovým stereotypem, který odráží pojetí světa a dělení aktivit založené na vnímaných opozicích mezi maskulinem a femininem (Bourdieu, 2000, s. 11). Tyto opozice odpovídají pohybům lidského těla, přičemž veřejnost je asociována s mužstvím, zatímco domácnost je považována za ženskou sféru (Bourdieu, 2000, s. 11).

³⁸ Viz kapitolu *Žena očima mužů* (Vodáková, Vodáková, 2003, s. 300-301).

A. „VĚRNÁ DRUŽKA“

Ženy jsou prezentovány jako „věrné družky“ – pojmenování půjčené z knihy *Rod ženský* (2003) od Aleny Vodákové a Olgy Vodákové. Věrná družka je žena, která je muži skvělou partnerkou, avšak pro jeho úplné štěstí to nestačí, protože jakýkoliv partnerský vztah omezuje jeho svobodu. Když ale svou věrnou družku opustí kvůli dobrodružství, uvědomuje si, jak byla důležitá: „*A já se toho během takových nocí osobně účastním a zároveň si říkám: Děláte si ze mě prdel? Tohle by neměl zažívat nikdo [orgie pořádané v sexklubu]. Prostě to není fér.*“ A pak se dostaví jiné okamžiky. *Pocity prázdnoty a osamění. Chybí mu jeho dcery a chybí mu jeho žena. Chybí mu místo s malou rodinou, které vytvořil. Z jistého úhlu to vypadá, jako že je člověk celkem sám. Svoboda může být ubíjející*“ („Osamělý hédonista“, Esquire, č. 12, s. 87), „*Kdybych zůstal v realitách, kdybych nosil oblek a kravatu, vrátil bych se zpátky domů ke krásné ženě, která mě milovala, a k těm krásným dvěma dcerám. Pravděpodobně jsem si mohl vybudovat hezký život, téměř jako ze šťastného televizního seriálu. Asi by mě to velmi naplňovalo, nevím. Ale místo toho jsem se rozhodl jít plně za svými sny. Věděl jsem, že ztratím svou rodinu. Rozhodl jsem se tak ovšem s plným vědomím. Vzdal jsem se toho jediného, co miluju a na čem mi v tomto světě záleží.*“ *Chvilí si pohrává s kytarou. „Pravda je taková, že mám zlomené srdce,“ prohlásí trochu pateticky Lawner*“ („Osamělý hédonista“, Esquire, č. 12, s. 87).

B. „LASKAVÁ PEČOVATELKA“

Laskavá pečovatelka je ženský archetyp také půjčený z knihy *Rod ženský* (2003) od Aleny Vodákové a Olgy Vodákové. Označuje roli ženy jako pečovatelky. Pečuje o muže, o děti a celkově o rodinu. „*Dvě mámy je víc než jedna [článek se snaží dokázat prospěšnost polygamie]. Věřte, děti to ocení. Vždycky se najde aspoň jedna, která se jim může věnovat. Ve třídě se můžou pochlubit, že mají o jednu mámu víc. Pakliže vás rodiče nezavrhnou, že praktikujete sodomii, poskytnete dětem také trojici babiček a dědečků, což je ještě větší výhra*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 28). Je třeba si uvědomit, že v tomto pohledu na výchovu dětí nemá žádnou roli muž. Hovoří se jenom o přínosu dvou matek a více babiček a dědečků, ale role muže se vůbec nezdůrazňuje. Sejný názor je podporován i v jiném článku: „*Mnoho lidí, když odejdou do důchodu, tak prostě vyhasnou. Mužům se to stává víc než ženám. Ženy se většinou zajímají o rodinu, protože rodina pořád roste a ony jsou tam vždycky pro záchranu. [...] Jakmile muž zplodí děti,*

je hotovo“ („Muž a dokonalý svět: Scott & Clint Eastwoodovi“, Esquire, č. 10, s. 18). Na rozdíl od mužů tedy ženy mají zájem o rodinu a děti: „*Holky chtěly rodiny, chtěly po mně děti, ale to bylo hodně těžký*“ („Penzion já“, Esquire, č. 12, s. 92). V jiném článku se dokonce argumentuje, že ženy nespádající do této kategorie jsou méněcenné: „*Nejlepší je obyčejná ženská, která umí vařit a postará se o děti, to je snad jasný, ne?*“ („10 věcí, po kterých jsme toužili“, Esquire, č. 10, s. 53). Pokud žena není považována za „objekt touhy mužů“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 59-60), bývá asociována s postavou matky: „*Je to Shirley Smith, malá energická čtyřicátnice s nakrátko střiženými červenými vlasy. [...] Mám pocit, jako bych Shirley znal celý život. Je stejná jako ty ženy, co mě vychovaly: milá, drsná, nic nepředstírá a velice snadno se spiklenecky rozesměje*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 66). Ženská péče ale nemusí muži vždy prospívat: „*Láskyplná péče žen našemu testosteronu paradoxně neprospívá*“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 78).

C. HOSPODYNĚ

Tato podkategorie prezentuje ženy jako hospodyně, jejichž úkolem je starat se o zázemí svého partnera: „*Lidé žijící v páru mají volnější ruce a mohou se více specializovat – chlapi na kariéru, ženy na domácnost*“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 78). Mít více partnerek znamená: „*Lepší dělba práce. Tři dospělí v jedné domácnosti můžou snadněji zastat vše, co je třeba. Zvlášť jestli máte s jednou z partnerek děti, to pak je každá pomocná ruka dobrá. Zatímco oslavujete s kolegy v práci účetní uzávěrku beze ztrát, jedna žena jde na třídní schůzku a druhá doma udělá s dětmi úkoly*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 26).

V. „NEKONEČNÉ MIMOBĚŽKY“

Tato podkategorie, kterou lze také pojmenovat jako „*Muži jsou z Marsu a ženy z Venuše*“ („V posteli musíte nechat rozum spát“, Maxim, č. 07, s. 35), prezentuje svět žen a mužů jako „*nekonečné mimoběžky*“ (název je půjčen přímo z analyzovaného materiálu): „*Muž a žena, to jsou nekonečné mimoběžky. Jestli se protnou, pak jen na několik prchavých okamžiků a potom se opět rozeběhnou do stran*“ („Lety mimo“, Maxim, č. 05, s. 61), „*Žena a muž se do sebe nikdy nedokážou vcítit úplně*“ (David Gruber) („Lety mimo“, Maxim, č. 05, s. 62), „*Všude čteme, že mužské a ženské potřeby jsou hrozně protikladné*“ („V posteli musíte nechat rozum spát“, Maxim, č. 07, s. 35), zatímco podobnosti se trivializují: „*Ženy vzrušuje pohled na jiné ženy. Tak se zdá, že my muži*

máme s ženami společného víc, než si myslíme“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 27). V některých případech je svět žen prezentován nejen jako odlišný od světa mužů, ale i jako horší. Ženy na rozdíl od mužů některým věcem nerozumějí: „*Neříkáme, že o ženách víme všechno, ale víme dost na to, abychom mohli říct, čemu ženy nerozumějí ... Ticho, mlčení, přátelství. Samota. A další věci, které ženy ke své škodě nikdy nepochopí*“ („Prostě nevím“, Maxim, č. 12, s. 43). Kladné lidské vlastnosti a hodnoty jsou ženám cizí: „*Ženské přátelství je spíš dohodou o neútočení*“ („Prostě nevím“, Maxim, č. 12, s. 49).

A. MANIPULÁTORKA

Ženy jsou v pánských časopisech běžně prezentovány jako manipulující: „*[Rubrika Hnědý humor, kategorie Sexistická štěňátka] – Asi půjdu do armády, přáteli jebomrdený, ženský prý berou na mužský v uniformě. – Kdepak, to není uniformou, drahý koulolizači. Vědí, že posloucháš rozkazy a žereš blafy*“ („Smějící se bestie“, Maxim, č. 01, s. 4), „*Tu novou košili si neber, vždyť jdete jenom s klukama. Snubák a prachy si nech doma. A pocem, ještě si párkrát řekneme, jak moc jsi šťastný*“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 75), „*Zbystrit by tak měl každý, komu manželka před pánskou jízdou nebo jinou akcí s kamarády radí, aby si prsten nechal pro jistotu doma. „Ztratíš ho a co potom,“ peskuje pravidelně manželka jednoho kamaráda, když vyrážíme na vodu. Prokouknul ji a pořídil si záložní snubák na výjezdy*“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 77), „*Co spojuje hokej a ženy? Mají dvě tváře*“ („Ty naše hokejové holky“, Esquire, č. 05, s. 32), „*Stěhovala se k němu nevtíravě, nenápadně, tak jak to holky umějí. Většina z nás to zná*“ Esquire, č. 09, s. 90-91).

i. LHÁŘKA

Ženy jsou konstruovány jako neupřímné: „*Pro Kateřinu to byl podle jejích slov samý pramálo vzrušující „vanilkový sex“. [...] Její křivky na monitoru ale vypovídají o něčem jiném*“ („Jste taky na opice? Sex test“, Maxim, č. 11, s. 41), „*To na mě nebude fungovat, já jsem spíš na vizuální vjemy,“ hlásí předem Kateřina. Ale pravý opak se ukáže pravdou, tahle část ji vzrušila mnohem více*“ („Jste taky na opice? Sex test“, Maxim, č. 11, s. 41-42), „*Víte, holky, ono to vaše křečovité usmívání a nepřírozený juchání občas prozrazuje, že nejste se svojí životní situací moc spokojení...*“ („Singles“, Maxim, č. 11, s. 46), „*Z hlediska dnešních měřítek společenského úspěchu jsou třicetiletý (a starší) singles [nezadané ženy] úkazem osobnostního úspěchu. Mladé, soběstačné, svobodomyšlné bytosti, které se nenechají svázat konvencemi. To je samozřejmě tragický omyl,*

ve skutečnosti nejsou mladé, soběstačné možná jsou, ale to neznamená, že nejsou osamělé, a svobodomyslnost v souboji s biologickými hodinami stejně vždy dostane k.o. [knockout]“ („Singles“, Maxim, č. 11, s. 46), „Vlastně nám nikdy není zima. Jen si připadáme křehčí, když to říkáme“ („Deset věcí, které nevíte o ženách: Ellie Kemper“, Esquire, č. 03, s. 18), „S příchodem push-up [podprsenka s vycpávkami] jsou pánové úplně v hajzlu. Nejde poznat, co je pravda a co bullshit. A když se sundá podprsenka, může být po poezii“ („Nudes and blacks story“, Esquire, č. 09, s. 92).

ii. „ZLATOKOPKA“

Podle pánských časopisů, ženy jsou jako paraziti a mají zájem o muže primárně proto, že jim poskytují finanční jistotu: „Uživil jednu, uživí dvě. Jedním z hlavních a nepřilíš překvapivých důvodů, proč mohou být ženy fascinovány zadanými samci, tedy námi, je náš předpokládaný socioekonomický status. Konkurenční samice uvažují asi takhle, lépe řečeno, přesně takhle: „Když si ta jeho myslí, že dokáže uživit rodinu (jinak by s ním nebyla), tak to asi dokáže. A teoreticky by dokázal uživit i další partnerku.“ Klíčové je, aby byl status úspěšného tahouna domácnosti lehce rozpoznatelný, když se člověk ocitne v neznámém prostředí. Nejčitelnějším atributem je snubní prsten, pro svobodné přichází v úvahu třeba fotka holky na displeji mobilu“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 77), „Podle mnoha statistik mají ženatí, nebo aspoň zadaní muži vyšší příjmy než jejich single kolegové. To samozřejmě ženám imponuje. Zároveň je ale potenciálním samicím číslo dvě jasné, že velkou část vašeho příjmu už stihla odčerpat hlavní samice číslo jedna, která přesně tohle systematicky dělá. Nové šaty, nové balerínky, nové... Jo, chce se líbit, v druhém plánu tím ale rodinný rozpočet instinktivně zbavuje rizikových přebytečných financí, které by mohly být v nesprávnou chvíli použity k nesprávnému účelu a destabilizovat rodinu. A pokud vám nějaké úspory přece jen zbudou, je tu další protizbraň: společný účet s dvěma kartami. Esence zla...“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 78), „Proč by tolik modelek, missek, hereček a zpěvaček toužilo právě po hokejistech? Je jasné, že v této hře je něco, co je přitahuje. A určitě to není jen tím, že ti nejlepší vydělávají miliony“ („Ty naše hokejové holky“, Esquire, č. 05, s. 32-33), „Pak si uvědomím, že oba máme stejný problém. Pořád potkávám nádherné ženy, ale nakonec se žádná o mě skutečně nezajímá. Jenom mě chtějí zkasírovat za osobní tréninkové hodiny. Já chci ale něco opravdového, moment, za který se nemusí platit. Omar říká, že si myslí, že trenérka s ním flirtuje pouze proto, aby si u ní zaplatil další

hodiny. S tím souhlasím“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 87-88), „Modlím se o zázrak. Chci toho tolik, když žádám, abych nebyl v životě sám? Abych potkal hezkou holku, která nemá hodinovou sazbu?“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 89), „Tak jako dobrá byla, to jo. Sex super, jinak vlastně k ničemu. Teď splácím ty kreditky. Co kde by byla? Vyrazil jsem ji. Kdy? Hned potom, jak mi zahrnula s tím inženýrkem“ („10 věcí, po kterých jsme toužili“, Esquire, č. 10, s. 53).

B. „PÁTÁ KOLONA“ NEBO ŽENA JAKO NEPŘÍTEL

Následující podkategorie konstruuje obraz ženy jako nepřítele mužů nebo dokonce jako „pátou kolonu“, která se snaží sabotovat mužský svět: „[Muž reagující na ukopnutý palec] Jau! Kurva! Každý podělaný ráno... – [Žena] Tak proč ten stůl neposuneš někam jinam? – [Muž] Protože tohle je jedinej moment za celej den, kdy se cítím být aspoň trochu naživu. – [Žena vyhazuje stůl] DÍLO JE DOKONÁNO“ („Smíchov“, Maxim, č. 04, s. 4), „Sexy podvodnice. Kdy a proč se lidstvo oddělilo od žen?“ [na fotografii je polonahá modelka s ocasem vodní panny] (Maxim, č. 03, titulní strana), „Pokud se opravdu rozhodnou [hackeři], že po vás půjdou, moc šancí nemáte. Nicméně pokud patříte k rizikové skupině obyvatelstva typu Buhuslava Sobotky nebo máte v bitech uložené informace, které by neměly padnout do drápů nepříteli (o manželkách nemluvě), máme pár tipů na webové bezpečí“ („8 způsobů, jak hackerům zkazit zábavu“, Esquire, č. 03, s. 20). Název této kategorie pochází ze stejnojmenného článku v časopisu Maxim: „Pátá kolona. Zadaní chlapi jsou atraktivnější. Víme, proč to ve vašem případě neplatí“ („Pátá kolona“, Maxim, č. 04, s. 74). Výraz *pátá kolona* zde má dvojitý význam. Zaprvé jsou ženy pátou kolonou, protože sabotují vztah zadaného muže s jeho partnerkou, zadruhé jsou partnerky pátou kolonou, protože sabotují potenciální paralelní vztah svých partnerů s jinou ženou.

VI. PONIŽOVÁNÍ ŽEN

Tato podkategorie obsahuje různé příklady znehodnocování žen, ke kterým mimo jiné patří zesměšňování žen: „DRACHENFUTTER: Německy žrádlo pro draky. No, to samo o sobě moc smysl nedává, ale přeneseně to znamená „dárek na udobřenou pro manželku nebo přítelkyni“ („Cože?“, Maxim, č. 01, s. 18), „30. května 2015 se v Řemíčově jel cyklozávod Zlatá šlapka. Pořadatelé musejí být fakt zábavná parta. Zvlášť když do podmínek soutěže napsali, že když se závodu zúčastní žena, má automaticky dva body k dobru. Z toho lze vyčíst, že si skutečně přejí, aby soutěž vyhrála ženská a aby pak zvedla nad hlavu trofej s nápisem Zlatá šlapka“ („Best of 2015“, Maxim, č. 01, s. 26),

nebo zpochybňování kompetence žen: „*I když barmanky dostávají často dýško jenom zato, že to jsou holky, tak Bohdana by si ho dokonce i zasloužila*“ („Hot drinks by Maxim lab“, Maxim, č. 01, s. 100), prezentování žen jako někoho nechtěného, nepotřebného nebo zbytečného: „*Dítě z babyboxu? Ženu z útulku? Nepotřebujete! Potřebujete něco vlastnit a milovat*“ („Fetish techno“, Maxim, č. 01, s. 50) a zobecňování a kritika jakési kolektivní „ženské“ povahy: „*Proč ženský neudrží tajemství?*“ („Proč ženský neudrží tajemství“, Maxim, č. 04, s. 46), „*Obyčejné pozvání na večeři probudí v single holce demony chtíče a mateřství*“ („Singles“, Maxim, č. 11, s. 48). Pozoruhodné je, že časopis *Maxim* shledal vhodným citovat proslulého sexuálního predátora Billa Cosbyho v článku o vztazích mezi muži a ženami: „*Ženy od vás chtějí slyšet to, co si samy myslí, jen hlubším hlasem*“ (*Bill Cosby*) („Lety mimo“, Maxim, č. 05, s. 65). Zmíněný článek sice vyšel v roce 2016, ale již v roce 2014 se v médiích začaly znovu objevovat obvinění desítek žen, že je Cosby sexuálně obtěžoval, uspával pomocí drog a znásilňoval.³⁹ V dubnu roku 2018 byl Cosby shledán vinným a nyní mu hrozí až 30 let vězení.⁴⁰ Jeho vina sice v době vydání článku ještě nebyla prokázána, ale citování osoby obviňované z tak vážných trestních činů je přinejmenším necitlivé vůči ženám obecně. To, že s tím ani *Maxim*, ani jeho čtenáři a čtenářky nemají problém, poukazuje na fakt, že sexuální násilí není ve společnosti považováno za dostatečně závažný problém.

Ženy jsou v této kategorii také líčeny jako hloupé: „*Akční, divoký a nespoutaný hokej totiž baví každou dívku. Sice kolikrát moc nerozumí tomu, proč ten puk letí zrovna tam, a ne tam, proč přestali hrát, když jeli sami na branku, nebo proč je najednou na jedné straně méně hráčů, ale stále se dole něco děje*“ („Ty naše hokejové holky“, *Esquire*, č. 05, s. 32), „*Je mladší a trochu hloupá, ale nejsme vědecká laboratoř, ne?*“ („10 věcí, po kterých jsme toužili“, *Esquire*, č. 10, s. 53).

Ženy jsou také zobrazovány jako psychicky labilní: „*Jeden náš kamarád se dostal do úplné pasti, když mu jeho submisivní kamarádka, typická psychopatka, začala vyhrožovat, že půjde na policii a ukáže stopy po rákosce a provazu*“ („Divadlo

³⁹ PICKERT, Kate. Here's Everything We Know (and Don't Know) About the Bill Cosby Rape Allegations. In: *TIME* [online]. 18.11.2014 [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://time.com/3592547/bill-cosby-rape-allegations-timeline/>

⁴⁰ Cosby prokazatelně třikrát znásilnil ženu, rozhodl americký soud. Hrozí mu až 30 let vězení. In: *Lidovky.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/americky-soud-uznal-komika-cosbyho-vinnym-ze-znasilneni-hrozi-mu-az-10-let-vezeni-gp3-/zpravy-svet.aspx?c=A180426_200151_ln_zahranici_krku

na provázku“, Maxim, č. 03, s. 28), „*Jsem agentka Bauerová, už 24 hodin jsem nedostala hysterák*“ („S ní se spát nebude“, Maxim, č. 04, s. 64).

A. „BREBENTÍCÍ ŽENY“

Tato podkategorie, jejíž název pochází přímo z analyzovaného článku, šíří představu, že ženy hodně mluví: „*S kolegou teď vyrábí odlitky ženských těl – něco jako posmrtné masky, jen klientky zpravidla bývají o dost mladší, a hlavně živé. Někdy až moc. S tím, že se nám tady promenádují nahé baby, se poprat dokážeme. Horší je přesvědčit je, aby se při samotné akci nevrťely, a pokud se dělá i obličej, aby aspoň chvíli mlčely. To je úplně nejtěžší, ale materiál začínáme na tělo nanášet odspoda, takže zmlknout musejí až nakonec,*“ osvětluje nám Gibej nástrahy své práce“ („Otisky prsů“, Maxim, č. 09, s. 33), „*Už jste se někdy ocitli uprostřed dvou brebenticích žen? Představte si, že to tak budete mít každý večer. Ještě to místo uprostřed zvažte*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 26), „*Ženy často berou kadeřníka jako psychologa nebo zpovědníka. Někdo ke mně chodí tři čtyři pět let a pomalu se otevírá, pak mám novou klientku, která mi během dvou hodin odvypráví celý svůj život včetně detailů, takže pak o ní vím skoro všechno. Když chtějí názor, tak odpovím, ale ony se chtějí spíš vypovídat*“ („Co mě život naučil: Honza Kořínek“, Esquire, č. 08, s. 93).

B. ŽENA NA OBTÍŽ

Tato podkategorie prezentuje ženy jako nechtěné: „*Když trčíme v zácpě, dostávám textovku od Sabriny. Je to další z jejích zpráv, obsahující pouze dlouhou sérii emotikonů, srdíček a květů. Ignoruju to. Nechci s ní už nic mít. Včera na mě tlačila, abych zaplatil za sex s ní*“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 88), „*U chodníku zastavuje taxík a vystoupí Sabrina. Ptá se mě, proč nereaguji na její textovky*“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 89), nebo jako někoho, kdo je mužům na obtíž: „*Dobře, jdu tedy za tebou se ztopořenou nabídkou, která se nedá odmítnout. Tak nějak bych čekal, že na to skočíme. Jenže ty si chceš nejdřív povídat, co jsi úžasného zažila za celý den v práci. Jasně, copak máme na sebe někdy jindy čas? Jistěže je důležité sdílení a komunikace. Ten argument zní naprosto logicky, ovšem ne pro chlapa v pozoru*“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 60-62).

VII. ŽENA JAKO SEXUÁLNÍ OBJEKT

Na stránkách analyzovaných časopisů jsou ženy běžně konstruovány jako sexuální objekty.

Ačkoliv předmětem výzkumu nebyla četnost jevů odrážejících genderovou nerovnost, je zajímavé, že *Žena jako sexuální objekt* představuje největší kategorii ve sledovaném vzorku. Ženy jsou prezentovány jako sexuální objekty pomocí fotografií, na kterých jsou nahé a polonahé (v některých případech jsou zobrazovány sexualizovaně, i když nejsou obnažené). Ráda bych níže prezentovala několik příkladů.

V článku *Sex hluboko (pod nulou)* Maxim otiskl otevřený dopis jednoho z redaktorů adresovaný jeho partnerce. Tento dopis začíná takto: „*Drahá M., dnes jsi mě „přistihla“, jak s otevřenou pusou zírám na fotky slečny Dany Harem v Maximu*“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 60). Další příklad pochází z článku prezentujícího pohled muže a ženy na večer, který spolu strávili. Myšlenky muže zní takto: „*Jdeme po schodech ke mně nahoru. Jo! Bože, to je zadek!*“ („Lety mimo“, Maxim, č. 05, s. 62).

Následující článek prezentuje sexuální objektifikaci žen jako svobodu (pro muže): „*Když zemí proběhla sametová revoluce, vypadalo to, že je najednou všechno možné. Ivan Jonák se projížděl po Praze v kabrioletu s nahatými kurvičkami, trafiky byly vystlané pornočasopisy, na televizi Nova informovala v Počasíčku o okluzních frontách obnažená moderátorka, na erotických veletrzích jste mohli vidět skutečné soulože... a kromě toho také vznikla politická strana Nezávislá erotická iniciativa*“ („Nahota prodává“, Maxim, č. 07, s. 39).

Zpravidla je konstruován obraz ženy, které chybí buď inteligence, anebo fyzická atraktivita: „*Někdy máme pocit, že chytrá, veselá a hezká holka je kombinace, jaká se vyskytuje jen v bondovkách nebo v erotických románech. A najednou dostanu email od Jerryho, který nabízí fotografie sexy dívky, z níž se vyklube sen každého chlapa*“ [na fotografii je modelka ve spodním prádle] („April Rose“, Esquire, č. 02, s. 76). Fyzická atraktivita ženy se dokonce považuje za překážku v tom, aby mohla být jen kamarádkou: „*Vlastně by to byl docela dobrý kámoš, kdyby neměla tak zatraceně hezký tělo, které každého chlapa musí odrovnat*“ („April Rose“, Esquire, č. 02, s. 79).

Ženy bývají redukovány na jednotlivé části těla: „*Zatímco v sále, kde probíhaly přednášky a prezentace, bylo nabito, kolem samotných stánků popocházelo jen pár lidí. Není divu, větší šance vidět naživo bradavky byla spíš v sále*“ („EROTRH“, Maxim, č. 01, s. 24).

Na fotografiích v pánských časopisech jsou zpravidla znázorněny mladé a přitažlivé ženy. Následující odstavec z článku *10 věcí, po kterých jsme toužili* z časopisu Esquire ilustruje další případ objektifikace žen (ostatně i z názvu článku je patrné, že je žena považována za věc, přičemž z celého seznamu je jedinou živou bytostí). Článek představuje „*žebříček*

tajných přání, snů veskrze materiální povahy“, po kterých muži údajně touží („10 věcí, po kterých jsme toužili“, Esquire, č. 10, s. 53). Muži si podle časopisu Esquire přejí mít: „*Krásnou buchtu. Ženská reprezentuje chlapa. Jako na mytí nádobí si najmu nějakou Ukrajinu, ale do společnosti musíš brát kočku, aby se každéj oblízl. Jedna se mi líbí, ale má malý kozy. To nevadí, koupím jí větší*“ („10 věcí, po kterých jsme toužili“, Esquire, č. 10, s. 53). Autor pokračuje: „*Mám rád brunetky s pevným zadkem, a to tahle taková je. Fakt krásná buchtu*“ („10 věcí, po kterých jsme toužili“, Esquire, č. 10, s. 53). Žena je považována za věc, kterou si muži vybírají podle barvy, velikosti a jiných anatomických charakteristik. Značkou s nadpisem „česká buchtu“ a fotografií buchtu (ve smyslu dezertu z kynutého těsta) jsou v časopisu *Maxim* dokonce označovány fotografie českých modelek.

O ženách se v pánských časopisech běžně mluví v souvislosti se sexem, přičemž sex bývá spojován se způsobováním bolesti pro ženu. Chápání ženy jen jako sexuální hračky normalizuje ublížení ženám. Následující příklad ilustruje, jak se ženy obětují pro potěšení mužů: „*Napoprvé to vždycky bolí [anální sex], ale je to bolest, která se dá snést. Lepší je, když penis uvnitř míří spíš dopředu, směrem k pochvě. Pak z toho může žena aspoň něco mít*“ („Analýza ženy“, *Maxim*, č. 01, s. 84), „*Často jsme si pomáhaly s kolegyněmi navzájem, až z toho vznikla taková malá škola roztahování zadků*“ („Analýza ženy“, *Maxim*, č. 01, s. 84-85).

Na stránkách pánských časopisů také nacházíme alarmující případy zobecňování týkající se zájmu žen o sexuální praktiky označované jako BDSM.⁴¹ Tyto praktiky zahrnují ponižování, způsobování bolesti, a jsou založeny na vztahu podřazenosti a nadřazenosti mezi partnery. Článek *Divadlo na provázku* z časopisu *Maxim* ilustruje daný problém: „– *Touží po tom [shibari⁴²] v nitru každá holka? – Větší část žen by asi ráda. Ty, které to odmítají striktně, k tomu asi mají svoje důvody. Jakmile je holka jen trošičku otevřená a ochotná poznávat svět, nemusí ji člověk moc přesvědčovat*“ („Divadlo na provázku“, *Maxim*, č. 03, s. 29). Někdy bývá bolest prezentována jako něco, co si ženy užívají: „*Modelka Anea Capaken si to vyloženě užívá*“ [na fotografii je nahá svázaná žena

⁴¹ Zkratka označující v anglickém jazyce výrazy *bondáž, disciplína (dominance), sadismus a masochismus* (jako sexuální praktiky). Zdroj: Definition of BDSM in English, In: *Oxford Dictionaries* [online]. [cit. 2018-05-02]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/bdsm>

⁴² Shibari je BDSM praktika spočívající v „*aranžování ženských těl pomocí provazů*“ („Divadlo na provázku“, *Maxim*, č. 03, s. 26).

pověšená vzhůru nohama s výrazem bolesti na obličeji] („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 30).

K objektivaci žen jsou také vyzýváni i čtenáři pánských časopisů: „*Yanina, Lea, nebo Victory? Pozvali jsme na castingové focení tři mladé slečny a je na vás, abyste rozhodli, se kterou nafotíme velkou fotostory. Své hlasy posílejte na editorial@maxim.cz*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 90).

A. „KULT KRÁSY“

Na ženy a muže se nekladou stejné nároky, co se týče fyzické atraktivity. Na ženách se cení hlavně jejich vzhled, nikoliv další kvality: „*Ženy prostě musejí být krásné a jenom takové jsou přínosné pro společnost*“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 60). Pokud žena nechce nebo není schopna odpovídat vysokým standardům krásy, je méněcenná: „*Přirozená krása se hrozně přeceňuje a přitom, jak já tvrdím, nic takového ani neexistuje. Zkuste najít ženu, která si neholí nohy, netrhá obočí, nepoužívá krémy. Pokud něco takového najdete, bude to pravděpodobně opice*“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 59). Od žen se očekává, že budou do svého vzhledu investovat více času a peněz: „*Pokud chce být česká miss konkurenceschopná, musí se něco změnit!*“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 59). Úspěch žen se měří jejich fyzickou přitažlivostí. Ženy na sobě musí něco měnit a zlepšovat se, aby byly úspěšné. Zároveň je vzhled hlavním zdrojem sebevědomí žen: „*Kolikrát ženě změníte život jen tím, že ji obarvíte a ostříháte jí ofinu. Najednou se vidí jinak, je sebevědomější. Šedé myšky, co se obarvily a něco v nich vyrostlo, si třeba po dlouhé době díky kadeřníkovi najdou partnera. Roky nic a pak jsou načančané, mají jiné vlasy a hned je někdo pozve na kafe*“ („Co mě život naučil: Honza Kořínek“, Esquire, č. 08, s. 93). Název této kategorie byl půjčen přímo z analyzovaného materiálu: „*Kvůli kultu krásy jsou rodiny ochotny zadlužovat se*“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 59). Vzhledem k tomu, že standardy ženské krásy jsou nerealistické a pro mnoho žen nedosažitelné, jde tu spíše o kult zkrášlování, nikoliv krásy. Je nutné zde dodat, že pojem „krása“ má kulturně a historicky podmíněný charakter. Ideály krásy se v čase se mění.⁴³

⁴³ MAYMONE, Mayra B. C., Hind H. NEAMAH, Eric A. SECEMSKY, Roopal V. KUNDU, Dana SAADE a Neelam A. VASHI, 2017. The Most Beautiful People: Evolving Standards of Beauty. *JAMA Dermatology* [online]. 2017;153(12):1327–1329 [cit. 2018-05-05]. DOI: doi:10.1001/jamadermatol.2017.3693. Dostupné z: <https://jamanetwork.com/journals/jamadermatology/article-abstract/2656675>

B. „MALE GAZE“

Ženy se učí vnímat sebe a své tělo zprostředkovaně, skrz pohledy mužů. Do této podkategorie jsem zařazovala případy, kdy se ženy dívaly na svoje zkušenosti skrz oči mužů. Například: „...čtenáři Maximu si stoprocentně užijou pohled na mě, jak si užívám jejich pohledy na mě a moje tělo skrze objektiv fotografa“ (Maxim, č. 01, s. 38), „V Caracasu i jiných městech existují stovky akademií, kde se už čtyřleté holčičky učí kroutit na vysokých podpatcích, aby se zalíbily chlapům a jednou vytáhly paty z rodného slumu“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 59). Být přitažlivá je pro ženy důležitější než jejich vlastní zdraví a pohodlí: „Za první: Ženy denně přemýšlejí o tom, jestli se během dne budou před někým svlékat, nebo ne. Je to jedna z okolností, na jejichž základě si vybírají spodní prádlo. Za druhé: Když si žena obleče luxusní, atraktivní a třeba i svůdné spodní prádlo, je to také proto, že předpokládá, že ji v něm někdo uvidí. (Je tedy v pořádku, když se na ženu ve spodním prádle díváme.) Za třetí: Ženy si rády oblečou takové spodní prádlo, s nímž můžou svému partnerovi udělat radost, a to i za cenu, že tím do jisté míry omezí své pohodlí“ [článek doprovází fotografie modelek ve spodním prádle] („Nudes and blacks story“, Esquire, č. 09, s. 92-93). Název kategorie byl inspirován statí Laury Mulvey *Vizuální slast a narativní film* (1975).

C. „PRKNO V POSTELI“

Tato podkategorie odráží frustraci mužů z toho, že jejich partnerky nejsou dostatečně aktivní nebo nemají dost velký zájem o sex: „Jenže když mě postavíš do role dobyvatele, sama se stavíš do role pevnosti. Chladné, s přibouchlými vraty a naježeným kopím na cimbuří“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 60), „Čím větší mám chuť na sex, tím menší nadšení vidím na tvé straně postele“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 60), „Když to podtrhnu a sečtu, láska, nevychází mi z toho, že našemu intimnímu životu něco schází. Spíš mi přijde, že se odstěhoval na Mars a něco ti vymazalo i vzpomínky na něj, asi jako Schwarzeneggerovi v *Total Recall*. Takže to je asi vše, co jsem ti chtěl říct. A teď se zase s dovolením vrátím k prsaté Daně z Maximu a pak se s ní nejspíš ještě odeberu na záchod, protože to je to pro tebe nejmíň bolestivé řešení mé galaktické frustrace z našeho mumifikovaného sexu“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 65).

D. POLYGAMIE

Opakujícím se motivem v pánských časopisech je polygamie nebo obecně vztah muže s více než jednou partnerkou. Ženy jsou zpravidla konstruovány jako monogamní od přírody, zatímco muži jsou přirozeně polygamní: „*Muži chtějí širší rejstřík vztahů, zatímco ženy chtějí jen jednoho*“ („V posteli musíte nechat rozum spát“, Maxim, č. 07, s. 37). Monogamie je pro muže trápením, i když má šťastný vztah a miluje svou partnerku: „*Měl krásnou ženu, dvě mladé dcery, trápil se monogamií a s hrůzou se díval na vyhlídky, které mu nabízela pátá dekáda jeho života. Jako kterýkoli jiný chlap v jeho věku si začal klást otázku: „A to má být všechno?“*“ („Osamělý hedonista“, Esquire, č. 12, s. 82). Monogamie je ironicky prezentována jako zastaralý koncept: „*Je snad načase si přiznat pravdu. Tradiční svazky jsou přežitek, odpadek z doby, kdy nikdo nechtěl pustit ženu k pracovnímu stolu a kdy lidé vydělávali tak málo, že uživit i jednu ženu bylo terno*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 25).

Řada článků prosazuje ideu polygamie a zdůrazňuje její přínosy, přičemž jsou zohledňovány zpravidla jen mužské potřeby: „*Holky jsou rády s holkou i s chlapem. My chlapi jsme rádi s holkou, ale i se dvěma holkama. Je to rovnice o třech známých, takže? Proč vlastně žijeme (oficiálně) jen s jednou? Pojďme se podívat na výhody souložit s dvěma ženami*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 25).

Mít více sexuálních partnerů je přínosné: „*Dopřát si období vztahu k více partnerům naráz je přínosná zkouška*“ („V posteli musíte nechat rozum spát“, Maxim, č. 07, s. 37), zatímco mít jen jednoho sexuálního partnera je nenormální: „*Před nějakou dobou jsme si začali říkat, že to nemusí být normální, strávit celý život s jedním člověkem*“ („Osamělý hedonista“, Esquire, č. 12, s. 86).

Najít ideální partnerku není realistické. Polygamie je řešením tohoto problému: „*Je nepravděpodobné, že byste sehnali ženu, která je dobrá v posteli, u plotny, s mopem, na cyklo výletě i v hospodě. Dvě ženy už zvyšují šance, že každou z těch činností s vámi aspoň jedná dá podle vašich představ*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 28).

Pokud se polygamie líčí jako nepřínosná, jsou opět zohledňovány pouze zájmy mužů: „*Odvrácená strana [polygamie]: Dvě ženy budou mít zároveň dvojnásobný počet nároků na vás*“ („Trojka povolena!“, Maxim, č. 11, s. 28). Mít více manželek může být nepraktické: „*Mladý Pokot si může vybrat hned několik manželek a má i právo vzít si dívku o mnoho let mladší. Ovšem zatímco v jiných kulturách je to rodina dívky, která musí platit*

nastávajícímu, tady střádá věno – hovězí dobytek – ženichova rodina. Takže mít zase tolik žen se vlastně moc nevyplatí...“ („Dospěláci“, Maxim, č. 04, s. 83).

VIII. DEHUMANIZACE ŽEN

Do této podkategorie jsem zařazovala případy, kdy byly ženy označovány jako otrokyně, zvířata či předměty. Podobně jako u ostatních kategorií, většinou docházelo k dehumanizaci žen v souvislosti se sexem: „*Muž s přezdívkou Achnaton tu popásal vychrtlou mladou ženu s modřinami a krvavými zářezy na zadnici. Přítomní mohli zaplatit 200 Kč a užít si pět minut trápení a ponižování této „otrokyňky“. První odvážlivec moc fantazie neměl a spokojil se s tím, že dívku vodil mezi ostatními na vodítku jako psa*“ („EROTRH“, Maxim, č. 01, s. 25), „*Za speciální příplatek pak dívka mohla předvést „starořímskou fontánu“ popsanou takto: „Vycévkuji dívku a naplním její močový měchýř čajem, který pak servíruje močením do sklenic zájemcům*“ („EROTRH“, Maxim, č. 01, s. 25), „*Stačilo na pódiu předvést, jak zavěsit ke kmeni bambusu dvě skoro nahé dívky. Klub byl narvaný až po strop. Většina diváků asi přišla na pokoukání, jak se mezi prsa a jiné části těla zařezává jutový provaz, ale japonská bondage zvaná shibari je ve skutečnosti spíše umění. Asi něco jako aranžování květin. Chtěli jsme se od Edny o tom aranžování ženských těl pomocí provazů dozvědět něco víc*“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 26), „*Žena nad krb. Otisky prsů. Zakonzervujte si mládí! V Bratislavě vám vyrobí tu vaši z akrylu a sádry. Jen bacha, aby za pár let nezačala sama na sebe žárlit*“ („Otisky prsů“, Maxim, č. 09, s. 32), „*Základem je volba správné polohy, při které vyniknou klientčiny přednosti. „Třeba u baby s velkýma prsama musíte dávat pozor, aby jí nevisely. Dokážeme sice výslednou sochu ještě upravovat, ale hlavním smyslem je, aby se to co nejvíc podobalo originálu,*“ ukazuje Pátek na stěnu, na níž visí „trofeje“ finalistek soutěže Miss Carat Tunning“ („Otisky prsů“, Maxim, č. 09, s. 33), „*Svou první Maškarádu strávila na čtyřech jako lidský stoleček. Dnes je připoutána ke zlatému řetězu a tímto shromážděním ji provádějí její dvě kolegyně. [...] Podobně jako čišníci nabízejí předkrmy, toto trio povzbuzuje členy a hosty k tomu, aby holku v řetězu poplácali nebo pohladili, jak se jim bude chtít*“ („Osamělý hedonista“, Esquire, č. 12, s. 86).

Článek *Divadlo na provázku* v časopisu *Maxim* dokonce obsahoval foto návod na balení žen: „*Jak sbalit ženu. Berete holku na hory a je málo místa v autě? Čtete návod! 1. Dvojitým jutovým provazem svážeme k sobě zápěstí. 2. Provazem ovážeme hrud', jednou nad a podruhé pod prsy. 3. [fotografie redaktora Maximu, jak s úsměvem váže polonahou*

ženu] K zápěstí přivážíme nohy. Nakonec vyrobíme držadlo jako u balíku, aby se dobře nesla a nezařezávala se vám do dlaně. 4. Žena je sbalená na cestu. Stihnete to i vy do patnácti minut? [fotografie redaktora Maximu, jak s úsměvem zvedá svázanou polonahou ženu] Doufám, že se vejde do karosy mezi lyže“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 31). Ironie a humor jsou mocným nástrojem pomáhajícím pánským časopisům ventilovat sexistické postoje a v tomto případě dehumanizovat ženy. Humor vytváří šedou oblast, která dělá sexismus přijatelným a vytváří jakési alibi.

V některých případech bylo popisováno sexuální obtěžování žen a nevídaný fyzický kontakt sexuálního charakteru: „Po celou dobu za nimi na stole leží nahá modelka s ovocem rozprostřeným po těle. Na konci si můžeme z tohoto živého stolu posloužit. Někteří to nevydrží a pokoušejí se aspoň plátek melounu smočit v jejím rozkroku. „Prosím vás, ovoce si berte, ale neosahávejte ji,“ napomíná pořadatel s vysílačkou. Touto větou by se dal docela dobře shrnout zážitek návštěvníka erotického veletrhu“ („EROTRH“, Maxim, č. 01, s. 25).

Tato podkategorie je podobná podkategorii *Žena jako sexuální objekt*, avšak – na rozdíl od výroků typu „Bože, to je zadek!“ („Lety mimo“, Maxim, č. 05, s. 62) – tu dochází k dehumanizaci žen skrz jejich zobrazování v podobě věcí, zvířat nebo otrokyň.

IX. ŽENA JAKO OBĚŤ NÁSILÍ

V této podkategorii ženy a adolescentní dívky vystupují jako oběti násilí: „Říká, že tam, kde bydlím, je bezpečno, ale přede dvěma dny tam na pláži před nějakým nobl hotelem ubodali holku“ („Vítá vás Rio“, Esquire, č. 07, s. 84), včetně sexuálního násilí: „Vězněná se opírá o jeho nejznámější případ, kdy omráčil a spálil či zahrabal dva členy rodiny Balleyových a třetího, dvanáctiletou Danielu, uvěznil ve své kůlně, kde ji zneužíval. Aby jeho žena neslyšela křik, nasazoval dívce na hlavu dřevěnou bedýnku vystlanou hadry, které zvuk tlumily“ („Ta dívka ve sklepě“, Maxim, č. 01, s. 72). Ve výrocích z této kategorie běžně dochází k sexualizaci násilí, kdy jsou detaily útoků popisovány sexualizovaně a autoři článků vychází z předpokladu, že čtenáři tyto detaily očekávají a vítají: „Šváp je sériový vrah, oba rodiče podřízne a holčičku uvězní v podzemní hrobce, kde ji bude znásilňovat. Detaily perverzností nečekejte, spíš takové mlživé „ublížil jí tak strašně, jak může někdo ublížit dítěti“ („Ta dívka ve sklepě“, Maxim, č. 01, s. 72). Podobně jako v podkategorii *Žena jako sexuální objekt*, sexualizace násilí na ženách zde také probíhá skrz prezentování sexuálních praktik typu BDSM jako žádoucích, takže oběti násilí

si takové zacházení užívají: „*Já jsem typ sadisty, který rád ubližuje lidem, ale jen těm, kterým se to líbí*“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 30).

Některé příklady přímo zahrnují vyhrožování ženám, což je považováno za přijatelný vtíp: „*Ještě jednou se mě zeptáš, jestli jsem šťastnej, a fakt ti jednu vrazím už*“ („32 věcí, co fakt neříkat o svatební noci“, Maxim, č. 03, s. 104).

Spojování sexu s násilím pozorujeme i v článku *POSTAPOSEX* z časopisu *Maxim*, ve kterém autor píše: „*Nejlepší sex je postapokalyptický sex. Protože v něm jde vždycky o život, a to je rajc. Zvlášť pro Druunu*“ („POSTAPOSEX“, Maxim, č. 03, s. 72). Druuna je komiksová postava, která je v článku popsána následujícím způsobem: „*Druuna je dívka s velkýma prsama a dokonale oblou zadnicí, která přežívá v postapokalyptickém světě plném mutantů. A protože jsou ti mutanti nadrženi jak býci po dvou letech na samotce, přežívá Druuna hlavně tím, že tam ojede, co se hýbe. Občas ta volba není úplně na ní, ale i když Druunu sem tam něco chytne pod krkem a obtáhne ji to proti její vůli, můžete se spolehnout, že Druuně se to bude líbit. Tohle opravdu není čtení pro feministky. Tohle je svět krutých mužských fantazií bezpečně zavřený v komiksu*“ („POSTAPOSEX“, Maxim, č. 03, s. 72). Příběh založený na sérii sexuálních útoků na ženu je podáván jako zábavný: „*Kdyby se každý mutant choval jako ty příšery, na které během svého putování narazí Druuna, bylo by to ve vědecké fantastice mnohem zajímavější*“ („POSTAPOSEX“, Maxim, č. 03, s. 72). Sexuální útoky jsou misreprezentovány, jsou zde podávány jako něco, co si oběť užívá: „*Takhle se musíme spokojit s tím, že se svými penisovitými chapadly snaží dívky uspokojit aspoň mutanti v komiksu o Druuně. Před tím, než je sežerou*“ („POSTAPOSEX“, Maxim, č. 03, s. 72). Znásilnění je zde prezentováno jako něco, co muži považují za vzrušující. Oběť je aktem znásilnění „uspokojována“. Za ideální vztahovou dynamiku je považován stav, kdy má muž totální kontrolu nad ženou: „*Nejlíp je na tom autor Druuny. Dělá si s ní, co chce. A v komiksu i vystupuje*“ („POSTAPOSEX“, Maxim, č. 03, s. 72).

Autoři článků v různých formách šíří poslání, že ženy chtějí být svým sexuálním partnerem dominovány: „*Pořád mluví [ženy] o něze a vtípu, ale průzkumy sexuálního chování vedené profesorem Flegrem nedávno ukázaly, že velká část žen si přeje být chlapem sexuálně podrobená. Jen to nahlas řekne málokdo*“ („V posteli musíte nechat rozum spát“, Maxim, č. 07, s. 37). Tento postoj se legitimizuje jednak skrz opakování téhož, což působí jako propaganda, jednak skrz odkazování na nejrůznější průzkumy a studie, které nejsou v některých případech ani blíže upřesňovány, takže čtenář nemá možnost ověřit

věřuhodnost zmíněných studií. Představa, že ženy chtějí být sexuálně podrobeny svými partnery, ale neříkají to nahlas, může sloužit jako ospravedlňování sexuálních útoků, protože nevyžaduje explicitní souhlas ze strany žen a opět vytváří šedou oblast.

Do této kategorie jsem zařazovala i případy, kdy docházelo k sexualizaci adolescentních dívek, například: „*Stuart Mead je v Berlíně usazený americký undergroundový malíř, jehož tvorba se často točí kolem tématu děvčátek v různých perverzních situacích*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). Podle autora článku „*sexualita může dospívajícím dívkám dodat moc nad druhými, podobně jako v románu Lolita*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). Meada dle jeho vlastních slov inspirované „*kombinace estetiky nevinné dětské knihy a násilnických témat*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). Součástí článků je Meadova tvorba představující obrázky nahých a polonahých dívek.⁴⁴ Například obrázek s názvem *Stáj ve svitu měsíce* (2010) znázorňuje nahou adolescentní dívku olizovanou zvířaty („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). Na dalším obrázku s názvem *Pan učitel* (1994) je znázorněna adolescentní holka ve školní uniformě sedící na stole s roztaženými nohama před svým učitelem („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). V různých zemích se věková hranice pro povolený pohlavní styk liší, v ČR je například stanovena na 15 let. Nemůžeme sice s jistotou říct, kolik let je dívkám na obrázcích (což představuje již zmiňovanou šedou oblast), nicméně některé z nich vypadají mnohem mladší a jsou zachyceny při vykonávání běžných dětských aktivit. Právě zmiňovaný kontrast mezi dětskostí a sexem a také důraz na perverznost (například zoofilie, sexuální vztah mezi učitelem a žačkou atd.) a násilí mě přesvědčily k tomu, abych tyto příklady označila jako zneužívání mladých holek, a tudíž jako násilí na ženách. Čtenáři *Maximu* jsou časopisem přímo vyzýváni k tomu, aby podpořili sexualizaci mladých dívek: „*Už víte, čím obdarujete své bližní letos na Vánoce kromě předplatného Maxima? No přece hodnotou knihou. Nabízíme vám nahlédnutí do tří trochu peprných svazků, které stojí za to pohledat*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59) a „*Monografii Stu Meada koupíte na webu vydavatele divus.cc/cs/eshop za 1486 Kč. Jsou zde k prodeji i jeho díla*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 60). Meadova tvorba sexualizující mladé dívky není v článku prezentována jako problematická. Sám Mead je podáván jako undergroundový malíř věnující se tabuizovaným tématům, jehož tvorba dle jeho vlastních slov „*není reprezentantem nějaké ideologie*“ a je „*účelově bezúčelná*“ („Nahota

⁴⁴ Viz přílohu č. 2.

ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59). Meadova tvorba není mezi lidmi přijímána hlavně kvůli politické korektnosti, „*uhlazenému, neurážejícímu vyjadřování*“ a „*kultivovanou slušností*“, kterými je „*jak v USA, tak [...] v Česku [...] prostý lid přesycen [...] a touží po někom, kdo bude mluvit jako on*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 60).⁴⁵ Opozici můžou představovat hlavně feministky, které jsou obecně vnímány negativně: „– *Útočí na vás feministky? – Ano, už dlouho od feministek slýchám, že mé obrazy objektivizují ženu a sexualizují děvčátka. Ale znám také hodně feministek, které mé dílo těší*“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 59-60).

A. ZASTRAŠOVÁNÍ ŽEN

Tato podkategorie zahrnuje případy zastrášování žen: „*Skřípe to ve vašem vztahu? Neváží si vás dostatečně? Ukažte jí, že byste případný rozchod zakončil důstojně – příspěvkem do muzea [rozpadlých vztahů], kam ji vezměte jako varování*“ („Kam ji vzít“, č. 01, s. 104), „*Tady už končí sranda. Dnes se bude věšet*“ [fotografie polonahé svázané ženy] („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 28), „*Ale třeba když naznačím, že jí ty kalhotky před publikem sundám, měl bys vidět její vytřeštěný výraz*“ („Divadlo na provázku“, Maxim, č. 03, s. 30), „*Karate patří k fotbalu stejně jako ženská na harleye. Takže se to občas stane, ale nikomu se to nelíbí a většinou přijde spravedlivý trest*“ („Střelba ostrými“, Esquire, č. 06, s. 32).

X. MUŽSKÁ NADVLÁDA

Mužská nadvláda představuje takové projevy podřadného postavení žen, které jsou otevřené a nepopíratelné: „*Ženy a děti čekají v uctivé vzdálenosti opodál. Najíst se budou moct až toho, co zbude [po mužích]*“ („Dospěláci“, Maxim, č. 04, s. 81), „*Abyste se ve skupině svých vnitřních osob vyznali, hodí se archetypy lidské zkušenosti. ISys tedy používá následujících pět: žena (vztahy, soucit, intuice, kreativita), muž (nadřazená struktura, plán, přehled, vedení), dítě (zranitelnost, nevinná otevřenost, hravost, intimita), zvíře (vůle přežití, sex, prosazení, hranice) a bůh (transcendence, bezpodmínečná láska, vděčnost, celistvost)*“ („Penzion já“, Esquire, č. 12, s. 93).

⁴⁵ Viz také kategorii *Negativní postoj k politické korektnosti*.

3.1.1.2 Kategorie STRACH MUŽŮ Z GENDEROVÉ ROVNOSTI

Následující kategorie vyjadřuje obavy mužů spojené se společenskými změnami týkajícími se genderových rolí. Genderová rovnost – i když se bere jako pozitivní věc – představuje pro muže komplikace a nejistotu ohledně vlastního postavení: „*[Výrok redaktora Esquire] ...je mnohem komplikovanější být mužem – a to částečně díky rostoucímu vlivu žen, z něhož máme všichni radost*“ („George Clooney: Opravdový gentleman“, Esquire, č. 07, s. 96). Jeden článek v časopisu *Maxim* představuje zajímavou ilustraci mužských obav: „*Jako doprovod ke krásným fotkám krásných holek jsme připravili poněkud depresivní text o fatalitě volby. Protože učinit chlapské rozhodnutí muže být těžší, než se zdá. Natož si připustit, že ženy jsou často blíže chlapskému rozhodnutí než my. Myslíte si, že se umíte rozhodovat? Líp než vaše partnerka? Jak se rozhodnou ženy? A co by to pro nás znamenalo, kdyby se rozhodovaly jako my?*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 90).

Pokud se ženy nechovají stereotypicky, vyvolává to mužích negativní pocity a vede je k tomu, aby na ženy utočili: „*Není pravda, že by ženám scházela schopnost racionálního uvažování. A to teda ani náhodou!!! Jsou racionální a to na nich nemáme rádi. Jakmile se při svém rozhodování začnou chovat jako my – tedy racionálně, často to v nás vzbouzí takovou tu nechuť, kdy říkáme, že bychom si o ni neopřeli ani kolo... a že my si teda fakt vybíráme, o co si ta kola opřem, co?*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 90-92).

Racionální chování žen se mužům nelíbí: „*Zkuste si představit následující modelovou situaci: Je vám pětadvacet a vaše třiatdvacetiletá holka se s vámi rozchází. A to vás štve, protože to byla dobrá holka a už jste si na ni zvykli, a buď jste počítali s ní dožit, nebo se s ní rozejít, až se bude chtít vám. Ale ona jde pryč a říká: „Já jsem ještě mladá, já chci ještě pařit, já chci ještě spoustu jinejch kluků, já chci cestovat, dodělat si školu, něčemu se věnovat pořádně.“ A vy říkáte: „Já, já, já, sobče!“ A pak bulíte, protože si myslíte, že to něco změní. Ale to, co si neuvědomujete, je fakt, že ona teď prostě přemejšlí racionálně, rozhoduje se naprosto logicky, ne emotivně, ne roztržitě, tohle je prostě promyšlenej a vyargumentovanej krok*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 92).

Ani článek představující jakousi obhajobu žen se nevyhnul jejich negativním a stereotypickým reprezentacím: „*Stejně jako když si holka najde bohatšího kluka, protože prostě chce být zajištěná. To taky není akt emocí, lásky nebo nesoustředěnosti. To je čistě racionální volba a to nás štve, protože racionální máme být my!!!*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 92-94). Negativní reprezentace žen nevylývají z toho, že by muži chtěli ženy změnit. Jde o nástroj udržování jejich vlastního nadřazeného postavení: „*My chceme,*

aby holky byly emotivní a aby na ně pasovaly ty lifestylový floskule!“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 92-94). Měnicí se chování žen vyvolává v mužích potíže se sebeidentifikací. Maskulinita dává smysl jen ve vztahu ke svému opaku, tedy k femininitě (Benwell, 2003, s. 8-9): „*A ejhle, ony v sobě mají chlapa, kterej když se projeví, vzbudí v nás ženskou a námi začnou cloumat emoce. A najednou jsme my ti roztržití, ti ubrečení, ti, co zapíjejí žal a píšou bolestné esemesky a někteří z nás i ze žárlivosti vraždí. A vražda ze žárlivosti, to, myslím, je dost iracionální čin*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 92-94). Zmíněný příklad také prezentuje ženu jako oběť násilí.

Strach z genderové rovnosti je ilustrován i v následujícím citátu: „*Takže si zkuste představit, kdyby všechna ženská rozhodnutí byla chlapská, řeznická, přímočará, určující, pevná a neotřesitelná. Kam by se asi poděla ta naše dominance, na kterou spoléháme, protože si ji vydobyli naši opičí 10000xpradědové?*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 94). Muži se cítí ohroženi kvůli rostoucímu vlivu žen a jejich větší samostatnosti, které muži považují za útok na svoji důstojnost. Jako zbraň používají ponižování žen (opět se tu opakují genderové stereotypy a negativní portréty žen): „*Dnes si ještě troufneme říkat o těch holkách, který jednaj logicky, tudíž ve svůj prospěch, že jsou to „zlatokopky“ nebo „sobkyně“ (už jste někdy řekli slovo sobkyně?) nebo prostě „vypočítavý mrchy“ ale ta hanlivá příchut' těch přezdívek vyplývá jen z toho, že nás štvě, že takové holky nemáme jen tak pod kontrolou. Protože naši opičí pradědové taky útočili na to, co je ohrožovalo, a snižovali důstojnost toho, co ohrožovalo důstojnost jejich*“ („Maxim casting“, Maxim, č. 07, s. 94).

A. „MODERNÍ ŽENA“

Označení *moderní žena* se většinou používá ironicky a reprezentuje spíše frustraci autora s tím, že žena neplní tradiční genderovou roli, která je jí přisuzována v maskulinní společnosti: „*Asi jsem zapomněl připomenout, že to všechno se odehrává s kondomem. Protože moderní žena přece ví, jaké svinstvo je hormonální antikoncepce. Moderní žena také ví, kdy už je připravena zplodit potomka*“ („Sex hluboko (pod nulou)“, Maxim, č. 03, s. 64-65). Moderní žena nepovažuje vztah s mužem za nejdůležitější aspekt svého života, což je prezentováno jako sobectví: „*Jsou sobecký. Jejich současnej životní stav je výsledkem soustavnýho naslouchání sobě samé. Je lehké si představit, že celý její dospělý život je tvořen odpověďmi na otázku: Co je nejlepší pro mě? Dlouhodobé vztahy se nekonají, protože buď jeden proběhl a zanechal trauma, nebo jsou nevýhodné, omezující,*

vyžadují účast a aktivní přístup, což se jí nechce. Vzhledem k tomu, že by kvůli vztahu s váma musely opustit divokej životní styl, budete postoupen velmi tvrdému hodnocení“ („Singles“, Maxim, č. 11, s. 48). Popisuje se zde životní přístup, který lifestylové časopisy přisuzují mužům: „Chovaj se jako my. Nechtěj se vázat. Maximálně si s váma jednou užít a nezabývat se vašima citama a nárokama. Jsou ve vztazích k nám stejně racionální jako my k nim. Když nás můžou mít všechny, proč by měly mít jenom jednoho, a to nota bene vás? Vědí, že čas na užívání nemají nekonečný, a chtěj si užít každý den, každý týden, každý měsíc. Takže když se do takové holky zamilujete, připravte se, že to pro vás bude dost ponižující“ („Singles“, Maxim, č. 11, s. 52).

B. TRIVIALIZACE FEMINISMU

Trivializace feminismu a vážných problémů týkajících se genderové nerovnosti je populární nástroj lifestylových časopisů pro muže. Například: „Ženy přebírají mnohé původně mužské společenské úlohy a pak si stěžují, že dnes nejsou muži. Je to, jako kdybych chtěl podržet ženě dveře, ale ona si je otevřela sama a stěžovala si, že chlapi už ani neumějí podržet ženě dveře. Ale ony by nám měly dát tu možnost“ („Muž a dokonalý svět: Patrik Děrgel“, Esquire, č. 12, s. 14). Tato podkategorie představuje odpor mužů proti vlivům, ze kterých mají strach, protože mohou vést k ohrožení maskulinní společnosti: „Jak říká bývalý spolupracovník Miss Venezuela José Briceño, ... nebyla Venezuela nikdy zasažena vlnou feminismu. „Ženy nikdy nezahodily podprsenky, nezavrhly boty na vysokých podpatcích, a tím se staly stejně mocnými, nebo ještě mocnějšími, než jsou muži,“ přemítá Briceño“ („Země cara krásy“, Maxim, č. 01, s. 60). Feminismus v tomto pojetí představuje pouhé zbavování se podprsenek a bot na vysokých podpatcích, přičemž rovnosti – a dokonce mocnějšího postavení – ženy mohou dosáhnout právě kvůli odmítnutí feminismu.

Dalším důležitým nástrojem pomáhajícím pánským časopisům trivializovat problematiku genderové nerovnosti je již zmíněná ironie. Následující citáty zachycují ironický diskurz: „Podle feministické lingvistiky je dnešní jazyk jedním z nástrojů k udržení nadvlády mužů nad ženami, a tak je ho nutné krapet přeorganizovat. Pro začátek se alespoň zbavit nebezpečného generického maskulina, tedy užívání slov rodu mužského pro souhrnné označování mužů a žen – místo prostého studenti důsledně používat studenti a studentky, zaměstnanci a zaměstnankyně místo zaměstnanci, důchodci a důchodkyně místo důchodci. Přechýleného tvaru se možná dočkají i prostatici – když genderová korektnost, tak se vším

všudy!“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 97), „*Ze, xe, xem, xyr, zirs. Stará sumerština? Nebo snad čínština? Ne, nepřihořívá ani trochu. Představujeme vám angličtinu budoucnosti, hyperkorektní asexuální jazyk, na jehož vzniku pracují sociální inženýři na amerických univerzitách*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 95).

Snahy dosáhnout genderové rovnosti jsou i zesměšňovány: „*Ideální jazyk sice nebude utlačovat ženy jako jeho dosluhující předchůdce, který se zrodil v dobách tuhého patriarchy, zato se s ním hůř dorozumíte*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 95), „*Vadí vám, že jste se narodili jako on? Udělejte ze sebe – alespoň na pár semestrů – xe nebo zirs! Jen tak prý může být univerzita otevřená všem a všichni budou moci začínat na stejné startovní čáře*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 95), „*Buďte jazykový rebel! Používejte kontroverzní zájmeno ona a profesorům říkejte profesore*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 93), „*Na to, abyste byl kvůli neznalosti nejnovějších trendů feministické lingvistiky za šovinistického burana, ale nemusíte jezdit až za oceán*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 95-97), „*Až ze sebe jazyky setřesou nános špíny generického maskulina, může u některých profesí klidně nastoupit povinné generické femininum. Komise pro rovné zastoupení feminin a maskulin v jazyce už se o to postará. Miloš Zeman bude podruhé kandidovat na úřad prezidentky ČR a Petr Čech se stane sportovkyní roku. Sci-fi? Možná, ale už tu máme jednu vlašťovku. Univerzita v německém Lipsku zavedla oslovení profesorka, docentka a doktorka i pro mužské členy pedagogického sboru. Zatím sice jen na papíře, ale třeba se pan profesorka chytne i v běžné komunikaci*“ („Ononie“, Maxim, č. 03, s. 97).

Ironie a trivializace pomáhají pánským časopisům šířit patriarchální ideologii: „*Doutníky jsou posledním útočištěm mužské hegemonie. Jestliže ženy chtějí svrhnout nadvládu mužů, musí je začít kouřit – George Sandová*“ („Proč ženy kouří“, Maxim, č. 06, s. 78), „*Patriarchální svět se ale začal bortit, ženy se rozhodly, že se tabákových „falů“ zmocní a budou také druhým ejakulovat do očí*“ („Proč ženy kouří“, Maxim, č. 06, s. 82).

V následujících příkladech je problematika genderové nerovnosti trivializována a ženy jsou prezentovány jako hloupé a slabé: „*Většina mužů mírně znervózňela, pro tabákové společnosti byl nový trend naopak darem z nebes. ... Slabšímu pohlaví zabrnkal právě na citlivou strunu emancipace. Lucky Strike byly oslavovány jako „pochodně svobody pro ženy, které musejí bojovat s hloupými předsudky*“ („Proč ženy kouří“, Maxim, č. 06, s. 82), „*Mimochodem, na kampani spolupracoval i synovec Sigmunda Freuda a možná to byl právě on, koho napadlo zaútočit ženám na další jejich slabinu. Správná žena raději sáhne po cigaretě než po sladkosti, zmiňovala jakoby mezi řečí reklama. Aha, takže cigarety jsou*

nejen pochodněmi svobody, ale taky se po nich hubne? Bylo to totální vítězství, tržby z prodeje značky Lucky Strike se během tří let skoro ztrojnásobily. Stačilo ženám slíbit iluzi svobody a štíhlou figuru“ („Proč ženy kouří“, Maxim, č. 06, s. 82).

Trivializuje se i hnutí FEMEN: „*Jste žena plus minus do padesátky? Svlékněte se, napište si svou pravdu na kozy, na transparent, prostě kamkoli, a hned si vás někdo všimne, začnou si vás fotit kolemjdoucí a vrhnou to na Facebook. Vyfotí si vás novinář a okoření zprávy kozičkama s poselstvím. Funguje to. Nejznámější je dnes asi východoevropské hnutí Femen, které si dalo za cíl porazit zkosnatělý patriarchát. Proč na to jdou způsobem, který muže zaujme a potěší, totiž tím, že na svět vystrčí svoje mrazem ztvrdlé bradavky, to je těžko rozluštitelným oříškem. Snad něco jako „pustíme se do nich jejich vlastními zbraněmi?“ („Nahota prodává“, Maxim, č. 07, s. 43).*

C. NEGATIVNÍ POSTOJ K POLITICKÉ KOREKTNOSTI

Negativní postoj lifestylových časopisů pro muže k politické korektnosti vyplývá z toho, že omezuje jejich svobodu vyjadřovat se způsoby, které jsou pro jiné lidi urážlivé, a tím způsobem ventilovat ideologii založenou na andro- a heterocentrickém vidění světa. Politická korektnost je podávána jako něco nesmyslného, suchého a „uhlazeného“. Maxim označuje politickou korektnost jako „neurážející vyjadřování“, takže odpor proti politické korektnosti představuje obranu práva urážet ostatní, které si dominantní skupiny ve společnosti dlouhodobě užívaly. Podívejme se na následující otázku, kterou položil redaktor *Maximu* již zmíněnému Stuartu Meadovi, umělci, jehož tvorba sexualizuje adolescentní dívky: „*Dosavadní úspěch humpolácky se vyjadřujícího, nekorektního Donalda Trumpa v roli prezidentského kandidáta je podle mě znamením odporu proti na západě tak rozšířené „politické korektnosti“, uhlaženému, neurážejícímu vyjadřování. Přijde mi, že jak v USA, tak třeba v Česku je už prostý lid přesycen kultivovanou slušností a touží po někom, kdo bude mluvit jako on. Myslíte si, že se staneme svědky pádu různých kulturních tabu? Povede to k tomu, že i vaše umění bude mezi lidmi víc přijímáno?“* („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 60). Meadova odpověď zní takto: „*Je to spíš naopak. Donald Trump a s ním Marie Le Penová ve Francii a strana AfD v Německu představují pravicové, rasistické a xenofobní trendy v americké i evropské společnosti. Trump používá politicky nekorektní slovník jen proto, aby mohl útočit na jemu nepohodlné minority a cizince. V loňském roce lidé ze strany Národní fronta Marie Le Penové zaútočili na mou výstavu v Marseilles. Oni nepodporují svobodu projevu a vyjadřování. Myslím si, že nás*

*naopak čekají mnohem konzervativnější časy“ („Nahota ve vazbě“, Maxim, č. 10, s. 60). Maxim stejným způsobem utočí na nepohodlný feminismus a další snahy dosáhnout větší společenské rovnosti, včetně genderové rovnosti, která je předmětem tohoto výzkumu. Negativní postoj *Maximu* k politické korektnosti nevychází z požadavku svobody projevu a vyjadřování, ale z požadavku větší svobody pro majoritní skupinu (muže) na úkor minoritní skupiny (ženy).*

3.1.1.3 Kategorie ČÁSTEČNÉ VYVRACENÍ MASKULINNÍ PERSPEKTIVY

Název této kategorie byl inspirován Johnem Fiske a jeho ilustrací toho, jak může genderový diskurz zajistit odrazení příjemců od adoptování maskulinního hlediska, které je považováno za normu v patriarchálních médiích (2001, s. 52). Neznamená to však, že příklady zařazené do této kategorie obsahují pouze pozitivní obrazy žen. I tato kategorie opakuje negativní genderové stereotypy, nicméně cílem je zpravidla přesvědčit příjemce, aby změnilí svůj postoj. Podívejme se, jak následující příklad opakuje genderové stereotypy a následně je vyvrací: *„Ženy jsou samozřejmě také oběťmi ekonomických tlaků. Ale výzkumy poukazují na fakt, že dokonce i dnes přikládají muži mnohem větší význam pracovnímu statusu a příjmům. Zpráva nadace [...] Kampaň proti životu v bídě [...] z roku 2014 dokládá, že osmdesát procent mužů ve věku od pětatřiceti do čtyřiačtyřiceti let považuje svou práci za velmi důležitou nebo důležitou ve vztahu k jejich sebevědomí a čtyřicet dva procent z nich věří, že muži by měli být hlavními živiteli v rodině. A nejenom to. Muži také považují peníze za to hlavní, čím můžou přitahovat opačné pohlaví: čtyřicet procent věří, že potenciální sexuální nebo milostné partnerky hledají bezpečí, stabilitu, finanční spolehlivost anebo tvrdě pracující, úspěšné muže. Ve skutečnosti však průzkum mezi ženami ve stejné zprávě uvádí finanční stabilitu mnohem níž [...] než laskavost, smysl pro humor a důvěryhodnost“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67). Nejdříve je konstruován obraz žen, pro které pracovní status a příjmy nejsou tak důležité jako pro muže, následně jsou muži prezentováni jako hlavní živitelé rodiny. Peníze jsou pro muže statusem, jsou podle mužů také hlavní věcí, která přitahuje ženy, čímž je líčena žena jako „zlatokopka“. Ženy podle mužů hledají finanční stabilitu skrz vztah s muži. V závěru však jsou prezentovány výsledky průzkumu, které tyto představy vyvrací. Tento mechanismus zajišťuje částečné odrazování čtenářů od genderových stereotypů.*

Pozitivní je fakt, že tato kategorie výroků uznává společenské změny a mění se očekávání, co se týče chování mužů či žen. Nicméně, muži středního věku mohou mít kvůli těmto změnám potíže: „*Správa charitativní organizace Samaritans z roku 2012 nazvaná Muži, sebevraždy, společnost naznačuje, že tahle nárazníková generace [ve věku od pětatřiceti do čtyřiačtyřiceti let] „má potíže vyrovnat se s hlavními společenskými změnami“. Vyrůstali s vírou v ideál tichého, silného živitele rodiny, který byl pravděpodobně válečným hrdinou – „[...] jsou to tvrdí muži stejně jako jejich otcové, kteří si mysleli, že o problémech mluvit nemají, ale mají se s nimi vypořádat,“ tvrdí O'Connor – a dnes se ocitají ve společnosti, kde tyto vlastnosti už nikdo nepožaduje*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67). Změnily se i dnešní ženy: „*Desetiletí společenského pokroku znamenají, že ženy jsou čím dál tím víc finančně samostatné, méně odkázané na muže*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67). Zastaralý ideál muže byl nahrazen alternativním obrazem, což může způsobovat problémy opět především pro muže středního věku: „*... na druhé straně se objevuje koncept moderního muže – otevřený, progresivní, naslouchající svým pocitům – a stává se novým ideálem. Muži středního věku se nacházejí mezi dvěma zcela odlišnými vizemi mužnosti*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67). Tyto výroky mají za cíl odradit muže od zastaralých, škodlivých, a dokonce toxických ideálů maskulinity, které vedou k pocitům osamělosti, izolace, závislosti na drogách či alkoholu a sebevraždám. Muži jsou zde prezentováni jako emočně nevyrovnaní jedinci, což je v rozporu s obecně uznávaným stereotypem „hysterické“ ženy: „*Také se obecně věří, že muži jsou přirozeně mnohem impulzivnější než ženy, což znamená, že na sebevražedné pocity reagují neuváženě*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67). Muži jsou také emočně závislí na svých partnerkách: „*Správa organizace Samaritans dokládá, že muži středního věku „jsou na partnerkách závislí primárně kvůli emocionální podpoře“ a muži starší třiceti let mají tendenci mít méně jednotlivých přátel než ženy. Jakmile ztratí partnerku, mnohem méně inklinují k hledání nových přátel, k hledání pomoci a jsou dvakrát náchylnější k plánování sebevraždy*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67).

Pozorujeme zde také uznání, že ve společnosti existují nezdravé a škodlivé normy maskulinity, kvůli kterým pocit zranitelnosti ztotožňovaný s ženami může osoby mužského pohlaví děsit více než sebevražda: „*Téměř všichni muži potvrdili, že jejich mužské přesvědčení je vedlo k izolaci, když se cítili na dně, k tomu, aby druhé lidi neobtěžovali...*

A místo toho se spoléhali na strategie, které nevyžadovaly tolik okamžitého úsilí pro poskytnutí krátkodobé úlevy, jako třeba užívání drog, hazard a nadměrné pracovní vytížení. Mnohem horší možná je, že „někteří muži potvrdili, že přiklání se k normám mužnosti znamenalo, že pocity spojené se zranitelností produkovaly mnohem větší úzkost než myšlenky na smrt“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 67).

Následující citát přímo vyzývá čtenáře k tomu, aby se zbavovali „nerealistických a zastaralých očekávání“, která na sebe kladou muži („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 68). Ani zde se však nevyhneme urážení žen: „*Snážíme se být hrdiny z komiksů, a ne opravdovými lidmi. Pořád se ukrýváme na fotbalových tribunách nebo za obrazovku počítače. Za penty nebo za činky nebo za to, když mluvíme o tom, kolik žen jsme vošoustali,*“ říká Joseph. „*Nejsme jednoduší tvorové, my muži, ale předstíráme, že jsme. Protože celou tu dobu nám říkali, že být mužem by mělo být jednoduché. Naši otcové tomu věřili a věřili tomu jejich otcové a věřili tomu zase jejich otcové. Někdy když si muži chtějí udělat legraci z žen, řeknou: „Jediné, co umějí, je mluvit o svých pocitech.“ Ale my bychom se z toho mohli poučit* („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 68). Zajímavé je, že i přes urážky je zde propagováno chování, které je u žen běžné. „Ženský“ vzor chování je tu prezentován jako možné řešení problému mužských sebevražd: „*Pravda je, že bratrství není tak bezpečným místem jako jejich sesterství. Myslím, že bychom se všichni na sebe měli opravdu podívat a zeptat se, co to děláme. Jsme sami sebou, nebo tím, co se od nás očekává?*“ *Nezní to dostatečně, že ne? Že lékem na sebevraždy britských mužů je mluvení o svých pocitech a zbavování se nerealistických a zastaralých očekávání, která na sebe klademe jako muži*“ („Co je největší zabiják britských mužů“, Esquire, č. 03, s. 68). Tento citát z časopisu *Esquire* tvoří zajímavý kontrast s *Maximem*, dle kterého ženy nejsou schopny přátelství: „*Ženské přátelství je spíš dohodou o neútočení*“ („Prostě nevím“, *Maxim*, č. 12, s. 49).

Uznání genderové nerovnosti pozorujeme i tady: „*Tato země [USA] je jako velká přepravní loď, která se musí pomalu opravovat, a trvá to déle, než jsme ochotni připustit. Ale když se na nás podíváte během dějin, tak jsme to opravdu posrali. Posrali jsme to s indiány, posrali jsme to s otroctvím. Byli jsme příšerní k ženám. Posíráme to, ale zlepšujeme se. Ještě to není skvělé, ještě jsme všechno nenapravili*“ („George Clooney: Opravdový gentleman“, *Esquire*, č. 07, s. 99).

Odrážování od genderových stereotypů v každodenním životě ilustruje následující citát: „*Poznat, co má kdo rád, podle obličeje je obtížné. V civilizované společnosti může pít*

drobná žena ostrou kouřovou whisky a gentleman jahodové daiquiri... Chutě jsou naprosto individuální“ („Správný barman je správný chlap“, Esquire, č. 08, s. 20).

3.1.2 Selektivní kódování

V rámci selektivního kódování jsem stanovila centrální kategorii analýzy. Centrální kategorií rozumíme „[ú]střední jev, kolem kterého se integrují všechny ostatní kategorie“ (Strauss, Corbin, 1999, s. 86). Během procesu selektivního kódování byla zvolena kategorie **Mužská nadvláda**, kterou bych nyní ráda uvedla do vztahu k ostatním kategoriím.

Kategorie ***Projevy genderové nerovnosti*** odráží patriarchální pojetí světa založené na nadřazenosti mužů nad ženami. Nerovné zacházení s ženami se projevuje různými způsoby (viz subkategorie uvnitř dané kategorie), které se liší svou intenzitou.

První subkategorie – „*Žena s koulema*“ – se na první pohled může zdát jako pozitivní reprezentace žen. Avšak při bližším pohledu je zřejmé, že pochvala spočívající v přirovnávání žen k mužům odráží mužskou dominanci. Tato subkategorie reprezentuje pojetí muže jako normy a ženy jako deviace od normy. Žena, která je chápána jako podřadná a méněcenná, je vyzdvihována skrz přirovnání k muži. Zároveň prezentování úspěšné ženy jako výjimky komunikuje poslání, že ženy jako skupina jsou inferiorní. Kvality hodné pochvaly jsou spojovány s tradičně maskulinními charakteristikami.

Subkategorie „*Blahosklonné kavalírství*“ představuje projevy sotva patrného sexismu (Benokraitis, 1997, s. 14-15). Toto zdánlivě pozitivní chování mužů vůči ženám opět vychází z předpokladu nerovnosti mezi oběma pohlavími. Odráží ochranářské a paternalistické zacházení s ženami, jehož cílem je demonstrovat nadřazené postavení mužů, jejich dobré mravy a galantnost (Benokraitis, 1997, s. 14).

Pasivní nebo slabá žena líčí ženy jako submisivní osoby nebo děti, zatímco subkategorie „*Veřejný muž, soukromá žena*“ šíří představu, že role žen spočívá v tom, aby se staraly o své partnery, děti a domácnost. Veřejná sféra v tomto pojetí patří mužům, kdežto „ženské“ místo je doma, s dětmi a v kuchyni.

Subkategorie „*Nekonečné mimoběžky*“ konstruuje svět, ve kterém jsou muži opakem žen, přičemž ženy jsou prezentovány jako nebezpečné manipulátorky a lhářky představující pátou kolonu neboli nepřátelskou skupinu, jejíž cílem je manipulovat s muži a škodit mužské majoritě.

Další subkategorie – *Ponižování žen* – prezentuje ženy jako méněcenné, směšné, hloupé,

psychicky labilní a nechtěné.

Žena jako sexuální objekt redukuje ženy na objekty touhy mužů. Pokud žena není považována za sexuální objekt, je méněcenná. Je podporován kult krásy, protože jenom krásná žena může být považována za sexuální objekt. Sexuální objektifikace je natolik internalizovaná v naší společnosti, že se i samy ženy vnímají jako sexuální objekty. Dochází k sebeobjektifikaci žen a vnímání světa mužským pohledem. Pokud žena neadoptuje mužský pohled a není dostupná jako sexuální objekt, je označovaná jako frigidní. Sexuální objektifikace žen má dva významy. Zaprvé, staví muže do role majitele a ženu do role majetku. Zadruhé, podobně jako luxusní auto nebo hodinky demonstruje status muže, přičemž čím více žen muž vlastní, tím větší společenská prestiž je mu přisuzována. Mít hodně sexuálních partnerek, milenek a dokonce manželek je považováno za atributy úspěšného muže.

Subkategorie *Dehumanizace žen* symbolicky znelidšťuje ženy. Presentuje je jako zvířata, neživé předměty a otrokyně. Další subkategorie líčí ženy jako oběti násilí, přičemž znásilňování žen a sexuální zneužívání adolescentních dívek je považováno za neškodnou mužskou sexuální fantazii. Jsou šířeny alarmující představy, že se ženám líbí bolest a role oběti, znásilnění ženy sexuálně uspokojuje a sexualizace mladých dívek je dělá mocnými. Axiální subkategorie *Mušská nadvláda* otevřeně prezentuje hierarchii, ve které muži mají nadřazené postavení.

Kategorie *Strach mužů z genderové rovnosti* reprezentuje pocity úzkosti a strachu, které muži mají kvůli rostoucímu vlivu žen. Tato kategorie odráží různé mechanismy a strategie, které pánské časopisy uplatňují vůči něčemu, co ohrožuje nadřazené postavení mužů, především feminismus. Problematika genderové nerovnosti bývá běžně trivializována. Feminismus a feministky jsou marginalizovány a zesměšňovány. Politická korektnost je také předmětem útoků, protože omezuje svobodu mužů urážet jiné lidi.

Nakonec kategorie *Částečné vyvracení maskuliní perspektivy* zajišťuje odrazení čtenářů od nebezpečných ideálů mužství, částečně obhajuje ženy, a dokonce propaguje (neúplně) přijetí ženského vzoru chování. Ovšem i tato kategorie překvapivě obsahuje negativní portréty žen.

3.2 Shrnutí analýzy

Kvalitativní obsahová analýza vybraných časopisů *Maxim* a *Esquire* odhalila způsoby

zobrazování genderové nerovnosti v českých pánských časopisech životního stylu. Během selektivního kódování vzešla centrální kategorie zvaná *Mužská nadvláda*. Centrální kategorie představuje ústřední jev integrující všechny ostatní kategorie. Kategorie *Projevy genderové nerovnosti* obsahuje příklady projevů nerovnosti mezi muži a ženami, přičemž tyto projevy se liší svou intenzitou. Kategorie *Strach mužů z genderové rovnosti* odráží pocity ohrožení a nejistoty mužů, které souvisí se společenskými změnami a rostoucím vlivem žen. Odráží takzvanou „zraněnou maskulinitu“ (Benwell, 2003, s. 15) neboli vnímání společenských změn týkajících se genderových rolí jako „krize maskulinity“ (Benwell, 2003, s. 14). Tato kategorie představuje odpor pánských časopisů proti feminismu (Benwell, 2003, s. 15). Kategorie *Částečné vyvracení maskulinní perspektivy* představuje jakousi sebereflexi ze strany mužů a částečnou obranu žen, přestože také opakuje některé negativní stereotypy týkající se žen jako společenské skupiny.

4. Závěr

Cílem této diplomové práce bylo prozkoumat pánské časopisy životního stylu *Maxim* a *Esquire* z hlediska portrétů žen a projevů genderové nerovnosti. Základní výzkumnou otázkou bylo, zda tyto časopisy reprodukují genderové stereotypy, které jsou živé ve společnosti. Na základě provedené analýzy mohu tvrdit, že zkoumané mediální tituly šíří negativní obrazy žen a konstruují patriarchální pojetí světa.

Kvalitativní obsahová analýza zaměřená na text a ilustrace k článkům odhalila způsoby zobrazování genderové nerovnosti v českých pánských časopisech životního stylu. První kategorie zvaná *Projevy genderové nerovnosti* [1] obsahuje deset podkategorií seřazených podle intenzity ventilovaného sexismu. Podobně jako mýty týkající se sexu a sexuality v populární kultuře obecně, o kterých píše americká akademička M. Gigi Durham ve své knize *The Lolita Effect* (2008), články zařazené do této kategorie šíří řadu představ založených na předsudečném myšlení a dokonce misogynii:

- 1) Ženy jsou až chorobně pasivní.
- 2) Ženy musí být sexuálně přitažlivé. Jenom krásné a atraktivní ženy mají hodnotu pro společnost. O ženách se zpravidla mluví v souvislosti se sexem.
- 3) Ideál ženské krásy je tak nerealistický, že ženy na sobě musí neustále něco měnit, aby se mu přiblížily.

- 4) Čím je žena mladší, tím je atraktivnější, přičemž v některých případech bývají v těchto časopisech sexualizovány i dívky v předpubertálním věku.
- 5) Násilí na ženách je sexuálně vzrušující jak pro muže (pachatele), tak i pro ženy (oběti). V analyzovaných časopisech je konstruován obraz žen, které tajně touží po extrémních a deviantních sexuálních praktikách, chtějí být sexuálně podrobeny svými partnery a užívají si bolest a znásilnění. Mužské sexuální fantazie spojené s násilím na ženách jsou podávány jako neškodná zábava. Co se týče fyzického kontaktu sexuálního charakteru, absence souhlasu ze strany žen není v pojetí analyzovaných pánských časopisů nijak problematická a může souviset právě s tím, že ženy své touhy a přání otevřeně nepřiznávají.

Druhá kategorie s názvem *Strach mužů z genderové rovnosti* [2] reflektuje takzvanou „zraněnou maskulinitu“ (Benwell, 2003, s. 15) neboli pocity ohrožení a nejistoty mužů, které souvisí se společenskými změnami týkajícími se genderových rolí. Rostoucí vliv žen je obecně vnímán jako „krize maskulinity“ (Benwell, 2003, s. 14). Tato kategorie představuje odpor pánských časopisů proti feminismu (Benwell, 2003, s. 15). Je nutné zde dodat, že alespoň v případě časopisu *Maxim* nebyl strach z rostoucího vlivu žen zcela bezdůvodný. Na konci roku 2016 totiž společnost *Burda Praha* oznámila, že ukončí vydávání časopisu *Maxim* – v té době nejčtenějšího lifestyleového časopisu pro muže v České republice.⁴⁶ Toto rozhodnutí však nemuselo nutně znamenat, že *Maxim* v ČR definitivně skončí. Podle webu *MediaGuru* totiž licence byla k dispozici i jiným zájemcům, nikdo však tuto příležitost nevyužil, včetně společnosti *Bauer Media* vydávající konkurenční časopis *Esquire* a bývalého šéfredaktora *Maximu* Pavla Vondráčka.⁴⁷

Třetí kategorie zvaná *Částečné vyvracení maskulinní perspektivy* [3] sice poukazuje na zastaralé a nebezpečné ideály maskulinity a snaží se své čtenáře od těchto ideálů mužnosti odradit, zohledňuje však pouze mužskou perspektivu. Ideál „tichého, silného živitele rodiny“, který by o svých problémech a citech neměl mluvit, je prezentován jako důvod, proč muži páchají sebevraždy („Co je největší zabiják britských mužů“, *Esquire*, č. 03, s. 67). Tato kategorie také částečně představuje obranu žen, paradoxně ale opakuje některé

⁴⁶ Licence na *Maxim* je volná, zájem nemá ani Vondráček, 2016. In: *MediaGuru* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/licence-na-maxim-je-volna-zajem-nema-ani-vondracek/>

⁴⁷ Licence na *Maxim* je volná, zájem nemá ani Vondráček, 2016. In: *MediaGuru* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/licence-na-maxim-je-volna-zajem-nema-ani-vondracek/>

negativní stereotypy týkající se žen jako společenské skupiny. Jak uvádí Fiske, genderový diskurz nemusí pouze znehodnocovat ženy, ale dokáže zajistit i odrazení příjemců od přijetí maskulinního hlediska (2001, s. 52). Pánské časopisy tedy nevyužívají svůj potenciál ovlivnit reprezentaci žen a na stránkách těchto časopisů se stále objevují zpravidla jejich negativní portréty.

Během selektivního kódování vzešla centrální kategorie s názvem ***Mužská nadvláda***, která spojila výše popsané axiální kategorie, tedy ***Projevy genderové nerovnosti***, ***Strach mužů z genderové rovnosti*** a ***Částečné vyvracení maskulinní perspektivy***, a integrovala je kolem ústředního jevu výzkumu. Pojem *mužská nadvláda* neboli *patriarchát* označuje společenský řád založený na představě, že muži mají nadřazené postavení vůči ženám a „*vlastnosti a činnosti vnímané jako mužské [jsou] hodnoceny výše než ty, které jsou vnímány jako ženské*“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 22). Jak uvádí britská akademička Bethan Benwell, maskulinita je relativní kategorie, která dává smysl pouze ve vztahu k feminitě, přičemž tento vztah bývá definován hierarchicky a maskulinita bývá chápána jako nadřazená kategorie (2003, s. 8-9).

V této souvislosti je třeba dodat, že pánské časopisy využívají speciální strategie, které jim umožňují legitimizovat patriarchální ideologii novými a kreativními způsoby (Benwell, 2007, s. 540). Tyto strategie a diskurzy bývají označovány pojmem *nový sexismus* a ironie je jedním z nástrojů, které tyto časopisy efektivně využívají. Strategické užití ironie jim totiž umožňuje ventilovat sexistické postoje a zároveň se od těchto postojů distancovat (Benwell, 2007, s. 540). Ironie vytváří zdánlivou opozici nebo kontradikci mezi povrchní formou sdělení a významem či kontextem, který se za touto formou skrývá (Benwell, 2004, s. 9). Důležitá je schopnost ironického výroku zachovat jak svůj doslovný, tak i přenesený význam, což vytváří prostor pro jeho sémantickou a politickou dvojznačnost (Benwell, 2004, s. 13). Ironie tedy zajišťuje „popíratelnost“ problematických misogynních a sexistických výroků (Benwell, 2004, s. 13). Podporuje a zároveň zdánlivě popírá tytéž hodnoty (Benwell, 2004, s. 3). Právě prostřednictvím ironie pánské časopisy vytváří jakousi ochrannou vrstvu, která umožňuje zaujmout odmítavé stanovisko vůči potenciální vážné kritice ze strany veřejnosti (Jackson, Stevenson, Brooks, 2001, s. 104). Jinými slovy, ironie slouží jako morální alibi pro pánské časopisy. Tyto časopisy přesouvají odpovědnost za své jednání na jiné, protože by se vždy dalo tvrdit, že ironizovaný výrok nebyl myšlen vážně, a tudíž došlo k nedorozumění na straně

příjemce. Ironie zároveň pomáhá neodradit čtenáře, kteří mohou s šířenou ideologií nesouhlasit.

Proč je důležité, jak jsou ženy reprezentovány právě v časopisech pro muže? Status pánských časopisů jako populárních médií hlavního proudu totiž může legitimizovat postoje, které jsou v nich ventilovány. O tom svědčí studie „*Lights on at the end of the party*“: *Are lads' mags mainstreaming dangerous sexism?* (Horvath, Hegarty, Tyler, Mansfield, 2012). Není překvapivé, že se podle této studie muži více ztotožňovali s hanlivými výroky o ženách pocházejícími z pánských časopisů než s výroky od sexuálních násilníků. Překvapivé je to, že se ztotožňovali i s výroky sexuálních násilníků, pokud si mysleli, že pocházejí z pánských časopisů. Druhá část stejné studie ukázala, že jak muži, tak ženy nedokázali správně odhadnout zdroj výroků ponižujících a znehodnocujících ženy. Nebyli tedy schopni určit, zda pocházely z pánských časopisů nebo od sexuálních násilníků. Prezentování sexistických názorů v kontextu mainstreamových médií tak může podle autorů studie normalizovat i extrémní projevy sexismu (Horvath, Hegarty, Tyler, Mansfield, 2012). Je důležité si uvědomit, že masová média slouží jako „*genderový socializační prostředek*“ (Renzetti, Curran, Maier, 2014, s. 146). Jinými slovy, to, co je publikováno v časopisech pro muže, dává signál příjemcům, že zastávat tyto názory je v naší společnosti přijatelné. Většina lidí má sexismus natolik internalizovaný, že časopisy šířící tak negativní a škodlivé obrazy žen jsou v současné době považovány za mainstreamové. Během kódování jsem se neustále ptala: *Dovedu si představit, že by existoval časopis ventilující stejně nepřátelský postoj vůči jakékoliv jiné sociální skupině?*⁴⁸

Problematika reprezentace žen v pánských časopisech je v současné době tématem řady prací a výzkumů. Nicméně, je důležité si uvědomit, že nejde o problém vyskytující se pouze v časopisech pro muže. Negativní genderové stereotypy nacházíme ve všech druzích médií (Jiráková, Köpplová, 2015, s. 282). Zajímavou oblastí pro další výzkum jsou proto mediální produkty určené všem příjemcům bez rozdílu pohlaví.

⁴⁸ M. Gigi Durham popsala podobný nástroj pomáhající obrátit pozornost k problému zobrazování žen jako objektů násilí a sexualizace násilí na ženách. Navrhuje přeformulovat problematiku text a zkusit si představit jinou osobu nebo dokonce zvíře v popisované situaci. Starší osoba nebo zvířátko ve stejném kontextu okamžitě prezentuje znázorněnou situaci jako násilnou, kdežto předtím se mohla jevit jako erotická (Durham, 2008, s. 154).

Summary

The thesis titled *Representation of Gender Inequality in Czech Lifestyle Magazines for Men* demonstrates that these magazines contain negative representations of women as well as trivializations of related issues such as feminism and political correctness. The qualitative content analysis of selected articles in the Czech versions of men's lifestyle magazines *Maxim* and *Esquire* examined representations of gender inequality and identified *Male Dominance* as the central phenomenon of the research. This core category integrates the rest of the categories that emerged during the coding process. Representations of gender inequality in the analyzed men's magazines are grouped in three categories: *Manifestations of Gender Inequality*, *Men's Fear of Gender Equality* and *Partial Refutation of the Masculine Perspective*.

The first category – *Manifestations of Gender Inequality* – contains negative gender stereotypes, which construct a picture of society based on male dominance. The specific representations that fall under this category vary in their intensity. Some contain seemingly positive representations of women, which are sexist in nature, since they portray women's success as a rarity or compliment specific women by comparing them to men. Other examples include, but are not limited to, the sexual objectification of women, the devaluation of women as a group, the dehumanization of women and presenting them as objects of violence, which is typically of sexual nature. Some examples include the sexualization of young girls who appear to be below the age of consent.

The second category – *Men's Fear of Gender Equality* – paints a picture of wounded masculinity and could be characterized as backlash to feminism, representing men's fear of losing their dominant societal position. The growing power that women are achieving in Western societies is viewed as a crisis of masculinity. Issues associated with gender equality such as feminism and political correctness are trivialized and undermined.

The last category – *Partial Refutation of the Masculine Perspective* – contains the limited attempts of men's lifestyle magazines to refute some ideals of masculinity, which are perceived to be harmful for men. It also contains partial refutation of negative stereotypes involving women. However, even these attempts paradoxically spread negative portrayals of women.

Použitá literatura

- ALLPORT, Gordon Willard, 2004. *O povaze předsudků*. Přeložil Eduard GEISSLER. Praha: Prostor. Obzor (Prostor). ISBN 80-7260-125-3.
- ALTHUSSER, Louis, 1970. *On The Reproduction Of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses*. New York: Verso. ISBN 978-1-78168-164-0.
- BARTHES, Roland, 2004. *Mytologie*. 2. vyd. v českém jazyce. Přeložil Josef FULKA. Praha: Dokořán. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-359-2.
- BATES, Thomas R., 1975. Gramsci and the Theory of Hegemony. *Journal of the History of Ideas* [online]. 36(2), 351- [cit. 2018-03-13]. DOI: 10.2307/2708933. ISSN 00225037. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2708933?origin=crossref>
- BENOKRAITIS, Nijole V., 1997. *Subtle Sexism: Current Practice and Prospects for Change*. Thousand Oaks, California: Sage Publications. ISBN 0761903860.
- BENOKRAITIS, Nijole V., Joe R. FEAGIN, 1995. *Modern Sexism: Blatant, Subtle, and Covert Discrimination*. (2nd Edition). Englewood Cliffs, NJ, United States: Pearson Education (US). ISBN 0135886171.
- BENWELL, Bethan, 2003. *Masculinity and Men's Lifestyle Magazines*. Oxford: Blackwell/Sociological Review. Sociological review monograph. ISBN 9781405114639.
- BENWELL, Bethan, 2004. Ironic Discourse: Evasive Masculinity in Men's Lifestyle Magazines. *Men and Masculinities* [online]. 7(1), 3-21 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1177/1097184X03257438. ISSN 1097-184X. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1097184X03257438>
- BENWELL, Bethan, 2007. NEW SEXISM? Readers' responses to the use of irony in men's magazines. *Journalism Studies* [online]. 8(4), 539-549 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1080/14616700701411797. ISSN 1461-670X. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700701411797>

- BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN, 1999. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN 80-85959-46-1.
- BÍLEK, Petr. Reprezentace: Metafora, pojem či koncept? In: VEBEROVÁ, Veronika, ed., 2012. *Jazyky reprezentace*. Praha: Akropolis. ISBN 978-80-87481-67-7.
- BOURDIEU, Pierre, 2000. *Nadvláda mužů*. Přeložila Věra DVOŘÁKOVÁ. V Praze: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum. ISBN 80-7184-775-5.
- BROWN, John, 1965. *Multiple Response Evaluation Of Discrimination*. British Journal of Mathematical and Statistical Psychology, 18: 125–137. doi:10.1111/j.2044-8317.1965.tb00696.x
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK, 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. Studium. ISBN 80-85947-67-6.
- CRENSHAW, Kimberle, 1989. Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics [online]. *University of Chicago Legal Forum*: Vol. 1989: Iss. 1, Article 8. Dostupné z: <http://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8>
- ČERMÁK, František, 2007. *Jazyk a jazykověda: přehled a slovníky*. 2. dotisk 3. dopl. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-0154-0.
- DEWEY, John, 1910. *How we think*. Boston: D.C. Heath and Company.
- DOUGLAS, Susan J., 2010. *The Rise of Enlightened Sexism: How Pop Culture Took Us from Girl Power to Girls Gone Wild*. New York: St. Martin's Griffin. ISBN 9780312673925.
- DURHAM, M. Gigi, 2008. *The Lolita Effect: The Media Sexualization of Young Girls and What We Can Do About It*. Woodstock, NY: The Overlook Press. ISBN 978-1-59020-063-6.

- DURHAM, Meenakshi Gigi a Douglas KELLNER, ed., 2006. *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden, Mass: Blackwell Publishing. *Keywords in cultural studies*, 2. ISBN 978-1-4051-3258-9.
- DWORKIN, Andrea, 1974. *Woman Hating*. New York: Dutton. ISBN 9780452268272.
- DYER, Richard, 2002. *The Matter of Images: Essays on Representations*. 2nd ed. London: Routledge. ISBN 0-415-25495-7.
- DYER, Richard, ed., 1977. *Gays and Film*. London: British Film Institute. ISBN 08-517-0065-9.
- DYER, Richard. Taking Popular Television Seriously. In: LUSTED, David, DRUMMOND, Phillip, ed., 1985. *TV and Schooling*. London: British Film Institute. ISBN 978-085-1701-806.
- FAIRCLOUGH, Norman, 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman Publishing. ISBN 0-582-21980-9.
- FALUDI, Susan, 1991. *Backlash: The Undeclared War against American Women*. New York: Crown. ISBN 978-0-517-57698-4.
- FISKE, John, 2001. *Television Culture*. Routledge. ISBN 9781134955756.
- GIDDENS, Anthony, SUTTON, Philip W., ed., 2013. *Sociologie*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0807-1.
- GROSS, Larry, 1991. Out of the Mainstream. *Journal of Homosexuality* [online]. 21(1-2), 19-46 [cit. 2018-03-13]. DOI: 10.1300/J082v21n01_04. ISSN 0091-8369. Dostupné z: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J082v21n01_04
- HALL, Stuart, ed., 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications. *Culture, media and identities*. ISBN 0-7619-5432-5.

- HALL, Stuart, Jessica EVANS a Sean NIXON, 2013. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Second edition. Milton Keynes, United Kingdom: The Open University. ISBN 978-1-84920-563-4.
- HORVATH, Miranda A. H., Peter HEGARTY, Suzannah TYLER a Sophie MANSFIELD, 2012. „Lights on at the end of the party”: Are lads’ mags mainstreaming dangerous sexism? *British Journal of Psychology* [online]. **103**(4), 454-471 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1111/j.2044-8295.2011.02086.x. ISSN 00071269. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.2044-8295.2011.02086.x>
- HUMM, Maggie, 1995. *The Dictionary of Feminist Theory*. 2nd ed. Columbus: Ohio State University Press. ISBN 0814206670.
- JACKSON, Peter, Nick STEVENSON a Kate BROOKS, 2001. *Making sense of men's magazines*. Cambridge, UK: Polity. ISBN 978-0745621760.
- JAMES, William, 1890. *The Principles of Psychology*. New York: Henry Holt and Company.
- JANDOUREK, Jan, 2001. *Sociologický slovník*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-535-0.
- JANDOUREK, Jan, 2007. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 80-7367-269-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ, 2015. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-26207-43-6.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ, 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál. ISBN 80-71786-97-7.
- LACEY, Nick, 1998. *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*. New York: Palgrave. ISBN 0-333-64436-0.
- LIND, Rebecca Ann a Colleen SALO, 2002. *The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Media*. *Journal of Communication* [online]. 52(1), 211-228 [cit. 2018-03-13]. DOI: 10.1111/j.1460-

2466.2002.tb02540.x. ISSN 0021-9916. Dostupné z:
<https://academic.oup.com/joc/article/52/1/211-228/4110178>

- LIPPMANN, Walter, 2015. *Veřejné mínění*. Přeložil Ladislav KÖPPL. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0939-3.
- LORBER, Judith, 2001. *Gender Inequality: Feminist Theories and Politics*. 2nd ed. Los Angeles, California: Roxbury Pub Co. ISBN 978-1891487606.
- MATTHEWS, Justin L., *Hidden Sexism: Facial Prominence and Its Connections to Gender and Occupational Status in Popular Print Media* [online]. [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1007/s11199-007-9276-3. ISBN 10.1007/s11199-007-9276-3. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s11199-007-9276-3>
- MAYMONE, Mayra B. C., Hind H. NEAMAH, Eric A. SECEMSKY, Roopal V. KUNDU, Dana SAADE a Neelam A. VASHI, 2017. The Most Beautiful People: Evolving Standards of Beauty. *JAMA Dermatology* [online]. 2017;153(12):1327–1329 [cit. 2018-05-05]. DOI: doi:10.1001/jamadermatol.2017.3693. Dostupné z: <https://jamanetwork.com/journals/jamadermatology/article-abstract/2656675>
- MCQUAIL, Denis, 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přeložila Hana LOUPOVÁ. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MEAD, Margaret, 1935. *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. Routledge & Kegan Paul. ISBN 0710086652.
- MITCHELL, William John Thomas. Representation. In: LENTRICCHIA, Frank a Thomas MCLAUGHLIN, ed. *Critical Terms for Literary Study*. Chicago: University of Chicago Press, 1995. ISBN 0-226-47203-5.
- MULVEY, Laura. Vizuální slast a narativní film. In: OATES-INDRUCHOVÁ, Libora, 1998. *Dívčí válka s ideologií: klasické texty angloamerického feministického myšlení*. Praha: Sociologické nakladatelství. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-85850-67-2.

- REIFOVÁ, Irena, 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-926-7.
- RENZETTI, Claire M. a Daniel J. CURRAN, 2003. *Ženy, muži a společnost*. Přeložili: Lukáš GJURIČ, Marcela LINKOVÁ, Blanka KNOTKOVÁ-ČAPKOVÁ, Viola PARENTE-ČAPKOVÁ. Praha: Univerzita Karlova Nakladatelství Karolinum. ISBN 8024605252.
- RENZETTI, Claire M., Daniel J. CURRAN a Shana L. MAIER, 2013. *Women, Men, and Society*. 6th ed. Pearson. ISBN 978-1-292-04263-3.
- SANDAY, Peggy Reeves, 2002. *Women at the Center: Life in a Modern Matriarchy*. London: Cornell University Press. ISBN 9780801440045.
- SAUSSURE, Ferdinand de, 1996. *Kurs obecné lingvistiky*. 2. vyd. (1. vyd. v nakl. Academia). Praha: Academia. ISBN 80-200-0560-9.
- STEWART Colin a Adam KOWALTZKE, 2007. *Media: New Ways and Meanings*. 3rd ed. Milton, Qld: John Wiley & Sons Australia. ISBN 978-07-31405-44-2.
- STRAUSS, Anselm L. a Juliet M. CORBIN, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Přeložil Stanislav JEŽEK. Brno: Sdružení Podané ruce. SCAN, sv. 2. ISBN 808583460X.
- TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. In: *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, 80-7367-096-8.
- TUCHMAN, Gaye, Arlene Kaplan DANIELS a James Walker BENÉT, ed., 1978. *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University. ISBN 0-19-502352-8.
- VODÁKOVÁ, Alena a Olga VODÁKOVÁ, 2003. *Rod ženský: kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?* Praha: Sociologické nakladatelství. Sociologické aktuality. ISBN 80-86429-18-0.

OSTATNÍ:

- 100 Women: How Hollywood fails women on screen. In: *BBC* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-43197774>
- Cosby prokazatelně třikrát znásilnil ženu, rozhodl americký soud. Hrozí mu až 30 let vězení. In: *Lidovky.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/americky-soud-uznal-komika-cosbyho-vinnym-ze-znasilneni-hrozi-mu-az-10-let-vezeni-gp3-/zpravy-svet.aspx?c=A180426_200151_In_zahranici_krku
- Definition of BDSM in English. In: *Oxford Dictionaries* [online]. [cit. 2018-05-02]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/bdsm>
- Definition of cook. In: *Merriam-Webster* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cook>
- Disney Princesses Muffled in Many Popular Animated Films, Study Finds. In: *Media Report to Women* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid,url&db=ufh&AN=115180479&lang=cs&site=ehost-live>
- Esquire. In: *Bauer Media* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://www.bauermedia.cz/esquire>
- Global Gender Gap Report 2017. In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf
- Global Gender Gap Report. In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=USA>
- Global Gender Gap Report. In: *The World Economic Forum* [online]. [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=CZE>

- KANTOR, Jodi a Megan TWOHEY. Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades. In: *The New York Times* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>
- Licence na Maxim je volná, zájem nemá ani Vondráček, 2016. In: *MediaGuru* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/licence-na-maxim-je-volna-zajem-nema-ani-vondracek/>
- Maxim 1-2/16 1/2016. In: *Burda* [online]. [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://burda.cz/cs/maxim/maxim-1-216-12016>
- MCMULLEN, Jane, Dan EDGE a Frank KOUGHAN. Weinstein. In: *Public Broadcasting Service* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/film/weinstein/transcript/>
- Me Too. I já jsem byla obětí sexuálního násilí, řekla eurokomisařka Jourová. Podpořila vlnu svědectví. In: *Česká televize* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/2277712-i-ja-jsem-byla-obeti-sexualniho-nasili-rekla-eurokomisarka-jourova-podporila-soucasnou>
- Media project 2013. In: *Unie vydavatelů* [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: http://www.unievychatelu.cz/gallery/files/MP_2013_3%2B4Q_zprava.pdf
- Media projekt 2016. In: *Median* [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP_2016_rocni_zprava.pdf
- MILENKOVIČOVÁ, Ivana. Hnutí #MeToo přetváří firemní kulturu. Zaměstnanci se budou školit, jak neobtěžovat. In: *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/metoo-pretvari-firemni-kulturu-dnn-/zpravy-svet.aspx?c=A180215_144538_ln_zahranici_krku
- PAZZANESE, Christina a Colleen WALSH. The women's revolt: Why now, and where to. In: *The Harvard Gazette* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/12/metoo-surge-could-change-society-in-pivotal-ways-harvard-analysts-say/>

- PICKERT, Kate. Here's Everything We Know (and Don't Know) About the Bill Cosby Rape Allegations. In: *TIME* [online]. 18.11.2014 [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://time.com/3592547/bill-cosby-rape-allegations-timeline/>
- ŠTÝS, Matěj, Příběhy 2017: Kampaň #MeToo prolomila dlouholeté mlčení o sexuálním obtěžování. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/metoo-kampan-harvey-weinstein-pribehy-2017_1712311005_kro
- WADE, Chris a Abraham RIESMAN. See Every Line Spoken by a Woman Not Named Leia in the Original Star Wars Trilogy. In: *Vulture* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <http://www.vulture.com/2015/12/star-wars-all-female-lines-excluding-leia.html>
- Zaostřeno na ženy a muže 2017. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zeny-a-muzi-v-datech-2017>

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce											
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:											
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: MIKHAELIAN Diana	Razítko podatelny:										
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;"> 24-05-2016 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Opr. číslo:</td> <td style="text-align: center;"> 2761 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Přiloženo:</td> <td style="text-align: center;"> Sčítací listy: </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Přiděleno:</td> <td style="text-align: center;"> </td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	24-05-2016	Opr. číslo:	2761	Přiloženo:	Sčítací listy:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd											
Došlo dne:		24-05-2016									
Opr. číslo:	2761										
Přiloženo:	Sčítací listy:										
Přiděleno:											
E-mail diplomantky/diplomanta: 92286565@fsv.cuni.cz											
Studijní obor/forma studia: Mediální studia / kombinovaná											
Předpokládaný název práce v češtině: Zobrazení genderové nerovnosti v lifestyleových časopisech pro muže											
Předpokládaný název práce v angličtině: Representation of Gender Inequality in Czech Lifestyle Magazines for Men											
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2016/2017											
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Genderové stereotypy a jejich mediální reprezentace jsou tématem řady bakalářských, diplomových a doktorských prací. Feministický přístup k masové komunikaci nám umožnil začít analyzovat média z hlediska rodovosti. Media v různých podobách opakuji stereotypy týkající se role ženy a muže ve společnosti. Základní stereotyp, který bývá označován jako „veřejný muž, soukromá žena“, pozorujeme nejen v lifestyleových časopisech pro muže a pro ženy, ale v mediálních produktech všech druhů určených masovému publiku. Genderové stereotypy nacházíme ve filmu, zpravodajství, reklamě – zkrátka všude.											
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem práce je prozkoumat analyzované mediální tituly z hlediska obrazu ženy a projevu genderové nerovnosti. Mediální reprezentaci genderové nerovnosti budu zkoumat na projevech sexismu ve zvolených časopisech. Práce se zaměří na české lifestyleové časopisy pro muže Maxim a Esquire. Základní výzkumnou otázkou je, zda tyto lifestyleové časopisy pro muže reprodukují genderové stereotypy, které jsou živé ve společnosti.											
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod (úvod do problematiky genderové nerovnosti) 2. Teoretická část (přiblížení základních pojmů a teoretických východisek týkajících se genderové problematiky) <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Mediální reprezentace (vysvětlení pojmů typ, stereotyp, archetyp) 2.2 Genderový řád (vymezení pojmů gender a genderový řád) <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Patriarchát (teorie, definice a znaky patriarchátu) 2.2.2 Sexismus (pojem a typologie sexismu) 2.2.3 Feminismus (teorie feminismu) 2.3 Gender a masová média (role médií v reprodukci genderových nerovností) 3. Metodologická část (přiblížení metodologie práce) 											

<p>3.1 Výzkumný záměr a výzkumné otázky (stanovení záměru analýzy a výzkumných otázek)</p> <p>3.2 Výzkumná strategie (výběr výzkumné strategie a metody)</p> <p>3.3 Volba časopisů (informace ke zkoumaným mediálním titulům)</p> <p>4. Analytická část (analýza obsahů vybraných mediálních titulů)</p> <p>4.1 Výzkumný vzorek (výběr analyzovaných jednotek)</p> <p>4.2 Analýza jednotek (vlastní analýza)</p> <p>4.3 Shrnutí analýzy</p> <p>4.4 Interpretace výsledků</p> <p>5. Závěr (zhodnocení výsledků analýzy)</p> <p>6. Seznam literatury</p> <p>7. Přílohy</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Časopisy Maxim a Esquire, ročník 2016</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Kvalitativní obsahová analýza (otevřená, axiální a selektivní kódování podle Strausse a Corbin)</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BENOKRAITIS, Nijole V. <i>Subtle Sexism: Current Practice and Prospects for Change</i>. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c1997. ISBN 0761903860 <u>Anotace:</u> <i>Skrz systematické zkoumání a dokumentování diskriminujícího chování, se kterým se ženy setkávají denně, Nijole V. Benokraitis demonstruje, jak sotva patrné projevy sexismu znehodnocují ženy a omezují jejich práci. Autorka také nabízí možné řešení tohoto problému.</i> 2. BENWELL, Bethan. <i>Masculinity and Men's Lifestyle Magazines</i>. Oxford: Blackwell Publishers, 2003. The Sociological Review Monographs. ISBN 1-4051-1464-9 <u>Anotace:</u> <i>Od doby jejich vzniku v polovině 80. let lifestyleové časopisy pro muže reprezentují důležitý prostor pro artikulaci pojetí moderní maskulinity a oslovení mužů jako spotřebitelů. Kniha se zabývá tímto vyvíjejícím se žánrem, produkcí a konzumací lifestyleových časopisů pro muže a otázkami konstrukce maskulinity. Studie využívá celou řadu metod, včetně rozhovorů s čtenáři a redaktory časopisů, korpusové lingvistiky a analýzy diskurzu.</i> 3. BOURDIEU, Pierre. <i>Nadvláda mužů</i>. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-7184-775-5 <u>Anotace:</u> <i>Na základě dlouholetých antropologických studií původního společenství kabylských kmenů hledá francouzský sociolog Pierre Bourdieu odpověď na otázku, v čem historicky spočívá mužská dominance nad ženou. Postupně analyzuje jednotlivé dějinné mechanismy, které způsobily, že se struktury dělení podle pohlaví a principy tohoto dělení vymkly z chodu dějin a staly se zdánlivě věčnými.</i> 4. DOUGLAS, Susan J. <i>Enlightened Sexism: The Seductive Message that Feminism's Work Is Done</i>. New York: Times Books, 2010. ISBN 9780805083262

Anotace:

Ženy jsou dnes zaplaveny protichůdnými zprávami z hromadných sdělovacích prostředků: musí být buď silnými líderkami anebo půvabnými dívkami posedlými hledáním a potěšením muže. Kniha nabízí analýzu amerických televizních pořadů, populárních písní, filmů a zpravodajství.

5. **JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ.** *Masová média.* 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6

Anotace:

Autoři se značnou teoretickou i praktickou zkušeností v oblasti fungování médií v České republice nabízejí podrobné uvedení do studia médií z hlediska sociálněvědní disciplíny mediální studia. Jejich ústředním zájmem je mediální komunikace jako obecný pojem, který zahrnuje institucionalizovanou symbolickou interakci a složky, které se na ni podílejí, tedy média, publikum, společenský kontext.

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

Anotace:

Rozsáhlá učebnice základů masové komunikace s přesahem do praxe. Masová média mají v moderních společnostech zásadní a stále vzrůstající význam. Jsou prostředkem moci, rozhodujícím zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní, klíčem ke slávě a postavení a poskytují v nemalé míře i zábavu. Proto jsou masová média podrobována nejen veřejnému hodnocení a regulaci, ale stala se i předmětem teoretických úvah.

7. **STRAUSS, Anselm L. a Juliet M. CORBIN.** *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie.* Boskovice: Albert, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X

Anotace:

Tato kniha od Strausse a Corbin obsahuje postupy a techniky metody zakotvené teorie, která patří mezi klasické kvalitativní metody.


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

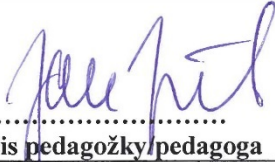
FSV UK:

1. *Semióza sexistické reklamy a veřejný diskurz (soutěž Sexistické prasátečko)*, FSV, UK, BP, Bc. Tereza Christovová, 2011
2. *Gender a média v éře postmodernity: Odkrývání genderových stereotypů v současném českém reklamním diskurzu*, FSV UK, DP/VP, Mgr. Martina Olbertová, 2011
3. *Gender v textech punkové skupiny Visací zámek*, FSV UK, RP, Mgr. Martina Olbertová, 2011
4. *Ageismus*, FSV UK, BP, Bc. Denisa Kryková, 2011

FHS UK:

5. *Mediální prezentace biatlonistů a biatlonistek v Soči v deníku MF Dnes z genderové perspektivy*, FHS UK, BP, Bc. Barbora Vaněčková, 2015
6. *Genderová analýza románu Harry Potter a Fénixův řád*, FHS UK, BP, Bc. Adéla

Hutarová, 2015	
7. <i>Reklama, sexualita a tvorba etických rámců</i> , FHS UK, BP, Bc. Lucie Drescherová, 2014	
8. <i>Jak muži přistupují k pánským časopisům životního stylu</i> , FHS UK, BP, Bc. Beáta Jirková, 2014	
9. <i>Žena jako protivník: manifestace sexismu v časopise Maxim</i> , FHS UK, DP, Mgr. Lucie Viktorinová, 2013	
10. <i>Feministická filosofie jazyka: kritická analýza konceptu genderově senzitivního vyjadřování</i> , FHS UK, DP, Mgr. Vanda Černožorská, 2012	
11. <i>Genderové stereotypy v partnerských vztazích v časopisu ELLE</i> , FHS UK, BP, 2012	
12. <i>Sexismus v televizní reklamě na parfémů</i> , FHS UK, DP, Mgr. Monika Kovačková, 2011	
13. <i>Genderové stereotypy v reklamách třech největších českých televizních stanic</i> , FHS UK, BP, Bc. Lucie Koutná, 2011	
FF UK:	
14. <i>Obsahová analýza lifestylových časopisů pro muže</i> , FF UK, BP, Bc. Kristýna Slomková, 2011	
Datum / Podpis studenta/ky	
24/05/2016	

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga
	24.5.16 

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

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam analyzovaných článků (seznam)

Příloha č. 2: Vybrané ilustrace z analyzovaných článků (ilustrace)

Příloha č. 3: Obálky časopisu *Esquire*, 2016 (ilustrace)

Příloha č. 4: Obálky časopisu *Maxim*, 2016 (ilustrace)

Příloha č. 5: Kompletní výsledky axiálního kódování (dokument)