

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Obsahová analýza prezentace genderu
v časopisech pro děti předškolního věku**

Marie Gašparíková

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra sociologie

Studijní program Sociologie

Studijní obor Sociologie

Bakalářská práce

**Obsahová analýza prezentace genderu
v časopisech pro děti předškolního věku**

Marie Gašparíková

Vedoucí práce:

PhDr. Mgr. František Kalvas, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce PhDr. Mgr. Františku Kalvasovi, Ph.D. za jeho cenné rady, vstřícný přístup a především všechen čas, který mi byl ochoten poskytnout při konzultacích. Moje poděkování patří také všem, kteří mě po celou dobu studia podporovali.

OBSAH

1 ÚVOD	6
2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	8
2.1 Gender	8
2.2 Gender a socializace	10
2.2.1 Teorie genderové socializace.....	11
2.2.2 Prostředky genderové socializace.....	14
2.2.2.1 Výchova a vliv blízkých.....	14
2.2.2.2 Hračky.....	15
2.2.2.3 Vzdělávací systém	16
2.3 Genderové stereotypy	17
2.4 Média.....	21
2.4.1 Vliv médií	21
2.4.1 Média jako socializační nástroj v teorii sociálního učení....	23
2.4.2 Gender v médiích	25
3 METODOLOGIE	30
3.1 Cíle výzkumu a stanovení výzkumné otázky	30
3.2 Hypotézy	31
3.3 Operacionalizace	32
3.4 Výběrový soubor	35
3.4.1 Animáček.....	35
3.4.2 Animálek.....	35
3.4.3 Auta	36
3.4.4 Báječná školka	36
3.4.5 Barbie	36
3.4.6 Bořek stavitel.....	37

3.4.7 Bumík	37
3.4.8 Filly Fairy, Koník Filly	37
3.4.9 Littlest Pet Shop	37
3.4.10 Lokomotiva Tomáš	38
3.4.11 Máša a medvěd	38
3.4.12 Medvídek Pú	38
3.4.13 Méďa Pusík.....	38
3.4.14 My Little Pony	39
3.4.15 Pastelka	39
3.4.16 Princezna.....	39
3.4.17 Sluníčko	40
3.4.18 Včelka Mája	40
3.4.19 Zvonilka	40
3.5 Metody sběru a analýzy dat	40
4 ANALÝZA DAT	44
4.1 Distribuce genderu	44
4.1.1 Distribuce genderu dle typu časopisu	46
4.2 Dětské časopisy a role postav	47
4.2.1 Genderové stereotypy v rolích	49
4.2.2 Užívání artefaktů	51
4.3 Dětské časopisy a zaměstnání	53
5 ZÁVĚR.....	57
6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ.....	60
7 RESUMÉ	65
8 PŘÍLOHY.....	66

1 ÚVOD

Když pozorujeme malé dítě, můžeme si v první řadě všimnout jeho bezprostřednosti a fantazie. Dokáže si vymýšlet neuvěřitelné postavy, světy a hry. Zdálo by se, že ho nemůže při takové hře nic omezovat. Minimálně jedna oblast však existuje a má poměrně velmi silné základy. Jedná se o genderový řád naší společnosti a stereotypy s ním spojené.

Můj kolega se mi nedávno svěřil s historkou, kterou zažil se svými dětmi a dětmi svých přátel. Vyposlechl rozhovor své dcery a přítelova synka, kdy dívka navrhla, že si budou hrát na strážce vesmíru. Na to však chlapec odpověděl: „Ty nemůžeš nic vědět o vesmíru, protože ty jsi holka!“ Proč chlapec předpokládal, že o vesmíru dívka nemůže nic znát? Je to díky zakořeněným stereotypům v naší společnosti, které předepisují, co je správné pro muže a co pro ženy.

V první řadě je samozřejmě na rodičích, zda se budou snažit ukazovat dětem svět, ve kterém může každý dělat téměř cokoliv, bez ohledu na pohlaví. Další důležitou oblastí, která vnímání rozdílů mezi pohlavími může posilovat, jsou média. V západních společnostech představují každodenní součást života dětí i dospělých. Zvláště u malých dětí je nutné kontrolovat obsah médií, neboť malé dítě není schopno kriticky posoudit, zda je pro něho nějakým způsobem ohrožující. Tato myšlenka mě přivedla k otázce, co vlastně nabízejí tištěné časopisy pro předškoláky. Rodič může vnímat časopis jako ideální formu pro zábavu svých dětí, aniž si uvědomuje možné nebezpečí skrytých genderových stereotypů. Je nutné si uvědomit, že dítě příběhy v časopisech přijímá často jako reálné, tudíž i zobrazené role pro něho mohou představovat určitý vzor, jak to v životě skutečně funguje.

V teoretické části nastiňuji základní koncepty genderové problematiky, zabývám se teoriemi spojenými s učením se genderu, vysvětlením fungování genderového řádu a důsledky, které mohou z tohoto řádu vyvstávat v podobě genderových stereotypů. Druhá část je zaměřena na pozici médií v procesu

socializace a jejich vliv na člověka, přičemž ve své práci vycházím z Bandurovy teorie sociálního učení.

Cílem práce je v empirické části ověřit obsahy časopisů pro děti předškolního věku z hlediska ilustrací, které jsou jejich nedílnou součástí. Pomocí kvantitativní obsahové analýzy budu ověřovat genderovou vyváženost obrazového materiálu a identifikovat případné genderové stereotypy, které se v ilustracích objeví.

2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

2.1 Gender

Biologická podstata každého člověka je dána genetickým kódem, přičemž rozlišujeme mužské a ženské pohlaví na základě primárních pohlavních znaků. Mimo tento biologický základ člověka však existuje další rovina, která je neoddelitelnou součástí našeho já, a to je gender. Právě gender¹ slouží k tomu, že se lidé vůči sobě vymezují v dichotomii muž - žena, ať už se jedná o chování, jednání či vzhled. Jakou mírou ovlivňuje biologický a kulturní materiál chování jedince, není vůbec jednoznačné. Řada vědců se snaží odhalovat vliv hormonů na některé z typických tělesných či behaviorálních prvků k danému pohlaví (Giddens 1999: 112). Gender, na rozdíl od biologického základu, vzniká a reprodukuje se jako společenský konstrukt. Jinými slovy řečeno, pohlaví člověka je něco stálého, s čím přichází na svět, zatímco gender je kategorie nestálá, proměnlivá a získaná v souvislosti s kulturou, ve které se jedinec nachází. (Oakleyová 2000: 20). Gender jako sociálně konstruovaná kategorie hraje v interakcích lidí důležitější roli než biologické pohlaví, neboť v každodenním jednání nahlížíme na člověka skrze symboly přisouzené určitému genderu a nikoliv na základě jeho pohlavních orgánů. (Fafejta 2004: 34–35).

Judith Lorber (1994) ve své stati vysvětluje gender dvěma pohledy. Na jednu stranu pro jednotlivce gender znamená být stejný jako ostatní v příslušné pohlavní kategorii. Již od dětství se tak učíme chodit, mluvit či užívat gest jako žena nebo muž. Komplexně je však gender důležitý naopak pro rozlišování mezi pohlavími, neboť slouží jako způsob strukturování společnosti, kde je zásadní, že to co dělají ženy a muži, je vnímáno jako odlišné (Lorber 2001: 19–24). Zaměříme-li se na to, proč je gender tak důležité vnímat, je nutné ho sledovat v celospolečenském měřítku. Gender

¹ Pojem gender vychází z anglické terminologie, přičemž se do českého jazyka překládá jako rod. V současné době je však i v českém prostředí přijímáno původní anglické označení *gender*, a to jak v oblasti vědecké, tak i akademické.

totiž v každé společnosti vytváří genderový řád, který je spojen s normativním očekáváním určitého chování spojeného s pohlavím. Každá společnost má svá pravidla, která určují, jak se má chovat správná žena, a co smí a nesmí dělat muž. Jedinci, kteří žijí v nesouladu svého biologického pohlaví a společností přijímaného genderu, jsou vnímáni přinejmenším s pochybnostmi.

To, že gender představuje kulturní konstrukt, lze vidět na příkladech genderových norem v jiných společnostech. Vymezením feminity a maskulinity vyjadřuje daná společnost stupeň svého vývoje, přičemž u tzv. přírodních národů nejsou vymezení ženských a mužských rolí tak jednoznačná, jako je tomu v západních společnostech (Janošová 2008: 40). Tomuto poznatku významně přispěla studie Margaret Mead *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. Autorka v ní zkoumala neznámé kmeny na ostrově Nová Guinea a odhalila, že mají tři různé vzorce chování spojené s genderem. U Mungumorů západní ženská kategorie zcela mizí, tudíž ženy i muži přijímají pouze mužskou kategorii. Arapešové, a to jak ženy, tak i muži, následují naopak spíše ženskou kategorií. Jejich chování je zaměřeno na výchovu a péči o děti. Třetí pozorovaný kmen Čambuliů, má genderové kategorie opačné, než je tomu v naší západní společnosti. Ženy tedy inklinují k aktivnímu a autoritářskému chování a muži se vyznačují pasivitou, zkrášlováním sebe sama a péčí o druhé (Oakleyová 2000: 49). Je tedy zřejmé, že různé společnosti si vytváří různé představy o tom, co je maskulinita a co feminita. Tímto pak komplexně vytváří očekávání a normy spojené s oběma kategoriemi (Valdrová 2004: 10).

Gender hraje zásadní roli především ve spojení s mocenskou strukturou. K chápání vztahu genderu a moci přispěla Sandra Harding svým konceptem genderovaného univerza, které je tvořeno třemi částmi: symbolickým univerzem, dělbou práce a genderovými rolemi. Symbolické univerzum představuje rozdělení a následně vnímání světa v dichotomických kategoriích (silný / slabý, kultura / příroda, dynamika / statika), přičemž jsou

tyto kategorie provázány s mužským a ženským principem. Mužský princip zaujímá vždy hierarchicky nadřazené místo nad ženským. Zde je tak možné pozorovat zkonstruovaný základ stratifikačního systému. Symbolické univerzum se následně projevuje ve společenské dělbě práce, kdy mužům připadají vyšší pracovní pozice a následně i mzdové ohodnocení než ženám. Ačkoliv se jednoznačně jedná o nerovný přístup, tato dělba práce je legitimovaným prostředkem, jež se odvolává na přirozené principy (Harding cit. in Jarkovská, Lišková 2008: 689). Třetí rovinu představují genderové role, jež plynou z prvních dvou uvedených. Genderová identita, kterou si osvojujeme v rámci socializace jako sobě vlastní, je totiž ovlivněna hierarchickou strukturou (Harding cit. in Šmausová 2002: 20).

Nadřazené postavení mužů ve společenské struktuře dle Connell plyne z konceptu hegemonní maskulinity. Hegemonní maskulinita představuje jakýsi normativní vzor – ideál muže ve společnosti. Ačkoliv většina mužů ve společnosti tohoto ideálu nedosahuje, zaujímá k tomuto vzoru určitý vztah a snaží se mu připodobnit. Tato ideologie nadřazeného mužství pak legitimizuje dominující postavení mužů nad ženami. Hegemonní maskulinita nepředstavuje násilí, převaha je v tomto případě dosahována skrze kulturu a instituce (Connell 2005: 831– 832).

2.2 Gender a socializace

Dle Giddense lze socializaci chápat jako proces začleňování jedince do společnosti tak, aby byl přijímán jako její člen a sám si tuto pozici uvědomoval. Je důležité zmínit, že tento proces není jednosměrný, neboť dítě, které je socializováno, se do společnosti zapojuje jako aktivní člen se svými potřebami (Giddens 1999: 39). Socializace představuje celoživotní proces, ovšem období dětství je pro tento proces jedno z nejdůležitějších.

Děti se v období předškolního věku zkvalitňují v komunikaci, rozšiřuje se jim slovní kapacita a osvojují si gramatická pravidla. Řeč se stává hlavním

prostředkem integračního procesu, nástrojem vyjadřování emocí či k popisu jevů a zkušeností, které se nemusí nutně týkat jeho žité zkušenosti. Dále se také projevuje potřebou seberealizace či formování citových projevů, které umí v tomto věku již ovládat (Šulová 2004: 70–72). V tomto období dochází také na úrovni interakcí k poměrně zásadním jevům. Děti začínají navazovat vztahy na více úrovních, tedy nejen s rodiči, ale také se sourozenci, vrstevníky, či pro ně neznámými lidmi. Dále začínají přizpůsobovat své chování požadovaným normám, neboť si tyto normy plně uvědomují a jejich chování podléhá kontrolám. V tomto období je nezbytná jejich interakce s jinými dětmi, protože si velmi často osvojují hrou různé sociální role.

V souvislosti s utvářením identity je pak důležité uvést také fakt, že se děti právě v tomto období začínají více zajímat o své i opačné pohlaví a role s nimi spojené (Šulová 2004: 74–75). Pro osvojení genderu je pro dítě důležitý okamžik, kdy se dokáže zařadit do jedné ze skupin, které mu daná společnost nabízí. Tuto schopnost získává postupným odhalováním rozdílů mezi dospělými muži a ženami, přičemž tyto rozdíly později dokáže přenášet i na sebe a opačné pohlaví. Dítě je postupem času schopno uvědomovat si také odlišnosti mezi mužstvím a ženstvím v různých sférách, ať už se jedná o vlastnosti, činnosti či prostředí (Janošová 2008: 98–99).

2.2.1 Teorie genderové socializace

V oblasti teorie existuje několik rovin, které vysvětlují učení se genderu. Dle Karstena (2006) to jsou teorie utvrzování, imitační, identifikační a teorie kognitivní. Ačkoliv jsou všechny tyto teorie velmi vlivné, mají většinou nedostatky při jejich zobecňování. Zatím však neexistuje jednotná teorie, která by shrnovala dosavadní poznatky.

První z uvedených přístupů, teorie utvrzování vychází z předpokladu, že se děti učí svému genderu posilováním chování připsaného dané pohlavní kategorii. V praxi to znamená, že jsou chlapci káráni za svůj pláč, protože jsou

utvrzování o světě, ve kterém správní chlapi nepláčou. Naopak malým dívkám je pláč dovolen bez připomínek. Tímto způsobem se pak profiluje chování do takové formy, aby odpovídalo společenským normám. Vezmeme-li tento jev do důsledku, pak právě toto by mohlo být jedno z vysvětlení, proč vyrůstá mnoho žen slabých, přizpůsobivých a pasivních, zatímco muži jsou nebojácní, odolní a agresivní. Teorie utvrzování však není bezchybná a má svá slabá místa. Především existuje množství výzkumů, které dokazují, že rodiče se k dětem obou pohlaví chovají bez rozdílu stejně. Dalším kritickým bodem může být to, že nelze jednoznačně potvrdit příčinnou souvislost mezi pohlavně specifickým chováním a předchozí výchovou rodičů (Karsten 2006: 32–34).

Imitační teorie jednoduše vychází z toho, že děti jako malí pozorovatelé odhalují odlišné chování mužů a žen, přičemž toto chování napodobují. Podle této teorie tedy malá děvčata imitují své matky a další ženy v jejich okolí a chlapci naopak svou pozornost směřují na otce a jiné muže. Tato teorie však vykazuje nedostatky při vysvětlování osvojování genderových vzorů. Hlavním problémem, se kterým se tato teorie potýká, je neschopnost vysvětlení dřívějšího utvrzení pohlavní role u chlapců než u dívek, ačkoliv jsou chlapci v raném dětství častěji v prostředí ženských vzorů (Karsten 2006: 36–37).

Třetí z uvedených teorií, tzv. identifikační, stojí na předpokladu, že dítě přejímá chování, názory a postoje na základě vztahů se svými nejbližšími, tedy matkou či otcem. Identifikační teorie představují psychoanalytickou rovinu vysvětlení genderové socializace. Mezi nejvýznamnější představitele této teorie lze zařadit Sigmunda Freuda, Karen Horney, Nancy Chodorow či Erika Eriksona. Dle Freuda vývoj dětí probíhá v několika stádiích spojených se sexualitou, přičemž zdůrazňuje, že na počátku vývoje se bez ohledu na pohlaví všechny děti upínají na matku. V předškolním věku se zahajuje falické období, kdy začíná docházet k pohlavní identifikaci s rodičem stejného pohlaví, která je u chlapců a u dívek odlišná. U chlapců je spojená s kastrací úzkostí. U dívek závistí mužského penisu a pocitem nedokonalosti. (Renzetti, Curran 2003: 94–96). Mnoho dalších psychoanalytiků z této teorie vychází,

ovšem vzhledem k silně kritizovanému falocentrismu, ji poněkud upravují. Karen Horney například obrátila koncept, kdy podle ní muži závidí ženám schopnost porodit dítě. Eriksonova myšlenka zase spočívá v tom, že ženy mají uvnitř svého těla prostor pro „vytvoření“ života, což je předurčuje k pečování o druhé, zatímco mužské pohlavní orgány směřují vně tělo, tudíž jsou spíše určeni pro aktivní způsob života. Nancy Chodorow se zaměřila na to, že dívky se snadno identifikují s matkou, která se stará o domácnost, avšak chlapci mají situaci složitější, neboť otcové tráví v domácnosti málo času. Na základě této zkušenosti jsou to pak právě dívky, které pociťují intenzivní vztahy s matkou, případně pak dokážou stejně jako matka pečovat o druhé, zatímco chlapci jsou samostatnější a odtažitější (Renzetti, Curran 2003: 94–96). Přestože jsou psychoanalytické teorie na jednu stranu zajímavé, jsou kritizovány především z důvodu nemožné verifikace. Psychoanalytikové totiž pracují s oblastí podvědomí, a tak nelze procesy zkoumat z pohledu přímé zkušenosti.

Kognitivní teorie vychází z poznatků J. Piageta a L. Kohlberga. Piaget ustanovil na základě svého pozorování několik vývojových stádií dítěte, ve kterých se rozšiřují schopnosti dětského úsudku o pohlaví sebe sama i ostatních. Kohlberg tuto tezi ještě podrobněji rozšířil. Dle jeho názoru tříleté dítě začíná chápat, ke kterému pohlaví náleží, ovšem není si jisté jeho stálostí. Ve čtyřech letech je již dítě schopné propojit souvislost chlapec – muž a dívka – žena. K pochopení pohlaví jako neměnné kategorie však podle Kohlberga dochází až ve školním věku. Navíc zdůrazňuje, že na cestě k tomuto poznání hraje velmi důležitou roli, že si svou příslušnou identitu děti neustále potvrzují. Co se týče mezí, které kognitivní teorie má, pak se jedná o fakt, že osvojování pohlavní role není závislé jen na kognitivním vývoji. Výrazným faktorem, který působí po celou dobu vývoje dítěte a který se velmi proměňuje, je sociální okolí (Karsten 2006: 41–44).

2.2.2 Prostředky genderové socializace

Socializační teorie nám říkají, jakými způsoby si gender děti osvojují. Neméně důležité je však také vymezit prostředky, které na děti působí tak, aby se příslušnému genderu naučily. V této části jsou stručně vymezeny některé z nich, a to rodina a blízcí příbuzní, hračky a vzdělávací systém. Ačkoliv má samostatně každá z uvedených forem sama o sobě větší či menší vliv na osvojování genderových norem, dohromady tvoří velmi silný mechanismus, který ve výsledku produkuje kulturní rozdíly mezi pohlavími.

2.2.2.1 Výchova a vliv blízkých

Každé dítě je během prvních let svého života velmi zranitelné, proto je přítomnost jeho rodičů nezbytná, ať už se jedná o jeho ochranu nebo výchovu. Právě výchova jako jeden ze základních pilířů socializace může být jedním z příkladů, kdy dochází k odlišnému přístupu k dívkám a chlapcům. Janošová (2008: 94) zdůrazňuje na základě několika zahraničních výzkumů, že tento rozdílný přístup je zřejmý již u novorozenců, kdy je péče matky směřována více na chlapce (v tomto věku většinou plačtivé) než na dívky. Tento koncept se v šesti měsících dítěte začíná obracet a dívky se postupně stále více upínají na matku. Dle Karstena (2006: 64–66) rodiče k dívkám přistupují mnohem citlivěji než k chlapcům, neboť se u chlapců předpokládá větší odolnost. Navíc je u dívek výchova zaměřena spíše na jazykové vyjadřování či jemnou motoriku. Chlapecká výchova naopak směřuje k tělesným úkonům. V nižším věku nejsou tyto genderové nároky příliš vysoké, ovšem čím jsou děti starší, tím se požadavky zpřísňují. Chlapci jsou pod velkým tlakem svých otců, aby se nechovali zženštile, například když se nedokážou bránit. U dívek k takové intenzivní kontrole nedochází, naopak bývají rodiče ke svým dcerám benevolentní.

Vliv vrstevníků na socializaci v raném dětství je problematické určit, neboť malé děti nedokážou objektivně hovořit o svých kamarádech

a kamarádkách. Dostupné studie však naznačují směr, kdy dívky spíše inklinují k individuálním vztahům a chlapci kooperují ve společenství. Porovnáme-li tyto tendence s dospělou populací, pak lze vidět podobný trend, kdy jsou ženy spíše zaměřené na sociální oblast a individuální vztahy, zatímco u mužů převažuje týmová práce (Karsten 2006: 75–76). Jarkovská zdůrazňuje, že komunikace ve vrstevnickém kolektivu je výrazným faktorem při utváření významů a vztahů v životě jedince. Vrstevníci mohou ovlivňovat jeho přístup k důležitým oblastem života, například ke vzdělání. Chlapci si tak ve svém kolektivu posilují svou pozici špatným chováním a zhoršenými studijními výsledky. Navíc je v chlapeckém kolektivu podporována mužská nadřazenost a zesměšňování dívčích vlastností, které s narůstajícím věkem nabývají i vulgarity a sexuálních narážek. Jarkovská dále uvádí, že vrstevníci se ovlivňují také při výběru volnočasových aktivit, přičemž děvčata i chlapci inklinují k tradičním volbám, kdy si dívky vybírají aerobic či keramický kroužek a chlapci fotbal. Tato volba je primárně dána tím, že v opačném případě by na ně bylo jejich vrstevníky nahlíženo negativně (Jarkovská 2007: 15).

2.2.2.2 Hračky

S hračkami se děti v útlém věku dostávají do kontaktu téměř denně. Po prvním roce si dívky i chlapci již běžně hrají s takovými hračkami, které přísluší jejich genderu. Rodiče při výběru hraček pro své děti mohou postupovat ne vždy se záměrem, aby u svých dětí upevňovali gender. Emily W. Kane (2006) přináší v tomto ohledu zajímavé poznatky. Jsou kategorie dívčích hraček, které jsou rodiči povolovány chlapcům i za předpokladu, že je to z hlediska genderu netradiční. Jedná se o panenky, domečky či kuchyňské sety. Tyto hračky mohou u dětí rozvíjet empatii či dovednosti domácích prací. Zajímavé je zjištění, že matky mají tendence vhodnost těchto hraček právě pro chlapce ospravedlňovat z hlediska jejich užitečnosti (například aby se v budoucnu chlapci o sebe dokázali postarat). Specifickým případem je však panenka Barbie. Rodiče ji shledávají u chlapců jako problematickou

a nepřipustnou při konstruování jejich mužské identity, přestože připouští rozvíjení pečovatelských schopností pomocí „obyčejných“ panenek. Důvod je celkem zřejmý, neboť panenka Barbie je celosvětově známá jako symbol krásy a ženství. Na tomto a podobných příkladech lze vysledovat, jak si společnost vyděluje hračky pro jednotlivé genderové kategorie. Na jedné straně auta, vláčky, stavebnice, nářadí pro chlapce, na straně druhé panenky, čajové nádobí, domečky pro panenky určené dívkám. Tomuto trendu se pak přizpůsobuje i spotřební trh.

Nejen hračky, ale také samotný akt hry je u dětí rozdílný, neboť již během druhého roku začínají být chlapci při hraní více agresivní. Chlapci jsou také více nezávislí, jelikož si rádi hrají sami, zatímco dívky upřednostňují hry s rodinnými příslušníky (Janošová 2008: 95 – 96).

Nakonec, rozdíly jsou viditelné i při pohledu na samotné prostory určené pro hry dívek a chlapců. Dětské pokoje u chlapců představují prostor spíše pro akční hry, přičemž u dívek jsou tyto prostory určené pro tvůrčí, hudební a „pečovatelskou“ činnost (Karsten 2006: 65).

2.2.2.3 Vzdělávací systém

Mimo individuální úroveň lze spatřovat genderovou socializaci také v institucích, které jsou neodmyslitelně spojeny s vlivem na celou společnost. Představují systém, který udržuje společenský řád pod kontrolou. Je tedy zřejmé, že i kontrola genderových praktik bude do institucí včleněna. Jednu z nejvýznamnějších institucí v tomto smyslu představuje instituce školství.

V první řadě to mohou být výukové materiály, především učebnice, které jsou nepochybně důležitým socializačním nástrojem, neboť předávají studujícím vědění. Jedním z výrazných nedostatků v učebnicích z hlediska genderu je však nadměrné užívání generického maskulina. Místo hromadného označování studujících tak narážíme na maskulinní tvar - žáci. Tento problém

odsouvá ženský tvar do pozadí, přičemž zvýrazňuje hranici polarity muž / žena (Smetáčková, Valdřová 2006: 29).

I samotná interakce učitelů a dětí je genderově zabarvená. Jinak přistupují kantoři k dívkám a jinak k chlapcům. Například u chlapců se předpokládá, že při zkoušení si dokáží odpovědi logicky odvodit, zatímco dívky učivo musí znát. Učitelé tak dávají více prostoru pro přemýšlení chlapcům, aby případnou odpověď mohli vymyslet. Tento přístup následně vede k tomu, že dívky se při neznalosti odpovědí nesnaží řešení logicky vymyslet. Chlapcům jsou obecně předkládány obtížnější úkoly, neboť se u nich automaticky předpokládá větší úspěch než u dívek. Ačkoliv dívky dosahují lepších známek než chlapci, často jsou obviňovány, že se učivo biflují z paměti a jsou tak ve výsledku viděny negativně (Smetáčková 2006: 35–36).

2.3 Genderové stereotypy

Gender otevírá obrovské pole pro výzkum. Jeden z aspektů, který je v souvislosti s genderem zkoumán, představují genderové stereotypy. Ty jsou ve společenské struktuře často velmi hluboce zakořeněné a zřídka si je lidé vůbec uvědomují. Je však nezbytně nutné na projevy těchto stereotypů upozorňovat, neboť jejich přehlížení může vést k rigiditě společnosti a následně také k diskriminaci spojené s genderovými kategoriemi. Jako typický příklad lze uvést vlastnosti spojené s ženským pohlavím (slabost, poslušnost, pasivita, soucit, závislost) a naopak vlastnosti mužské (síla, akčnost, dominance, sebejistota, rozvážnost), které mohou v konečném důsledku ovlivňovat například zásadní postavení na trhu práce (Karsten 2006: 23–25). Lze rozpoznat také konkrétní zájmy, které jsou výhradně připisovány mužům nebo naopak jsou veskrze ženské. U mužů je to oblast techniky, automobilů a sportu, ženy jsou spojovány s aktivitami v umělecké sféře či dalšími tzv. rukodělnými činnostmi (Janošová 2008: 40).

Genderové stereotypy jako předsudky formují naše chování do určitých mantinelů, které jsou odrazem normativního řádu společnosti a snaží se tyto hranice udržovat různými způsoby. Nebezpečí tkví v tom, že se lidé v těchto mantinelech mohou cítit nepříjemně, neboť cítí, že by svůj život chtěli přizpůsobit jiným rolím. Pokud však zvolí právě tuto „netradiční“ cestu, je na takové chování nezřídka pohlíženo s podivem (Jarkovská 2004a: 20).

Walter Lippman u stereotypů označil několik funkcí:

- stereotypy slouží jako prostředek k uspořádání reality, aby pro jedince byla pochopitelná;
- stereotypy jsou zkratkami k určitému významu;
- stereotypy jsou jako sociální konstrukce ideologiemi, které se ve společnosti reprodukují a které jsou posilovány jako přirozené stavy;
- stereotypy pronikají do sdílených postojů ve společnosti, přičemž je jedinci vnímají jako hodnoty subjektivní (Lippman cit. in Burton, Jiráček 2001: 189–190).

Genderové stereotypy lze spatřovat v obrovském množství činností. Ať se jedná o odlišný přístup k výchově na školách, rozdílné podmínky pro ženy a muže na trhu práce, jazykovou strukturu, zobrazování žen a mužů v médiích nebo uspořádání domácností, všude se tato stereotypizace objevuje. Jana Valdřová se ve sborníku *Abc Feminismu* (2004) zaměřila na rozdíly v jazykovém vyjadřování mužů a žen a stereotypy s tímto spojené. Uvádí například, že v případě, kdy ženy erudovaně konverzují v tématu primárně přisuzovanému mužům (politika, finance), pak se publikum k prezentovanému obsahu staví s nedůvěrou. Proto jsou ženy méně častými hosty diskuzních pořadů s takovou tematikou. Právě tento přístup však u žen zvyšuje nejistotu při veřejných výstupech. Nejisté ženy namísto zkušených mužů však nikdo do diskuzních pořadů nezve. Tento začarovaný kruh je jedním z důsledků genderových stereotypů. Ženy jsou mimo jiné také

nerespektovány v pozicích odbornic. Podle Valdové svou vinu na tomto trendu nesou média, která zobrazují v expertních rolích spíše muže. Na druhou stranu však také samy ženy předem předpokládají neslučitelnost kariéry a rodinného života (Valdová 2004: 11–13).

Velmi výrazným stereotypem, který se prolíná do každodenní žité reality a na který poukazují především feministické teorie, je normativní očekávání spojené se vzhledem. Velmi podrobně s tímto stereotypem seznamuje americká představitelka feminismu Naomi Wolf ve svém díle *Mýtus krásy*. V něm uvádí, že krása je nástrojem moci a zároveň také velkým mýtem, který prostupuje lidskou společnost. Ačkoliv je krása vnímána většinovou společností jako něco přirozeného, co ženy samy chtějí a muži očekávají, opak je pravdou. Krása žen je ideologií, která je použita proti samotným ženám z hlediska ekonomického, kulturního i mocenského. Mýtus krásy v sobě skrývá vnímání nerovností skrze vzhled (Wolf 2000: 11–15). Naomi Wolf ukazuje, že mýtus krásy se objevuje ve všech sférách života. Jednou z nich je například pracovní prostředí. Podporování stereotypu mýtu krásy lze snadno pozorovat na tzv. profesionálních krasavicích (modelky, herečky, zpěvačky). Autorka poukazuje na fakt, že dnes mohou tyto ženy sloužit jako vzor někomu, komu se chtějí přiblížit všechny ostatní ženy (Wolf 2000: 31–32). V souvislosti s mýtem krásy lze uvést také pojem *lookismus*, který Bonnie Berry srovnává k rasismu, tedy stratifikačnímu nástroji ve společnosti, který vytváří nerovnosti mezi lidmi (Berry 2008). Nehledě na fakt, že předsudky o dokonalé ženě jsou pouhým sociálním konstruktem a ideálem, ženy jej přesto z velké většiny následují. Petra Šanderová upozorňuje, že při popisování sociální stratifikace je vzhled často opomíjen, i přesto že se jedná o velmi silný faktor ovlivňující chování lidí ve společnosti. Jestliže náš vzhled neodpovídá normám, které předepisuje společnost, naše tělo se nám stává překážkou a pro ostatní jistou anomálií (Šanderová 2011: 11–22). Jedním z důsledků tohoto stereotypu je, že ženy pod tímto tlakem ohrožují své zdraví, aby jejich tělo nesmyslným normám spojeným s tělem odpovídalo. Nezřídka se pak setkáváme s poruchami příjmu potravy v podobě anorexie

či bulimie. Ani jiné vážné zdravotní problémy neodrazují mladé ženy od sebetýrání hladem (Wolf: 2000: 208).

Genderové stereotypy lze nalézt také v oblasti domácí sféry. Bosá a Minarovičová (2002: 16) uvádí jako další z výrazných stereotypů rodičovství, přičemž upozorňují, že primární zodpovědnost se přisuzuje vždy ženám, ačkoliv by měla být rovnoměrně rozložena mezi oba dva rodiče. Na rodičovské dovolené tak v drtivé většině zůstávají ženy, což vyplývá ze stereotypního obrazu ženy jako matky. Pokud stejnou roli zastává muž, společnost to přijímá jako něco obdivuhodného a výjimečného. Tento přístup je však právě příčinou vnímání rodičovství jako oblasti, kam muž nepatří. Dle Maříkové (2004: 45) to může reflektovat pojmání rolí, kdy jsou role matky a otce navzájem rozdílné i komplementární, přičemž otec zastává roli autority, ochránce a živitele, zatímco matka je nositelem emočního bezpečí.

Poměrně rozsáhlou oblastí, kde se vyskytuje množství stereotypů, je trh práce. Rozdělení na mužská a ženská pracovní místa je jen jeden aspekt genderování pracovního trhu, nicméně tato rozdílnost je ještě více prohloubena tím, že ekonomická sféra je v západních společnostech vyhrazena spíše mužům, zatímco ženy jsou spojovány s domácností (Connell 2002: 61). Ženy jsou tak při vstupu na pracovní trh omezovány různými bariérami. V první řadě je to tzv. dvojí břemeno, kdy musejí vykonávat zaměstnání mimo domov a zároveň zajišťovat chod domácnosti a starat se o děti. Pracovní trh však často nereflektuje náročnost skloubení těchto dvou sfér. Jak uvádí Maříková (2004: 46), aby byl tento formát funkční, je nutné poskytnout pracujícím ženám jiné podmínky, především flexibilní pracovní dobu, či přizpůsobení pracovního úvazku jejich možnostem. Dalším problémem, se kterým se ženy potýkají, je diskriminace spojená se stereotypním pohledem na jejich schopnosti. Často mají problém získat pracovní místo technického směru či v řídicí funkci, neboť převládá obecný (a stereotypní) názor o jejich neschopnosti takové pozice zastávat. Avšak ani získání takového místa pro ženu nemusí znamenat zvýšený status, neboť

jak ukazují dostupné údaje, získávají o 40 % menší mzdu než muži ve stejné pozici (Plesková et al. 2008: 18–21).

2.4 Média

Média jsou běžnou součástí našeho života. Setkáváme se s nimi v každodenní realitě a ovlivňují naše vnímání světa. Od svého vzniku se neuvěřitelným způsobem rozšířila a současný trend naznačuje, že se budou i nadále vyvíjet. Masová média, kterými většinou označujeme tisk, rozhlasové a televizní vysílání, či internetové servery, jsou obecně formami sociální komunikace, přičemž jejich dosah je neomezený díky rozšířeným a vyspělým technologiím dnešní doby. Dalším znakem masových médií podle Jiráka a Köpplové (2009: 21) jsou jejich obsahy, které jsou pro jejich příjemce určitým způsobem užitečné, a zájem uživatelů o tyto mediální informace navíc určuje jejich životnost.

Mimo tuto rovinu je však důležité poukázat také na jejich pozici ve společnosti v souvislosti s jejím utvářením. Jak uvádí McQuail (2009: 93), média se velmi výrazně podílí na vytváření a šíření vědění ve společenském prostoru. Média zprostředkovávají pomocí symbolů značné množství informací, přičemž se díky tomuto sdílenému významu dokáží šířit mezi lidmi. Mimo jiné se také podílejí na utváření naší identity a jsou navíc nástrojem pro sdílení společenských norem.

2.4.1 Vliv médií

Vliv médií je velmi problematická otázka, kterou se společenské vědy zabývají. Působení médií ve společnosti je na jednu stranu nezpochybnitelné, ovšem na druhou stranu výsledky tohoto působení jsou velmi těžko prokazatelné. Proto je důležité neustále zkoumat procesy spojené

s působením médií, což napomáhá k definování alespoň předpokládaných mediálních účinků (McQuail 2009: 468).

Dle Jiráka a Köpplové (2009: 322–323) problematičnost ovlivňování médií vychází ze tří rovin. Za prvé se jedná o rozrůzněnost pohledů na mediální obsahy. To znamená, že všechny snahy o popis působení médií jsou již předem ovlivněnou výchozí představou o vztahu médií a společnosti. Dalším důvodem problematického zkoumání působení médií je to, že mediální komunikace je neoddelitelnou součástí dalších společenských procesů, takže je nemožné média z tohoto procesu vyčlenit a zkoumat samostatně. Třetí problematickou rovinu tvoří proměnlivost samotných médií.

Obecně lze působení médií rozdělit do dvou oblastí, přičemž se jedná o oblast sociální teorie, jež se zaměřuje na celospolečenský dopad na straně jedné a konkrétní účinky různých druhů médií, jejich obsahů na chování či jednání jedinců na straně druhé. Tyto roviny nejsou izolované, ale naopak se prolínají. V dané problematice je nutné poukázat také na různorodé pojmosloví, jelikož lze vidět užívání pojmů jako vliv, efekt, dopad, role a další. Jiráka a Köpplová rozlišují, že vliv je spíše dlouhodobého trvání a účinek naproti tomu představuje krátkodobou reakci uživatele na mediální obsah v daném okamžiku (Jiráka, Köpplová 2009: 324–325). Vliv médií tak můžeme charakterizovat například jako sociální integraci, socializaci, sociální kontrolu či distribuci znalostí. Krátkodobý účinek médií pak lze spatřovat v mediálních kampaních, propagandě, individuální reakci či politických účincích (McQuail 2009: 480–482). Ovšem právě tyto definované oblasti jsou poměrně těžko dokazatelné, přičemž u mnoha z nich dochází na poli výzkumu ke kontroverzním závěrům, které si navzájem odporují. Navíc je často v sociálně vědním prostředí vyzdvihován spíše negativní dopad médií než ten pozitivní. Tento problém je znatelný především při poukazování dopadu mediálních obsahů v celospolečenském měřítku.

Média mohou být vnímána jako důležitý nástroj sociální kontroly. V této souvislosti je jejich vliv chápán ve smyslu formování a podpory dominantních hodnot státu, ať už jde o úmyslný či neúmyslný záměr. Mediální obsahy v tomto smyslu potvrzují konformní chování vzhledem ke společenským normám a také definují a upozorňují na deviantní chování (alkoholismus, kriminalita, narkomanie či sexuální deviace). Nicméně zde může vznikat riziko, kdy média s cílem odklonit pozornost diváků od skutečných problémů společnosti, označují do stejné skupiny deviantů také marginalizované skupiny, jako jsou imigranti nebo sociálně slabí jedinci (McQuail 2009: 509–511).

Působení médií v oblasti genderu je spojováno s teoriemi vycházejícími ze sociálního konstruktivismu Bergera a Luckmanna, který představuje jednu z významných teorií pro feministické paradigma. Snahou je odbourávat myšlení, které vychází z odlišností mezi mužem a ženou pouze z jejich přirozené rozdílnosti založené na biologických znacích. V opačném případě by totiž socializace a sociální kontrola (které hrají hlavní roli v utváření genderové identity jedince) neměly žádný význam. Sociální konstruktivismus vychází z předpokladu, že naše vnímání a identita jsou sociálně podmíněné, tzn., že se utváří ve společnosti (např. v rámci socializačního procesu). Ačkoliv jedinec považuje danou sociální realitu za objektivní a vytvářenou mimo něj, sama realita je naopak vytvářena procesy sociální interakce mezi lidmi (a jednáním, na základě připsaných významů). Díky výchově je pak konstrukce genderu založená na společností připsaných rolích, což ve svém důsledku udržuje genderově nerovnou strukturu (Kašpárková 2006: 18).

2.4.1 Média jako socializační nástroj v teorii sociálního učení

Jak již bylo uvedeno, média hrají významnou roli v socializačním procesu. Jednoznačně poskytují nepřeborné množství informací, přičemž na jednu stranu mohou pro dítě představovat zábavu a na stranu druhou ho

vzdělávat a představovat jeden ze způsobů, jak získat přehled o společnosti, ve které žije. Jednou z teorií, kterou lze vliv médií vysvětlovat v rámci socializace, je Bandurova teorie sociálního učení. Ta vychází z předpokladu, že převážná většina jevů učení může být přijímána zprostředkovaně, na základě pozorování chování ostatních lidí a důsledků, které pro ně toto chování přináší. To že se dítě učí pozorováním (nejen přímou zkušeností s důsledky jeho vlastního chování), mu napomáhá vytvářet si určité vzory, aniž by bylo podrobeno zdoluhavému procesu pokus – omyl. Bandura upozorňuje, že toto platí také pro oblast emoční, kdy se dítě pozorováním emotivních reakcí druhých spojených s bolestnými či příjemnými pocity dané reakce učí. Toto poznání děti symbolicky dokážou využívat při vyhodnocování každodenních situací, kdy jsou pak schopny předvídat důsledky odlišného chování v různých situacích (Bandura 1971: 3).

Bandura sociální učení vysvětluje v souvislosti se čtyřmi na sebe navazujícími procesy:

- Procesem pozornosti;
- Procesem uchování;
- Procesem produkce;
- Procesem motivace.

Proces pozornosti ovlivňuje, jaké informace budou z příslušných modelů jedincem získány, přičemž se tento proces může měnit na základě různých aspektů (kognitivních schopností jedince, předsudků či interakcí, které určují přístup k daným modelům). Druhý z procesů představuje retenci, tedy překódování informace získané z modelů do vzorů a pravidel, které si dokážeme uložit do paměti k ostatním znalostem. Následuje proces produkce, která znamená převedení symbolických pojmů do reálných pravidel chování. Poslední z procesů, motivační, představuje užívání modelového chování za předpokladu, že je oceňováno (Bandura 2002: 127–129).

Mimo pozorování je důležité také uvést rovinu modelování, která je klíčovou v souvislosti s vlivem médií na socializaci. Bandura ve své práci zmiňuje, že celý proces socializace je potřeba opřít o modely, které v tomto procesu zprostředkovávají kulturní vzorce (Bandura 1971: 5). Vliv modelů je vidět v každodenním životě, kdy se rozvíjí nové způsoby reakcí k předcházení případných chyb. Zde Bandura vyzdvihuje média jako rozsáhlé symbolické prostředí modelů, které zprostředkovávají lidské hodnoty, myšlení či vzorce chování. Hlavní rozdíl od praktického učení jednotlivců spočívá v tom, že modely přenášejí významy pro nespočet lidí najednou, tudíž mají obrovský sociální dopad (Bandura 2002: 126). Jak uvádí Curran a Renzetti, děti si za své modelové vzory nejčastěji vybírají své blízké a vrstevníky, ale také hrdinky mediálních obsahů (Renzetti, Curran 2003: 100). Lze tedy předpokládat, že právě od těchto jejich hrdinů z oblíbených příběhů, mohou přejímat vzorce chování spojené mimo jiné i s genderem.

2.4.2 Gender v médiích

Média mají v oblasti genderu hodně co říci. Předkládají totiž obrazy mužských a ženských rolí, přičemž pokud jsou tyto role stereotypní, pak se tyto stereotypy rozšiřují dále do reálných životů lidí, jež tyto stereotypy skrze média přijímají. Feministická kritická analýza se zaměřuje na umístování ženských postav do mediálních obsahů, přičemž následně také zkoumá přijímání obsahů a působení na konstrukci feminity. Stejně pak samozřejmě pracuje s předpokladem, že mediální obsahy určené mužům působí na utváření maskulinity (McQuail 2009: 355–356).

Pokud média zobrazují stereotypy, kde tyto obsahy vlastně čerpají? Jednou z odpovědí je tzv. hypotéza zrcadlení, která vysvětluje zobrazování genderu v médiích jako odraz reálných postojů ve společnosti. Ovšem média samozřejmě nejsou pouze pasivním nástrojem vysílání jakýchkoliv informací.

Naopak, rozhodují o tom, které informace se dostanou k veřejnosti a které nikoliv (Renzetti, Curran 2003: 183–184).

Dle Řeháčkové (2002: 12–13), která se ve své práci zaměřila na zobrazování žen v reklamách, je diskuze o mediálních obsazích obrácena spíše na děti a jejich bezpečnost, avšak ve spojení s genderem a genderovými stereotypy stále chybí. Jak se můžeme dále dočíst v jejím příspěvku, v médiích je prezentován pouze jeden druh ženství, který je založen na dokonalém těle. Je poukazováno pouze na ženskou krásu, nikoliv na intelektuální schopnosti. Média tohoto symbolu nanejvýše využívají, neboť se stává zdrojem pozornosti a následně i zisku (Valdrová 2001: 189). Další studie zabývající se genderem v reklamě odhalila, že jedinci vystavení reklamám ukazující stereotypní ženské role zastávali negativní názor vztahující se k manažerským schopnostem ženy. Co se týče vztahu mezi reklamou a vzhledem, časopisy určené ženám propagují prostředky na hubnutí ve velkém množství a ve srovnání s muži je to až několikanásobně větší množství reklam. Mimo jiné nespočet titulních stránek obsahuje informaci jak změnit, resp. zlepšit svůj vzhled (Čáslavská, Kubálková 2009: 49).

Důležitá je v otázce spojení genderu a médií také forma cílení mediálního obsahu na příjemce. Některé druhy obsahů médií jsou diferencovány tak, aby mířily pouze na určité pohlaví. McQuail tento jev spojuje s odlišnou genderovou zkušeností žen a mužů. Právě proto jsou ženy například největšími konzumentkami romantických filmů, neboť tyto obsahy představují únik z každodenních starostí a problémů, přičemž pocit klidu jim dodává i samotný příběh o lásce, i když je často velmi nereálný a ženy si to zcela uvědomují (McQuail 2009: 447). Podobné cílení lze vysledovat také u tištěných médií, konkrétně u časopisů. Populární ženské a mužské časopisy se z výše uvedeného důvodu rozdílných genderových zkušeností zásadně liší. V magazínech určených ženám jako jsou například *Cosmopolitan*, *Marie Claire*, *InStyle* převažují články zaměřené výhradně na pěstování atraktivity spojené s následnými výhodami v pracovní i partnerské sféře. Mužské

časopisy jako *Esquire*, *Playboy*, *Maxim* zaměřují svůj obsah na sport, technologie či sex (Renzetti, Curran 2003: 187–190). David Gauntlett ve své knize *Media, Gender and Identity* však uvádí poměrně důležitý poznatek o objektivizaci mužského těla v ženských časopisech. Ženské tělo jako sexuální objekt je v časopisech pro muže zcela běžné, nicméně nyní se podle něj rozdíly v tomto směru stírají, neboť se mužské tělo objevuje v ženských časopisech taktéž, a to ve stejném pojetí jako je tomu u časopisů určených pro muže. Na druhou stranu Gauntlett vysvětluje, že v dámských časopisech se mužské tělo nevyskytuje výhradně jako sexuální objekt, ale muž je zobrazován jako citlivá a inteligentní osoba, která se potýká s problémy v různých oblastech svého života (Gauntlett 2008: 196–198).

V otázce prezentace mužů a žen v médiích, je zobrazování femininity a maskulinity velmi důležité obzvláště v dětském věku. Jak již bylo zmíněno, existuje předpoklad, že média mohou být jedním z nástrojů genderové socializace, přičemž je můžeme často také označit za prostředek distribuce genderových stereotypů.

Matthew Johnson ve své práci média kritizuje za negativní obsahy působící na děti. Nazývá tento problém ve své studii *syndromem malých princezen*. Princezny jsou prezentovány jako krásné dívky, které získají díky své kráse silného a krásného prince, přičemž jejich postava je téměř vždy pasivní. Jako zdroj stereotypů vidí Johnson studio Disney a pohádky tohoto typu. (Johnson 2010: 34–36). Renzetti a Curran zdůrazňují, že dospívající děti rozpoznávají v televizních vysíláních genderově stereotypní chování, přičemž toto chování pro ně může představovat určitý vzor, se kterým se poměřují. U ženských postav například zaměření se na tělesné proporce nebo u mužů sportovní aktivity. Pokud je intenzita sledování pořadů s takovým obsahem vysoká, pak mohou být vystupující postavy přijímány jako reálné. Důležité je také rozlišovat schopnosti rozpoznání rozdílů reality vs. fantazie u malých dětí a mládeže, neboť je zřejmé, že riziko je podstatně větší u první z uvedených věkových kategorií (Renzetti, Curran. 2003: 206).

Další z mediálních forem, která může prezentovat genderové stereotypy, je dětská literatura. Dostupné studie ukazují, že v dětských knihách se vyskytuje nepřeborné množství genderových stereotypů, které jsou tímto způsobem dětem předkládány. Z pohádkového světa si děti přenášejí tyto stereotypy do skutečného života. Z toho důvodu nelze pohádky přehlížet jako neškodné příběhy, protože jsou společně s dalšími nástroji silným mechanismem pro reprodukci genderových nerovností ve společnosti (Jarkovská 2004b: 58). Mužské postavy v pohádkách jsou prezentovány jako aktivní a dobrodružné, oproti pasivním ženským rolím pomocnic. Zahraniční studie zabývající se obsahem dětské literatury tento trend dokazují. Stuart Oskamp a jeho kolegové se zaměřili na výzkum obrázkových knih pro děti ve věku tři až pět let, oceněných jako nejlepší ilustrovaná díla. Z 19 knih, které obsahovaly ilustrace lidských postav jednoho genderu, se ve 43 % jednalo o ženu a v 57 % o muže. Ze zvířecích hrdinek se projevil poměrně velký nesoulad, kdy byl rozdíl 3 % ženských postav vs. 97 % mužských. Analýza charakterových vlastností postav poukázala na to, že ženské postavy byly popisovány jako submisivní, pečovatelské a závislé. Naproti tomu mužihrdinové byli aktivní, nezávislí, řídicí, kreativní (Oskamp, Kaufman, Wolterbeek 1996: 27–39).

Pokud se děti setkávají pouze se stereotypní literaturou, pak je pro ně nemožné, aby přijaly jiný obraz reality, než na jaký jsou zvyklé z klasických pohádek (Renzetti, Curran 2003: 117–119). Příkladem je studie Janet Evans, která provedla výzkum s dětmi mladšího školního věku. Děti popisovaly hlavní hrdinky klasické pohádky. Drtivá většina odpovědí obsahovala tradiční představu statečného prince, který zachrání krásnou princeznu zabitím draka, čímž si vyslouží ruku princezny. Když ale autorka studie přečetla dětem netradiční pohádku, kde je hlavní postavou odvážná princezna a bojácný princ, děti byly velmi překvapené a často odmítaly tento příběh přijmout (Evans 1998: 5–7). Tento příklad ukazuje, jak jsou genderové stereotypy zakořeněny již v útlém věku dětí. Lucie Jarkovská v rámci veřejné konference Aktivní rodičovství ve svém příspěvku uvedla, že rodiče by měli být všímavější

k vlastnostem svých dětí a že lze nalézt literaturu s dětskými příběhy, která poskytuje větší rozhled, prostor pro kreativitu a méně genderových předsudků (Jarkovská 2011).

Právě otázka genderově vyvážených médií mě přivedla k zamyšlení, jak jsou zobrazovány genderové kategorie v literatuře pro děti, přičemž mě napadly jako nositelé informací dětské časopisy. Ohlédnu-li se zpět k dospělé populaci, pak je z dostupných zdrojů zřejmé, že časopisy pro ženy a muže stereotypy překypují. Je tento trend možné sledovat také v časopisech pro nejmenší? Nebo se v současné době naopak schyluje k nastolení rovnosti? V oblasti výzkumu je toto téma celkem přehlíženo. Právě proto se problematikou genderových stereotypů v časopisech pro děti dále zabývám v empirické části své práce.

3 METODOLOGIE

V empirické části své práce vycházím z výše vymezeného teoretického kontextu týkajícího se problematiky genderu v médiích. Nejprve stanovuji cíl výzkumu, hlavní a vedlejší výzkumné otázky a hypotézy. Dále popisuji vybraný výběrový soubor a metodologický aparát pro výzkum.

3.1 Cíle výzkumu a stanovení výzkumné otázky

Ve výzkumu v rámci své bakalářské práce se věnuji otázce prezentace postav v časopisech pro děti předškolního věku. Protože se u dané cílové skupiny nepředpokládá schopnost čtení textu, bude výzkum zaměřen pouze na ilustrace. Jak uvádí Joy Worland (2008: 42), text může být často podhodnocen, ovšem obrázek vždy zprostředkovává daný význam každodenních činností. Ilustrace tak může vypovědět někdy mnohem více než text, proto je v těchto médiích stěžejním prostředkem pro sdělení.

Hlavní výzkumná otázka, kterou si pokládám, tedy zní:

- *Jak jsou prezentovány postavy v ilustracích časopisů určených dětem předškolního věku?*

Jelikož se dále zaměřuji na problematiku genderu a genderových stereotypů u těchto časopisů, pak jsem doplnila tyto dvě vedlejší výzkumné otázky:

- *V jakých rolích jsou zobrazovány mužské a ženské postavy v časopisech pro děti?*
- *Jaké genderové stereotypy se vyskytují v rámci ilustrací mužských ženských postav v časopisech pro děti předškolního věku?*

3.2 Hypotézy

Empirická část mé práce vychází z kvantitativní metodologie, proto na základě svých výzkumných otázek a teoretického kontextu stanovuji následující výzkumné hypotézy, které byly následně ověřovány v rámci obsahové analýzy.

- *Jak jsou prezentovány postavy v ilustracích časopisů určených dětem předškolního věku?*

H1 V časopisech pro děti předškolního věku bude v rámci ilustrací jako hlavní postava zobrazován více muž než žena

Vycházím zde z informací teoretického kontextu, že muži jsou v rámci mediálních obsahů často nadreprezentováni a ženy jsou méně viditelné. Předpokládám, že tento trend bude zřejmý i v časopisech pro nejmenší.

- *V jakých rolích jsou zobrazovány mužské a ženské postavy v časopisech pro děti?*
- *Jaké genderové stereotypy se vyskytují v rámci ilustrací mužských ženských postav v časopisech pro děti předškolního věku?*

H2 V časopisech pro děti předškolního věku budou ilustrovány ženské postavy nejčastěji v rolích spojených s domácí sférou, zatímco muži budou ilustrováni v rolích spojených s volným časem.

Stejně jako u předchozí hypotézy vycházím z teoretického kontextu, kdy jsou ženy často reprezentovány ve stereotypních pozicích spjatých s domácností (úklid, péče o děti), zatímco muži v rámci trávení volného času (jako je např. sport či jiné další volnočasové aktivity, kde mohou vykazovat svou soutěživost a agresivitu).

H3 Pokud bude zobrazena postava při výkonu zaměstnání, pak mužské postavy budou obsazovat vyšší pracovní pozice než ženské postavy.

Ačkoliv předpokládám, že při výkonu zaměstnání budou postavy v časopisech ilustrované v menším množství, neboť se budou vyskytovat v obrázcích převážně dětské postavy, pak v případě výskytu postavy zobrazené při zaměstnání, budou muži obsazovat vyšší pozice než ženy.

Ve stanovení této hypotézy vycházím z tvrzení, že ženy nezdědka čelí problému horizontální segregace a skleněného stropu. Horizontální segregace v tomto případě představuje stav, kdy se poměr mužů na pracovních pozicích zvyšuje s rostoucí úrovní řídicích kompetencí, přičemž právě nejvyšší pracovní pozice zaujímají s převahou muži. Na ženy pak připadají méně oceňovaná pracovní místa. Problém skleněného stropu tomuto stavu napomáhá, neboť představuje bariéru, která znemožňuje ženám obsazovat vyšší pozice. Může se jednat o předsudky dané genderovým řádem a stereotypy, či neadekvátní rozdílné postupy při posuzování výkonu žen a mužů na totožných pozicích (Pavlík 2005: 34–36). Tento trend se dle mého předpokladu odrazí také na ilustracích, které se nachází v dětských časopisech.

3.3 Operacionalizace

Pro výzkumnou část bylo nutné jako další krok stanovit operační definice jednotlivých hypotéz. „*V operační definici je koncept vyjádřen popisem operací, kterými bude měřen.*“ (Disman 2002: 79).

Aby bylo možné ověřovat hypotézu H1, byl na základě kódovacího klíče a odlišných kódů pro ženu a muže zaznamenán gender u každé postavy, jež se v časopise vyskytovala. Do analýzy nebyly zahrnuty fotografie či ilustrace spojené s reklamou. Pokud se v ilustraci vyskytovalo více než deset postav, pak tyto ilustrace taktéž nebyly kódovány, jelikož u těchto obrázků často jednotlivé postavy splývají dohromady, nebo se dokonce jedná o dav. Na základě porovnání četností genderu jednotlivých postav bylo možné následně určit, zda je v časopisech více prezentován mužský či ženský gender.

Pro ověření hypotézy H2 byly stanoveny kategorie rolí, které vycházejí z teoretického východiska. Dle kódovacího klíče byly zaznamenávány činnosti, které postavy na obrázcích vykazovaly, přičemž se jednalo o následující kategorie:

- činnosti spojené s volným časem;
- činnosti spojené s domácí sférou;
- činnosti spojené s veřejnou sférou;
- činnosti spojené s mentálními stavy / emocemi / kognicemi;
- činnosti spojené se studiem;
- činnosti spojené s fyziologickými potřebami.

Na základě četností bylo dále porovnáváno, ve které z uvedených kategorií, se vyskytuje nejvyšší počet ženských a mužských postav. V rámci hypotézy jsem předpokládala, že ženské postavy budou nejčastěji zobrazovány v činnostech spojených s domácí sférou, zatímco mužské postavy najdeme nejčastěji ilustrované v činnostech spojených s volným časem.

Mimo nejčtenější zaznamenané činnosti, jsem se dále zaměřila zvláště na kategorii genderově stereotypních činností pro porovnání poměru žen a mužů v této oblasti. V rámci zkoumání genderových stereotypů tak byly pozorovány následující jevy:

- poměr žen a mužů v jednotlivých typech domácích prací, přičemž byl předpokládán a) větší výskyt žen u činností spojených s úklidem, vařením či péčí o dítě; b) větší výskyt mužských postav u činností spojených s opravami či kutilstvím.
- poměr žen a mužů v jednotlivých typech volnočasových aktivit, přičemž byl předpokládán a) větší výskyt mužských postav zachycených při sportovních aktivitách; b) větší výskyt ženských postav v činnostech spojených s uměleckou oblastí, tzn. při malování, tanci či zpěvu.

- poměr žen a mužů při činnostech spojených s fyziologickými potřebami, přičemž předpokládám a) větší výskyt mužských postav při konzumaci jídla.

Pro ověření hypotézy H2 byly kódovány také předměty / artefakty, které v ilustracích postavy užívaly. V tomto případě vycházím z výzkumu *Gender roles in children's literature: A review of non-award-winning "easy to read" books* z roku 2001, jehož obsahem byla právě analýza užívaných artefaktů v dětských knihách. V daném výzkumu se ukázalo, že mužské postavy byly nejčastěji zobrazovány s artefakty určenými pro osobní sféru, zatímco ženské postavy nejčastější užívaly artefakty spojené s domácností. Při sběru dat mého výzkumu bylo taktéž zaznamenáno, jaké artefakty užívají postavy v dětských časopisech, přičemž bylo možné určit jednu ze tří kategorií: a) artefakty určené pro práci ve veřejné sféře (práce mimo domov); b) artefakty určené pro práci v domácnosti; c) artefakty určené pro osobní sféru (pro volný čas, péči o tělo, či různé zbraně). Předpokladem bylo potvrzení výsledků, které uvádí výše zmíněný výzkum, tedy že mužské postavy budou užívat artefakty spojené s osobní sférou, zatímco ženy budou užívat artefakty pro domácnost.

Hypotéza H3 byla ověřena na základě povolání, ve kterých byly dané postavy zobrazovány. Aby bylo možné hypotézu ověřit, byla všechna povolání kódována dle klasifikačního systému ISCO, který řadí jednotlivá zaměstnání do devíti základních kategorií, přičemž jsou řazeny sestupně, tedy v první kategorii se nachází nejvyšší pozice a v poslední kategorii nekvalifikované pracovní síly. Následně bude porovnán výskyt mužů a žen v jednotlivých kategoriích. Předpokládám, že v nejvyšších kategoriích zahrnující řídicí pozice, vědce (vědkyně) a odborníky (odbornice), bude převažovat počet mužů nad ženami. Opačný poměr, tedy převahu žen předpokládám na pozicích v nejnižších kategoriích.

3.4 Výběrový soubor

Výběrovým souborem pro sběr dat, byly časopisy určené dětem předškolního věku, vydané v roce 2013. Nejdříve byly vyhledány redakce, které vydávají periodický tisk a zaznamenány dostupné časopisy určené cílové skupině. Do výběrového souboru tak byly zahrnuty časopisy, které uváděly věkové vymezení v tiráži či v popisu obsahu časopisu. Do souboru byly rovněž zahrnuty i tituly, které uváděly, že jsou určené „pro nejmenší“, neboť předpokládám, že tyto časopisy také spadají do příslušné skupiny. Pro celkové doplnění byl dále proveden malý průzkum v různých pražských obchodech a trafikách, kde se periodika běžně prodávají, aby byl seznam kompletní. Celkem bylo zahrnuto 22 časopisů, přičemž dva byly při samotném kódování vyřazeny, neboť neobsahovaly kódovatelné obrázky. Většina časopisů byla zapůjčena ve Středočeské vědecké knihovně Kladno. Část časopisů zapůjčila také Městská knihovna v Praze. Ze všech časopisů byly pořízeny fotografické snímky, které poté sloužily jako materiál pro kódování. Pro úplnost uvádím stručný popis periodik, která byla podrobena analýze.

3.4.1 Animáček

Časopis Animáček je měsíční periodikum, které navazuje na pořad TV Barrandov, určený dětem od tří let. Hlavními postavami jsou příšerky ze stejnojmenného pořadu – Božka, Tyrčka Vočum, Valibov a Sosín. V časopise najdete komiksovou příhodu, příběh o supermámě, cestovatelský průvodce pro děti, výtvarné a naučné hry a úkoly. Každé číslo obsahuje malou hračku jako dárek. Časopis má 36 stran a cena za kus je 49 Kč.

3.4.2 Animálek

Tento časopis vycházel v roce 2013 nepravidelně, přičemž v daném období bylo vydáno pět čísel. Všechna čísla obsahovala přílohu v podobě hračky. Časopisem provázejí některá z čísel zvířátka, další pak pohádkové postavičky

připomínající mořské živočichy. Obsahem jsou zábavné kvízy a hádanky, pohádkové příběhy, komiksy, či jednoduché recepty. Časopis má 20 stran a cena za kus je 79,90 Kč.

3.4.3 Auta

Časopis Auta je inspirován pohádkovým filmem studia Pixar. Hlavními postavami, které lze v tomto měsíčníku najít, jsou automobily Blesk McQueen, Burák a Sally, kteří mají běžné lidské vlastnosti. Tito přátelé prožívají v časopisu různá dobrodružství a řeší mnohé problémy. Mimo komiksové příběhy je v každém čísle představen nějaký skutečný typ automobilu. Dále časopis obsahuje logické hry a úkoly s automobilovou tematikou, rubriku s tvořením a na závěr hrací karty s různými filmovými automobily. Časopis čítá 36 stran a jeden výtisk stojí 79 Kč.

3.4.4 Báječná školka

Tento časopis v roce 2013 vycházel stejně jako časopis Animálek nepravidelně. Celkem vyšlo devět čísel. Báječná školka navazuje na známý televizní pořad Kouzelná školka, který je taktéž určen předškolákům. Časopisem provází dvě postavičky Majdalenka a Matýsek, kteří nabízí zábavu v podobě příběhů, komiksů, naučného čtení o přírodě či pověstech, tipy na výlet, malování, základy angličtiny a písničky. Báječná školka čítá 36 stran a její cena za kus je 49 Kč.

3.4.5 Barbie

Hrdinkou tohoto měsíčníku je známá postava inspirovaná panenkou Barbie, která v časopise vystupuje v různých povoláních, volnočasových aktivitách či dalších životních situacích. Časopis nabízí dále zábavné kvízy a logické hry, které jsou spjaté s Barbie a jejími kamarádkami. Časopis má 32 stran a jeho cena za kus je 69 Kč.

3.4.6 Bořek stavitel

Časopis podle stejnojmenného pořadu pro děti obsahuje příběhy, cvičení, doplňovačky, kvízy, malování, a různé další početní úkoly v pracovních listech, které provázejí stavitelé Bořek a Týna a jejich přátelé „stroje“ (Julča, Běďa, Max aj.), kočka Micka a pes Azor. Vydávání měsíčníku bylo ukončeno číslem 6/2013. Celkově má časopis 24 stran a cena za kus byla 69 Kč.

3.4.7 Bumík

Měsíčníkem provází Medvěd Bumík a jeho zvířecí kamarádky medvědice Bami. Žirafa Majla, slonice Eli a kocour Miky Dětem je k dispozici pohádka, omalovánky nebo vystřihovánky. Časopis obsahuje také písničky, básničky, různé logické hry a kvízy. Časopis je v originálu vydáván v Německu pod názvem Bummi. Celkem má tento titul 32 stran a každé z čísel bylo prodáváno za 25 Kč.

3.4.8 Filly Fairy, Koník Filly

V obou uvedených časopisech vystupují kouzelní poníci Filly, které děti mohou znát z kreslených pohádek o těchto konících. Za rok 2013 vyšla v edici Filly Fairy čtyři čísla, v edici Koník Filly čísla dvě. Obsah obou časopisů je obdobný. Mimo přibalenou malou hračku - figurku najdete v časopisech komiksy, kvíz, omalovánku, v některých číslech jsou recepty či návod na výrobu drobných předmětů. Filly Fairy má 28 stran, Koník Filly 20 stran. Cena byla u obou časopisů shodná – 79,90 Kč.

3.4.9 Littlest Pet Shop

Průvodcem jsou malá zvířátka, která vycházejí z hraček firmy Hasbro. Ve třetím čísle tohoto dvouměsíčníku se v příběhu objevuje dívka Blythe, která dále provází časopis společně se zvířátky. Časopis přináší informace

a zajímavosti o reálných zvířatech, kreslení, hádanky, hlavolamy a komiks. Tento titul má 24 stran a cena za každé číslo činila 69 Kč.

3.4.10 Lokomotiva Tomáš

Předlohou tohoto měsíčníku jsou pohádkové příběhy o Tomášovi a dalších lokomotivách, ale i lidech z prostředí vlakové dopravy. Časopis nabízí na 32 stranách mimo Tomášovy příběhy také omalovánky s tematikou vlaků, či logické hry. Součástí všech čísel je drobný dárek. Cena za jedno číslo byla 69,90 Kč.

3.4.11 Máša a medvěd

Tento dvouměsíčník byl nově vydán na podzim v roce 2013 a obsahuje příběhy o malé dívce Máše a jejím příteli medvědovi. V časopise se objevují také další zvířecí postavy, které společně s Mášou prožívají různá dobrodružství. Mimo komiks a pohádku časopis obsahuje úkoly na procvičování početních úkolů či postřehu, tvoření či malování. Každý výtisk byl v hodnotě 69,90 Kč a obsahoval 28 stran.

3.4.12 Medvídek Pú

Medvěd, prasátko, osel, tygr a malý klokan jsou parta kamarádů, kteří prožívají své příběhy v měsíčníku z dílny Walta Disneyho s názvem Medvídek Pú. Tyto postavy provázejí také ostatní rubriky týkající se logických či početních úkolů. Časopis má 32 stran a jeho cena je 69 Kč.

3.4.13 Méd'a Pusík

Méd'a Pusík je u nás velmi známý překladový časopis s dlouholetou tradicí. V roce 2013 bylo vydáno 13 čísel v ceně 33 Kč za jeden výtisk. Hlavními postavami, které se prolínají celým časopisem, jsou Medvěd Pusík, pes Bello

a myš Mimi. V časopise, který má 36 stran, lze najít rubriky Příběhy a povídaní, kde jsou rozličné příběhy nejen s těmito třemi postavami, ale i užitečné informace o zvířatech, či rady k užívání počítače. Další sekce jsou pak Malování, kutění a hry a sekce Hádanky a luštění. Na závěr časopisu je vždy uveden recept.

3.4.14 My Little Pony

Měsíčník My Little Pony obsahuje příběhy o osmi kamarádkách – barevných ponících. Časopis obsahuje také omalovánky, společenskou hru či úkoly na postřeh. Tento časopis je proti ostatním titulům spíše jednoduššího charakteru. Celkový počet stran časopisu je 24 za cenu 69 Kč za výtisk.

3.4.15 Pastelka

V úvodu tohoto měsíčníku je uvedeno, že se jedná o časopis, který je sestaven týmem zkušených pedagogů a že je určen jak pro předškoláky či mladší žáky, tak i pro rodiče a učitele. Časopis nemá žádnou typickou postavu, která by charakterizovala obsah, tudíž je velmi pestrý v každém z jeho čísel. Témata jsou rozdělena do tří částí. První část zahrnuje celoroční téma (pro rok 2013 to byl svět zvířat), druhá část čítá pracovní listy s různorodými úkoly. Třetí část je určena především dospělé populaci a obsahuje tipy z výtvarné, hudební či ze sportovní oblasti. Časopis je v ceně 45 Kč a čítá 48 stran.

3.4.16 Princezna

Časopis z dílny Walta Disneyho provázejí známé postavy princezen, ať už se jedná o Popelku, Sněhurku, Lociku a další. Časopis je princeznami a jejich příběhy prosycen, přičemž se tato tematika prolíná také do „pracovní“ části vyplněné různými úkoly či hlavolamy. Součástí některých čísel jsou také omalovánky. Tento časopis stojí 69,90 Kč a má 32 stran.

3.4.17 Sluníčko

Časopis Sluníčko, vydávaný jako měsíčník, je v České republice jedno z neznámějších a nejdéle prodávaných periodik na trhu s dětskými časopisy. „Průvodce“ časopisu představují pes Pupík a kočka Líza, kteří jsou také ústředními postavami úvodního komiksu. Co se týče obsahu, pak lze říci, že je poměrně pestrý. V časopise lze najít různé poučné úkoly, logické početní či slovní hry, příběhy na pokračování a malované básničky. Mimo zábavnou část lze najít také užitečné informace o rodině, zvířatech, či kulturních zvycích. Časopis stojí 35 Kč a má 45 stran.

3.4.18 Včelka Mája

Časopis Včelka Mája vyšel v roce 2013 celkem třikrát. Předlohou časopisu je pohádkový příběh stejného názvu. Hlavními postavami jsou zvířata včela Mája, koník Hop, Beruška či brouk Pytlík. Časopis obsahuje komiksový příběh, zábavné rubriky Koutek her, Puzzle s Májou a zajímavosti ze světa fauny a flóry. Celkem má časopis 24 stran a jeho cena činila 69 Kč. Součástí časopisu byl pro čtenáře vždy malý dárek.

3.4.19 Zvonilka

Časopis Zvonilka je stejně jako Princezna jeden z novějších titulů na trhu s dětskými časopisy. Časopis je tematicky přizpůsoben pohádce Walta Disneyho o vílách. Obsahuje komiks, sérii her, rubriku věnovanou tvoření, či informace o zvířatech. Časopis má 40 stran a jeho cena je 69,90 Kč.

3.5 Metody sběru a analýzy dat

Při zvažování metodologického postupu, jsem brala v úvahu potenciální množství materiálu, které bude získáno sběrem dat. Pro analýzu mediálních obsahů se jeví jako jedna z vhodných metod kvantitativní obsahová analýza, přičemž v tomto případě představuje způsob, jak objektivně analyzovat

mediální sdělení (Disman 2002: 169). K výzkumu médií lze samozřejmě přistupovat i s dalšími analýzami, jako je třeba hermeneutická textová či obrazová analýza, nicméně v těchto formách je výzkumník více ohrožen subjektivitou a navíc není vhodná pro rozbor velkého množství dat (Scherer 2004: 29). Pro získání objektivních výsledků jsem proto zvolila jako metodu kvantitativní obsahovou analýzu, která se vyznačuje vysokou mírou strukturovanosti.

Před samotným sběrem dat, který probíhal formou kódování jednotlivých postav, bylo nutné nejdříve podstoupit několik kroků, přičemž jsem vycházela z postupu, který uvádí ve své stati *Úvod do metody obsahové analýzy* Helmut Scherer (2004). Za prvé bylo nutné určit kódovací jednotku. Protože se výzkum zaměřoval výhradně na ilustrace, pak nebylo nutné řešit rozměry obrázků či textové části časopisů. Do analýzy tak byly zahrnuty všechny ilustrované postavy. Jednalo se nejen o postavy lidské, ale i zvířata a ostatní typy postav, přičemž podmínkou zahrnutí do analýzy byla identifikace lidských činností. Jinak řečeno, zahrnuty byly všechny postavy, zvířata, nadpřirozené bytosti či předměty, které vykazovaly antropomorfizované vlastnosti. Důvodem zahrnutí všech typů postav byl fakt, že v pohádkách a dětských příbězích vystupují často právě zvířátka a jiné postavy mimo postavy lidské, které vykazují lidské vlastnosti. Mohou se tak stávat u dětí jejich vzory, proto je bylo nutné dle mého názoru do výzkumu zahrnout.

V dalším kroku jsem na základě teoretických východisek vytvořila příslušné kódovací kategorie, které byly dále za pomoci malého vzorku časopisů otestovány, zda jsou pro kódování požadovaného obsahu vhodné. Zvláště tento krok považuji za poměrně důležitý, neboť bylo na základě testování nutné některé z kategorií upravit či doplnit.

Kódovací předpis se sestával z identifikačních a analytických proměnných. Identifikační proměnné, které neslouží primárně pro analýzu výzkumu, ale účelně pro případné zpětné dohledání (Scherer 2004: 43), zahrnovaly název časopisu, číslo, stranu a identifikační číslo postavy dle pozice v příslušném obrázku.

Analytické proměnné představují stěžejní informace k celému výzkumu práce (Scherer 2004: 44). V kódovacím předpisu pro mou práci se nacházely následující analytické proměnné:

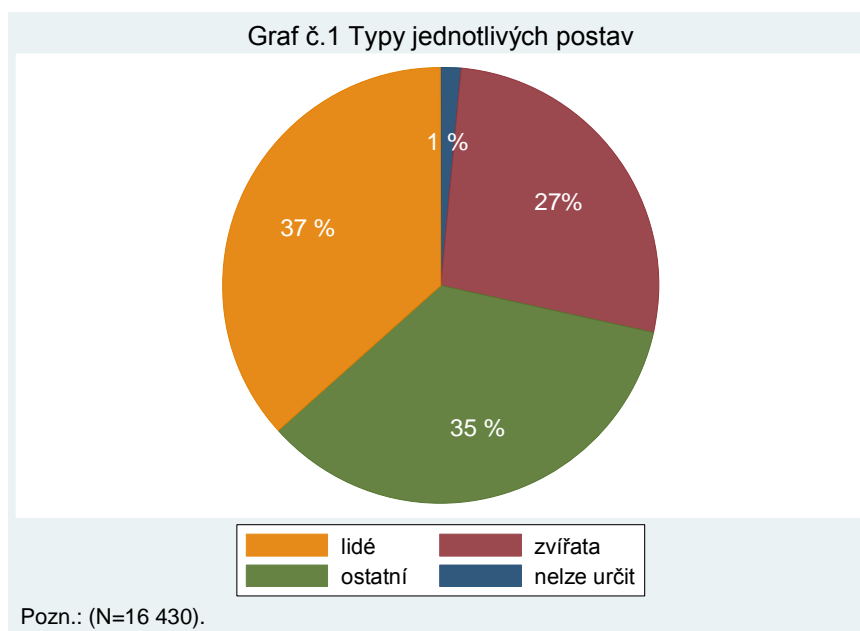
- Pohlaví základních pozic autorského kolektivu daného časopisu
- Pohlaví postavy
- Typ postavy – člověk, zvíře či jiná („nelidská“) postava
- Věk postavy – identifikovala se dospělá, či dětská postava
- Role (resp. činnost) postavy – v této kategorii bylo několik podkategorií, podle kterých bylo možné identifikovat činnost dané postavy. Kódovací klíč obsahoval následující možnosti:
 - a) Hraní si, volný čas (rekreace)
 - sportování
 - čtení
 - malování
 - kutění, tvoření ze stavebnic, zábava s technikou
 - b) Studium
 - c) Práce v domácnosti
 - vaření
 - domácí práce (žehlení, praní, šití, pletení)
 - uklízení (zametání, umývání nádobí / oken, luxování)
 - starost / péče o dítě
 - kutilství a opravy (zatloukání hřebíků, oprava střechy, natírání)
 - zahradničení
 - starost o zvíře či dalšího člena domácnosti
 - d) Veřejná sféra
 - zaměstnání (při výkonu profese)
 - dobrovolnictví (pomoc druhému)
 - přesun (pouze se vyskytuje)
 - e) Fyziologické potřeby
 - jedení
 - spánek
 - hygiena

- f) Emoce, kognice a mentální stavy
 - projev emoce (pláč, smích, strach, atd.)
 - vyjadřování podpory druhých
 - konverzace
 - přemýšlení / pozorování
- Užívání artefaktu (předmětu) – u každé postavy bylo zaznamenáno, zda užívá nějaký předmět a případně o jaký typ předmětu se jednalo:
 - a) Artefakty pro práci ve veřejné sféře
 - b) Artefakty spojené s prací v domácnosti
 - c) Artefakty spojené s osobní sférou
- Povolání – u všech postav vykonávajících zaměstnání, byla zaznamenána hlavní kategorie, do které bylo příslušné zaměstnání zařazeno:
 - a) zákonodárci, vysocí úředníci a řídící pracovníci
 - b) vědeckí a odborní duševní pracovníci
 - c) technici a pracovníci v příbuzných oborech
 - d) úředníci
 - e) pracovníci ve službách a prodeji
 - f) kvalifikovaní pracovníci v zemědělství, lesnictví a rybářství
 - g) řemeslníci a opraváři
 - h) obsluha strojů a zařízení, montéři
 - i) pomocní a nekvalifikovaní pracovníci.

Po sestavení kódovacího předpisu bylo nutné zjistit, zda je přiřazování kódů jasné a zřetelné, neboť se na kódování podíleli tři lidé. Bylo zadáno celkem 100 ilustrovaných postav zahrnující činnosti z každé kategorie kódovacího předpisu, které shodně kodovali všichni kódovači. Testem byla zjištěna shoda v 90 % kódovaných postav (pouze u deseti postav došlo k rozdílnému zakódování), což byl velmi dobrý výsledek.

4 ANALÝZA DAT

Po sesbírání dat ze všech stanovených dětských časopisů, byla data analyzována pomocí statistického programu STATA. Jak již bylo uvedeno výše, analýze byly podrobeny všechny ilustrované postavy, ať už lidé, zvířata nebo ostatní postavy vykazující lidské vlastnosti. Celkem bylo zaznamenáno 16 430 postav, z toho 37 % (6020) postav představovali lidé, 27 % (4431) zvířecí postavy a 35 % (5735) ostatní postavy. Z tohoto poměru tedy lze usoudit, že v časopisech pro děti jsou nositeli genderu nejen lidé, ale i tzv. „nelidské“ postavy, a proto je důležité se zaměřit také na tyto typy postav.



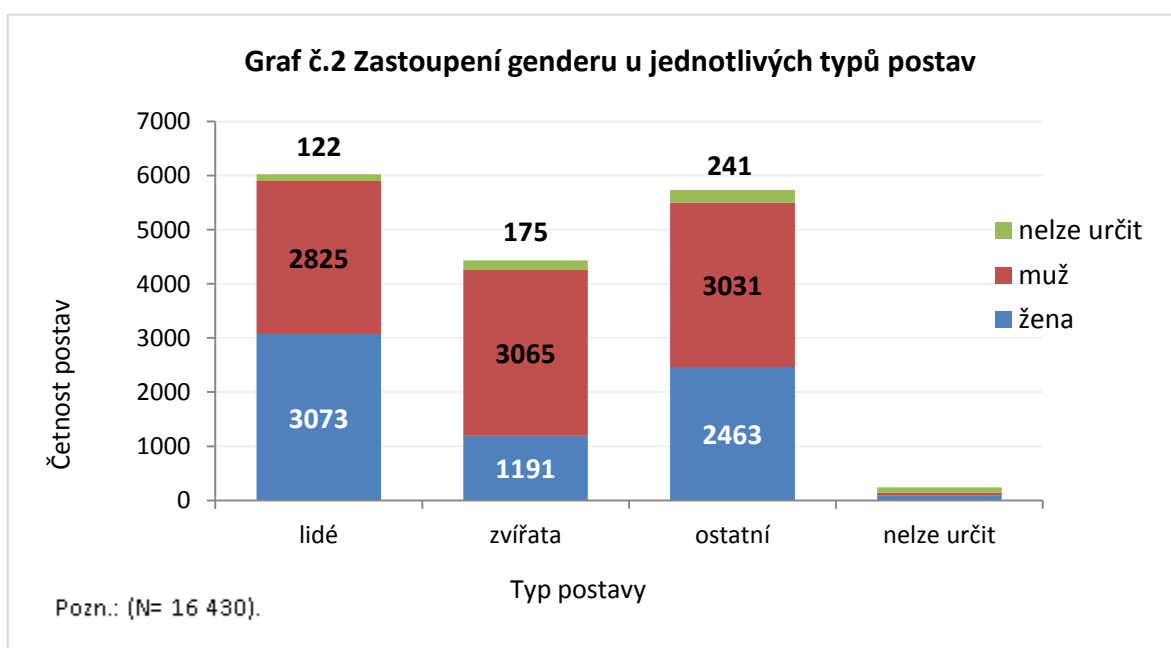
4.1 Distribuce genderu

Genderová distribuce u postav v časopisech pro děti předškolního věku, byla základem pro stanovení hypotézy *H1 V časopisech pro děti předškolního věku bude v rámci ilustrací jako hlavní postava zobrazován více muž než žena.*

Analýza programu STATA ukázala, že komplexně byl podíl mužů mírně vyšší, přičemž mužských postav bylo 8975 (55 %) a ženských 6813 (41 %).

U zbylých 642 (4 %) postav nebylo možné gender nijak identifikovat, tedy nebylo k dispozici například jméno postavy, či další „pomocný“ identifikátor. Pokud bychom se tedy na distribuci genderu dívali komplexně, pak by analýza ukázala, že hypotézu o větším počtu mužských postav je nutné zamítnout. Podobné výsledky se ukázaly i v případě, kdy byly analyzovány pouze lidské postavičky s tím, že zde dokonce mírně převyšoval ženský gender (51 %) nad mužským (47 %), přičemž zbylá dvě procenta představovaly postavy, jejichž gender nebylo možné identifikovat. Podíváme-li se však na grafu č. 2 na distribuci genderu u zvířecích postav, pak se ukazuje velký rozdíl, kdy se mužské postavy vyskytovaly v časopisech v počtu 3 065 (69 %), zatímco ženy se vyskytovaly pouze v 1191 případech (27 %). Ve 175 případech gender nebylo možné u postavy určit.

Jedním z vysvětlení tohoto nepoměrného zobrazení žen a mužů v daném případě může být fakt, že zatímco lidské postavy jsou zobrazovány vyváženě, pak se stereotyp „zneviditelnění“ ženského genderu přenáší na zvířecí postavy, kde na první pohled není tak viditelný. Je tedy možné konstatovat, že v dětských časopisech lze najít vyvážený počet u ženských a mužských lidských postav, zatímco u zvířecích postaviček je stále značná převaha mužů.

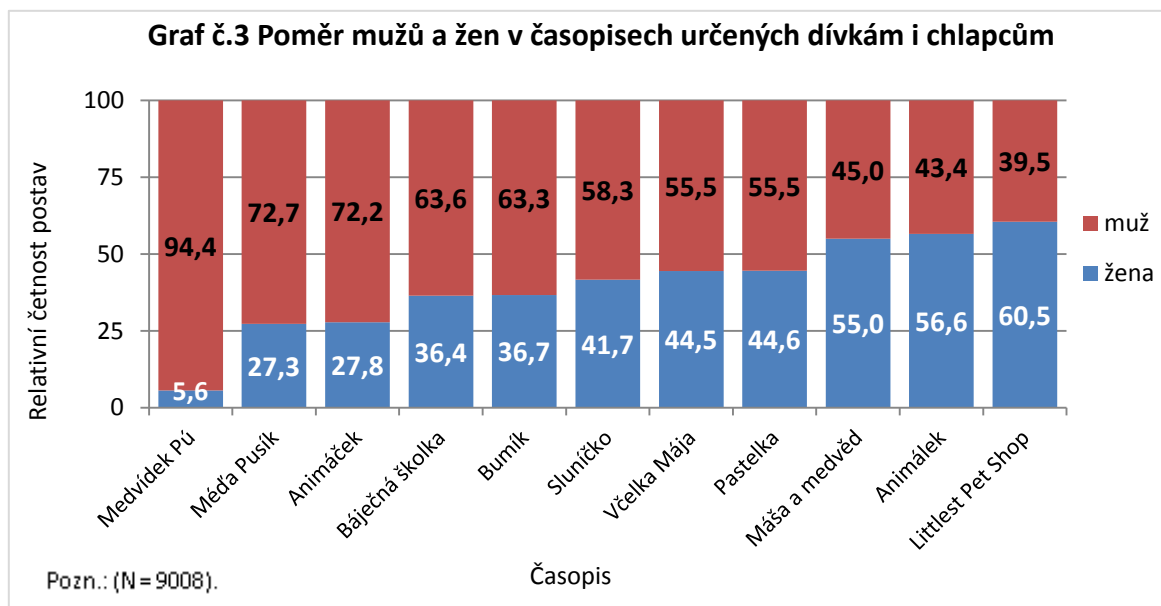


4.1.1 Distribuce genderu dle typu časopisu

Analýzou byla dále zkoumána genderová vyváženost u jednotlivých typů časopisů. Do kategorie dívčích časopisů, byly zahrnuty tituly Barbie, Filly Fairy, Koník Filly, My Little Pony, Princezna a Zvonilka na základě popisu, který uvádí vydavatel časopisu, nebo je v úvodu časopisu explicitně uváděno oslovení určené dívkám. Často jsou hlavními postavami pohádkové panenky, princezny či kouzelná zvířátka. Dle předpokladu se ve většině případů objevovala jako postava dívka, přičemž toto tvrzení potvrzuje výskyt více než 80 % ženských postav ve čtyřech ze šesti časopisů. Zajímavým případem byl titul Koník Filly, kdy dívčí časopis vykazoval nadreprezentaci mužského genderu s poměrem 60 % mužských a 40 % ženských postav.

Do kategorie časopisů pro chlapce byly zahrnuty tituly Auta, Bořek stavitel a Lokomotiva Tomáš. Časopis Auta ze všech tří uvedených vykazoval nejmenší míru nadreprezentace mužů, a to při poměru 64 % mužských a 36 % ženských postav. Zbylé dva uvedené časopisy obsahovaly extrémní poměr mužských postav.

Poslední kategorie zahrnovala časopisy, u kterých je předpoklad stejného počtu „čtenářů“ z řad chlapců i dívek. Do kategorie byly zahrnuty časopisy Animáček, Animálek, Báječná školka, Bumík, Littlest Pet Shop, Máša a medvěd, Medvídek Pú, Méďa Pusík, Pastelka, Sluníčko a Včelka Mája. Žádný z uvedených časopisů neměl vyrovnaný poměr ženských a mužských postav. Osm časopisů vykazovalo větší zastoupení mužů než žen, přičemž míra nadreprezentace mužů kolísala. Vysokou, až extrémní převahu mužů zaznamenaly tituly Méďa Pusík, Animáček, Báječná školka, Bumík a Medvídek Pú. Mužské postavy posledního zmíněného časopisu představovaly dokonce 94 % jeho obsahu. Časopisy Sluníčko, Včelka Mája a Pastelka sice nebyly vyvážené, nicméně převaha mužů nad ženami zde nepřekročila 17 procentních bodů. Opačný trend, tedy větší počet ženských postav, byl nalezen u titulů Máša a medvěd, Animálek či Littlest Pet Shop.



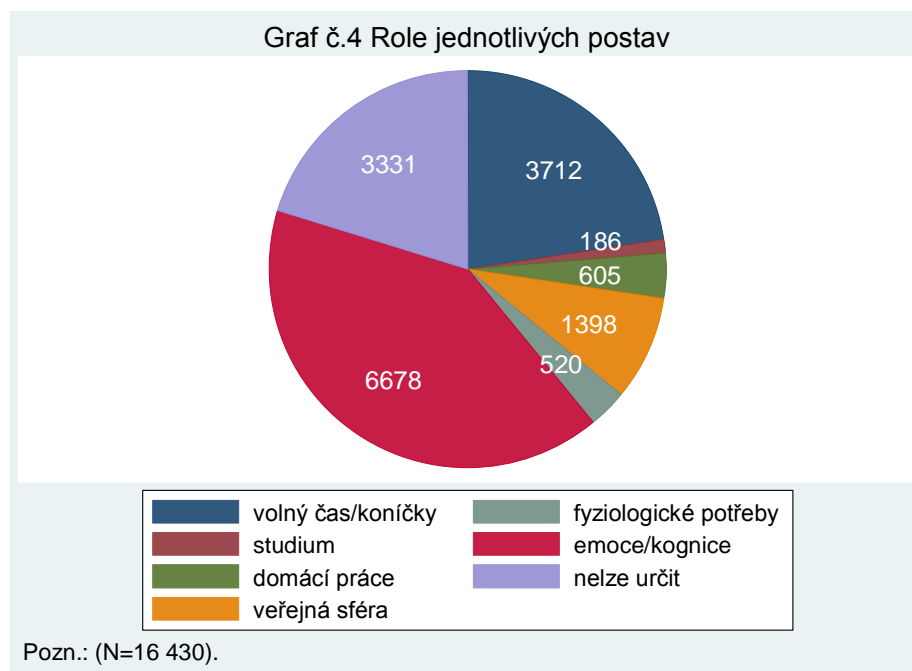
Shrneme-li distribuci genderu v časopisech pro předškoláky, o žádném z nich nelze říci, že by byl zcela vyvážený. Časopisy s orientací na příslušnou skupinu ilustrují takový gender, který zpětně předpokládají u svých čtenářů. U dívčích časopisů tak najdete na obrázcích převážně ženy, u chlapeckých zase muže. Překvapivě ani nevyhraněné časopisy určené dětem bez ohledu na to, zda se jedná o dívku či o chlapce, nevykazují vyrovnané zobrazování mužů a žen. Lze však mezi nimi najít alespoň pět titulů, u kterých rozdíl mužského a ženského genderu není příliš vysoký. Mezi tyto časopisy lze zařadit Sluníčko, Včelka Mája, Pastelka, Máša a medvěd a časopis Animálek.

4.2 Dětské časopisy a role postav

V analýze bylo dále zkoumáno, v jakých rolích jsou postavy v časopisech zobrazovány. V rámci analýzy byla ověřována hypotéza

H2 V časopisech pro děti předškolního věku budou ilustrovány ženské postavy nejčastěji v rolích spojených s domácí sférou, zatímco muži budou ilustrováni v rolích spojených s volným časem.

Analýza byla v tomto směru nejprve zaměřena na činnosti, které postavy v ilustracích vykonávají a poté na předměty, které používají. Co se týče činností, pak u postav převažovaly role spojené s mentálními stavy, kognicemi / emocemi, kdy celková četnost této činnosti byla 6678 (41 %). Nejčastěji se jednalo o konverzaci mezi dvěma či více postavami, například v rámci komiksů či plnění různých úkolů.



Výsledky dále poukázaly na skutečnost, že tuto roli zastávaly v časopisech nejčastěji ženské i mužské postavy. Kategorie činností byly dále analyzovány zvlášť u jednotlivých typů postav. Jak ukazuje Tabulka 1., u lidských postav byli muži zobrazováni nejčastěji v různých kognitivních / mentálních stavech (37 %) nebo rolích spojených s volným časem (32 %). Ženské postavy byly taktéž ilustrovány nejvíce v souvislosti s mentálními / kognitivními stavy (44 %), či ve spojení s volnočasovými aktivitami (29 %). Podobné výsledky ukázala analýza i u postaviček zvířat.

Na základě uvedených výsledků spojených s analýzou činností ilustrovaných u postav, byla hypotéza H2 zamítnuta. Lze tedy říci, že většina postav analyzovaných v dětských časopisech byla ilustrována v nestereotypních činnostech. Nicméně je důležité připomenout fakt,

že v případech, kde jsou zobrazeny postavy v činnostech jako je konverzace, by bylo dále vhodné zkoumat také obsahy těchto konverzací.

Tabulka 1. Poměr činností u lidských postav dle pohlaví

Kategorie rolí	žena	muž
volný čas / koníčky	29,43 %	31,94 %
studium	2,11	0,87
domácí práce	8,45	4,25
veřejná sféra	13,19	21,75
fyziologické potřeby	2,82	4,21
emoce / kognice / mentální stavy	43,99	36,98
Celkem	100,00 % (2555)	100,00 % (2520)

N = 5075.

Zdroj: vlastní obsahová analýza.

4.2.1 Genderové stereotypy v rolích

Dle výše provedené analýzy rolí bylo vyvráceno, že by drtivá většina postav v dětských časopisech vykazovala stereotypní chování. Přesto byla pro hlubší prozkoumání problematiky provedena analýza činností, které bývají často připisovány jednomu genderu jako tradiční. Nejdříve byla analýza zaměřena na poměr zastoupení mužů a žen při činnostech spojených s domácími pracemi. Z analýzy vyplynulo, že komplexně byla distribuce genderu v kategorii domácích prací celkem vyrovnaná, přičemž poměr byl 46 % mužů a 54 % žen. Pokud však byly jednotlivé činnosti domácích prací analyzovány samostatně a podle jednotlivých typů postav, pak byla distribuce žen a mužů velmi rozdílná.

U lidských postav byla kategorie vaření výsadou žen, kdy tuto činnost vykonávalo 54 žen (90 %) oproti šesti mužům (10 %). Naopak u zvířecích postav byly při vaření zobrazeny více mužské postavy, a to v počtu 69 (80 %) oproti 17 (20 %) ženským zvířecím postavám. Co se týče péče o děti, pak u lidí byla mírná převaha žen, nicméně u zvířecích postaviček byl tento rozdíl již velmi znatelný. Ženy zastávaly tuto pozici v 94 % případů a muži v 6 % případů, přičemž nejčtenější výskyt těchto činností byl zaznamenán v časopisech Medvídek Pú a Báječná školka. V činnostech při opravách či kutilství, byly naopak s velkou převahou ilustrovány mužské postavy, a to jak lidské, tak i zvířecí.

Nyní se podívejme na distribuci genderu v činnostech spojených s volným časem. Ukázalo se, že mužské (lidské i zvířecí) postavy si častěji než ženy hrají, čtou nebo také cestují. Co se týče umělecké sféry (malování, tanec, zpěv / hra na hudební nástroje), pak u lidských postaviček byla převaha žen, přičemž největší rozdíl byl znatelný při tanci. Poměr žen a mužů v případě tance byl 64 % ženských a 36 % mužských postav. Tento rozdíl byl však vyrovnán, neboť u zvířat více než 75 % hudebníků a zpěváků představovali muži. V ostatních uměleckých činnostech byl poměr celkem vyrovnaný. Ve sportu se ukázala nadreprezentace mužů u zvířecích postaviček, kdy byl poměr sportujících mužů 83 % proti 17 % sportujících žen.

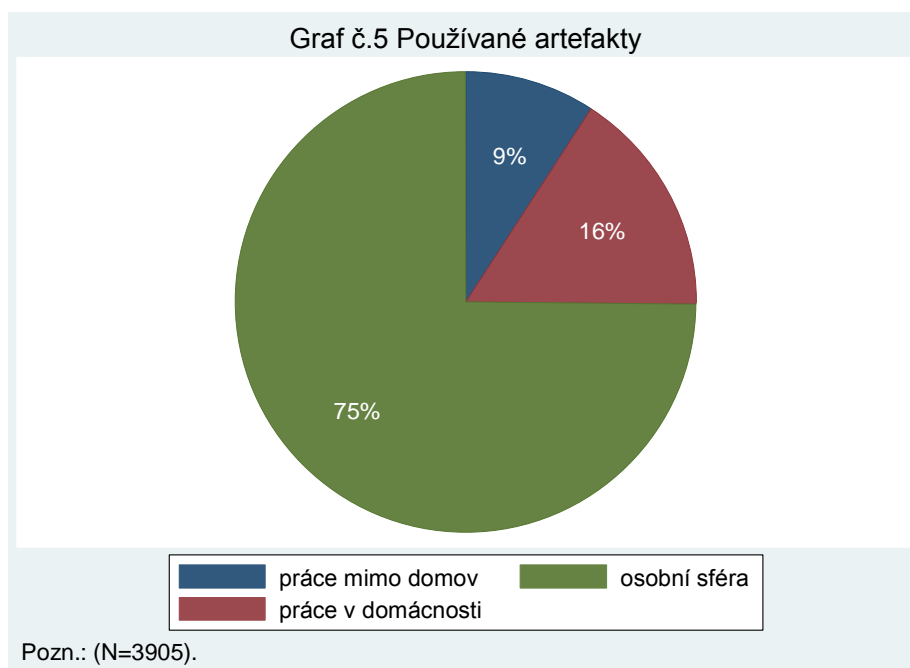
Zaměříme-li se na činnosti, které jsou spojeny s fyziologickými potřebami, pak jednoznačně převažují mužské postavy. Pokud byla lidská postava vyobrazena například při konzumaci jídla, pak se z 62 % jednalo o muže, přičemž v případě zvířecích postav tento poměr vzrostl dokonce až na 81 %.

Analýza distribuce genderu v činnostech u různých typů postav ukázala, že v této rovině dochází ke třem možným trendům. Některé činnosti, jako je například vaření či umělecká sféra, jsou stále stereotypně zobrazovány u žen (lidských postav), nicméně u zvířat se tyto rozdíly srovnávají převahou mužských postav. Druhým vysledovaným trendem je, že některé z činností jsou stále stereotypně připisovány pouze jednomu genderu, přičemž u žen je to oblast péče o dítě a u mužů opravy či kutilství. Za třetí dochází u některých

zobrazovaných činností k tomu, že zatímco u lidí se poměr vyrovnává, přesouvá se stereotyp zároveň na zvířecí postavy. Tento případ byl zaznamenán v ilustracích sportujících postav.

4.2.2 Užívání artefaktů

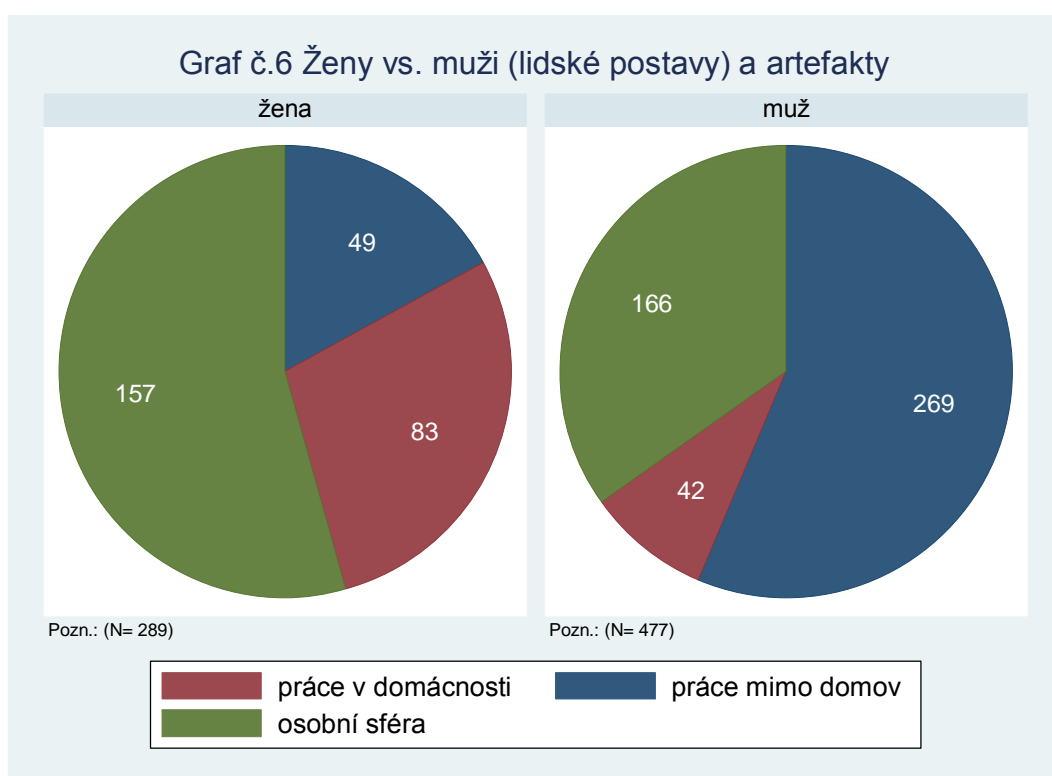
Jak již bylo zmíněno v úvodu této kapitoly, poměrně zajímavým ukazatelem při zkoumání stereotypů může být užívání předmětů jednotlivými postavami. Analýza byla v této zaměřená na tři hlavní typy předmětů, a to na artefakty spojené s prací mimo domov, artefakty pro domácí práce a artefakty spojené s osobní sférou. Celkem bylo zaznamenáno 3905 artefaktů, které postavy používaly. Tři čtvrtiny předmětů představovaly artefakty pro osobní potřebu, přičemž nejčastěji se jednalo o předměty pro volný čas. Artefakty pro práci v domácnosti představovaly 16 % a předměty pro práci mimo domov 9 %.



Genderová distribuce bez ohledu na typ postavy, byla poměrně vyvážená v kategorii artefaktů pro práci v domácnosti i pro osobní sféru. Avšak artefakty určené pro práci mimo domov byly výhradně identifikovány u mužů (83 %). Tomuto výsledku odpovídá skutečnost, že ženy jsou

prezentovány ve veřejné sféře méně často než muži. Toto tvrzení potvrdila i analýza činností, neboť téměř 65 % postav vyobrazených v činnostech spojených s veřejnou sférou představovali právě muži.

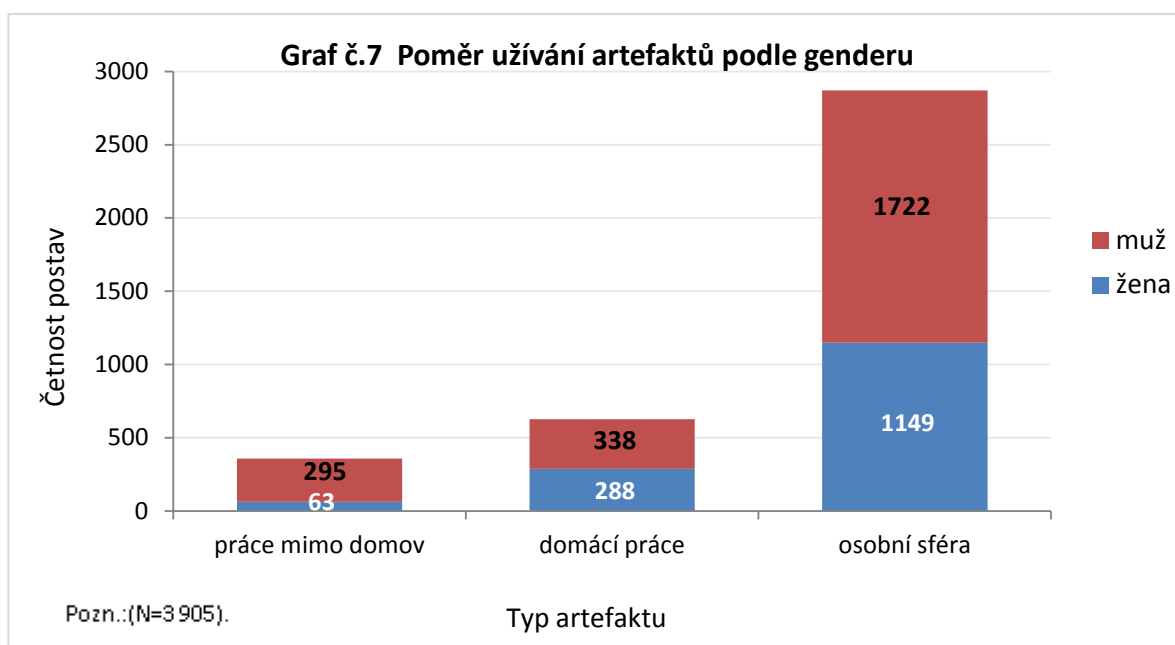
Aby bylo zjištěno, v které kategorii se ukazují největší rozdíly, byly analyzovány zvířecí i lidské postavy zvlášť, přičemž byl filtrován také věk postav. U dětských postav (lidských i zvířecích) byly nejvíce zaznamenány artefakty pro osobní sféru u žen i mužů. Jak lze vidět na Grafu č. 6, zřetelné rozdíly se ukázaly mezi dospělými lidskými postavami, kde u žen převládaly artefakty v rámci osobní sféry (54 %) a u mužů artefakty pro práci mimo domov (56 %). U postav zvířat se pak ukázala ještě jiná distribuce, kdy ženy užívaly nejčastěji artefakty pro domácí práce (66 %) a muži pro volný čas (70 %).



V ilustracích, kde postava užívala předmět, dominovaly mužské postavy, přičemž poměr činil 2355 artefaktů užívaných muži a 1500 artefaktů užívaných ženami. Děti nejčastěji používaly předměty určené v osobní sféře, především pro volný čas. U dospělých postav lidí, byla zaznamenána výrazná

nadrepräsentace mužských postav s artefakty pro práci mimo domov, zatímco u žen pro osobní sféru. U zvířecích postav se pak dominance mužů přesouvá do osobní sféry, zatímco u žen je to práce v domácnosti.

Opět je tak velmi dobře vidět, že stereotypy varíují dle jednotlivých typů postav. Na základě získaných výsledků o užívání artefaktů, bychom hypotézu H2 *V časopisech pro děti předškolního věku budou ilustrovány ženské postavy nejčastěji v rolích spojených s domácí sférou, zatímco muži budou ilustrováni v rolích spojených s volným časem* u lidských postav zamítli, ovšem u postav zvířecích by se předpokládaný vztah potvrdil.



4.3 Dětské časopisy a zaměstnání

Jedna z oblastí, která by neměla být v ilustracích časopisů pro děti opomíjena, je zobrazování postav v rámci povolání. Dětem mohou být v rámci příběhů předkládány obrazy různých zaměstnání a je důležité zaměřit se na to, zda je gender v těchto zaměstnáních zastoupen vyváženě, či naopak stejně jako v reálném světě bude upřednostňován mužský gender ve vysokých pracovních pozicích před ženským.

Nejdříve byla provedena komplexní analýza zastoupení jednotlivých kategorií povolání. Celkem postavy v časopisech pro děti vykonávaly některé z povolání ve 439 případech. Jak lze vyčíst z Tabulky 2., nejčastější zobrazená zaměstnání připadala na druhou kategorii ISCO, která zahrnuje specialisty v nejrůznějších odvětvích, ať už se jedná o lékaře, vědce či učitele. Tato kategorie vyžaduje vysokou míru odborných znalostí a odpovídající úroveň vzdělání. Z celkového počtu byla zastoupena z 31 %. Druhou kategorií zaměstnání, která byla v časopisech pro děti zaznamenána nejčastěji, byla pracovní místa spojená se službami a obchodem. Tato kategorie zaujímala z celkového zastoupení 25 %. Třetí nejčetnější kategorií pak byla pracovní místa z oblasti řemeslnictví a oprav s 18% zastoupením.

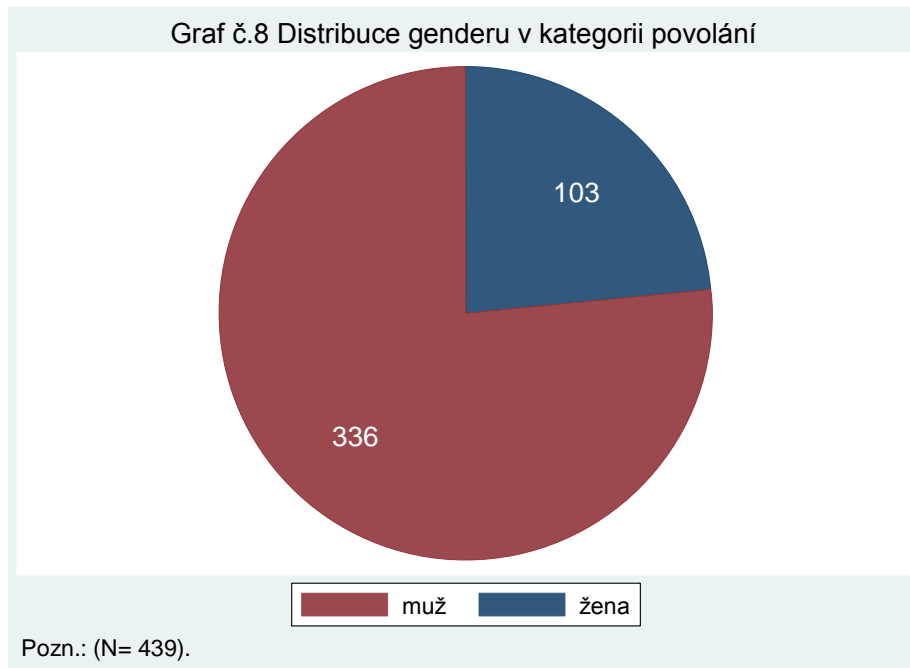
Tabulka 2. Zastoupení postav v jednotlivých kategoriích povolání dle pohlaví.

Povolání	žena	muž
1- zákonodárci / řídící pracovníci	0,97 %	2,98 %
2 - specialisté	48,54	25,89
3 - technici / odborní pracovníci	7,77	2,08
4 - úředníci	5,83	7,74
5 - služby / prodej	24,27	24,11
6 - zemědělství / lesnictví / rybářství	0,97	7,44
7 - řemeslníci / opraváři	3,88	22,92
8 - obsluha strojů / montéři	1,94	4,46
9 - nekvalifikovaní pracovníci	5,83	2,38
Celkem	100,00 % (103)	100,00 % (336)

N = 439.

Zdroj: vlastní obsahová analýza.

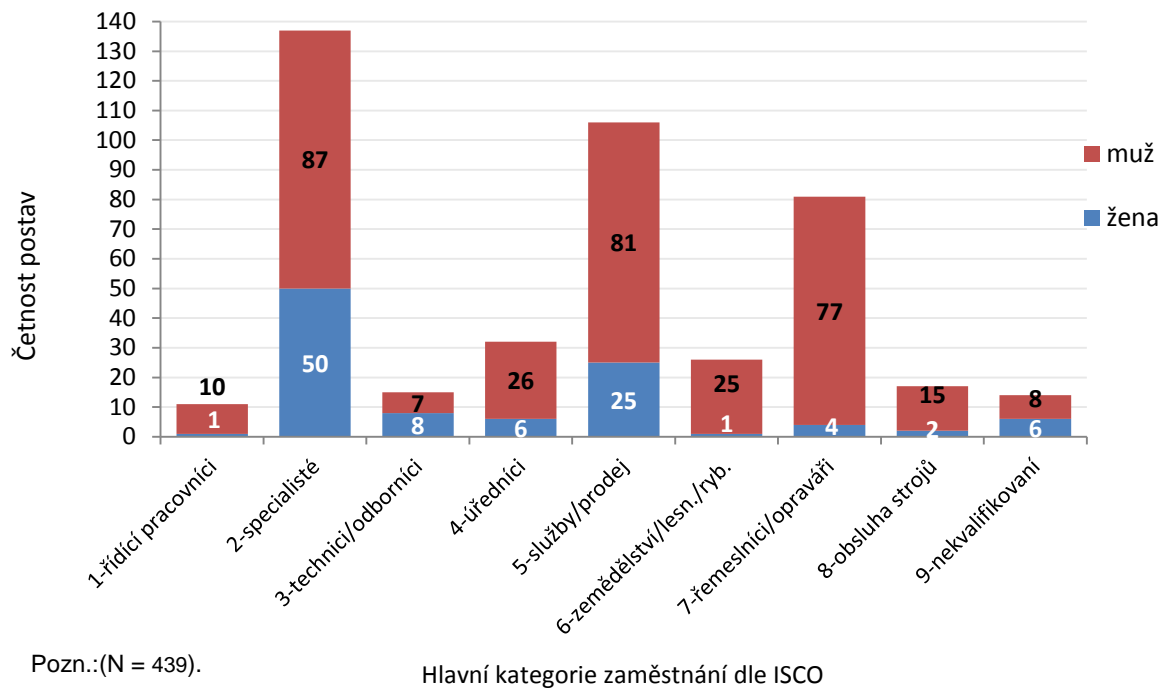
Předchozí část týkající se zastoupení genderu v rolích postav již naznačila, že ženy jsou ve veřejné sféře zobrazovány v menší míře i v časopisech pro děti. Analýza tuto skutečnost potvrdila velmi nevyrovnaným poměrem, kdy ženy zaujímaly ze všech ilustrovaných pracujících postav pouze 23 % oproti mužským, které byly znázorněny v 77 % případů.



Analýza postav zastoupených v nejvyšších a nejnižších kategoriích přinesla poměrně překvapivé výsledky. Z celkového počtu žen jich 57 % zaujímalo nejvyšší tři kategorie zaměstnání, zatímco u mužů to bylo pouze 31 %. Nejvyšší pracovní kategorie představovaly řídicí pozice a zaměstnání s požadavkem vysoké míry znalostí. Naopak v nejnižších zaměstnáních ženy figurovaly jen v 11 % a muži téměř ve 30 %. Nejnižší tři kategorie zahrnují řemeslnické pozice, opravy a obsluhy strojů, montéry a nekvalifikované pracovní síly.

Hypotéza *H3* Pokud bude zobrazena postava při výkonu zaměstnání, pak mužské postavy budou obsazovat vyšší pracovní pozice než ženské postavy tak z uvedených výsledků byla zamítnuta. Zásadní zůstává fakt, že ženy téměř vůbec ve veřejné sféře a při výkonu zaměstnání nefigurovaly. Této skutečnosti odpovídal i nejčetnější výskyt zaměstnání v časopisech Lokomotiva Tomáš (122) či Bořek stavitel (80), přičemž oba tyto časopisy spadají do kategorie chlapeckých.

Graf č. 9 Distribuce genderu v jednotlivých kategoriích povolání



5 ZÁVĚR

Jak se učíme být těmi, kým jsme? Na první pohled se jeví skutečnost, že většina charakteristik mužů a žen je jim vlastní již od narození. Při vhledu do problematiky genderu však zjišťujeme, že mnohé vlastnosti odlišující muže a ženy, pramení z kulturních předpokladů společnosti. Do genderových kategorií se zařazujeme již po narození a následně se v procesu socializace učíme, co znamená být ženou a mužem, přičemž nás tyto kategorie provázejí po celý život. Cílem mé práce bylo získat povědomí o tom, do jaké míry mohou tuto informaci předávat mediální obsahy, konkrétně časopisy pro děti předškolního věku, a seznámit se s obsahy těchto časopisů po stránce genderu. Inspirací pro práci na toto téma pro mě bylo zjištění, že se výzkumy touto problematikou příliš nezabývají, přestože se podle mého názoru jedná o poměrně důležitou oblast. Vydávání více než 20 druhů časopisů pro předškoláky dokládá, že je o ně stále ještě zájem.

Nejprve bylo nutné seznámit se podrobněji s konceptem genderu, stereotypů a také procesem socializace, kdy k osvojování genderových identit dochází. Důležitým teoretickým východiskem pro můj výzkum představovala teorie sociálního učení Alberta Bandury, která předpokládá sdílení významů (a tedy i stereotypů) jako modely, které jsou prezentovány skrze mediální obsahy. Tyto modely fungují pro nepřeberné množství lidí, neboť nejsou omezeny prostorem. Proto i dětský časopis je jednou z forem, která tyto významy dětem předává.

V empirické části práce jsem se zabývala zkoumáním genderu v obsazích časopisů pro děti, přičemž z kvantitativní obsahové analýzy byl v první řadě patrný rozdíl mezi distribucí ženských a mužských postav u jednotlivých typů zobrazených postav. Tento fakt vede k zamyšlení, zda se stereotypní zneviditelnění žen nepřesouvá pouze v rámci typu nositele genderu. Co se týče zastoupení postav v jednotlivých časopisech, pak většina časopisů pro předškoláky, které náš trh nabízí, vykazují nerovnoměrné

zastoupení mužského a ženského genderu. U časopisů pro dívky je to převaha žen, u časopisů pro chlapce jsou to muži. Pokud by tedy rodiče svým dětem chtěli nabídnout časopis, který zobrazuje rozmanitost odpovídající reálné společnosti, pak by rozhodně měli sáhnout po něčem jiném, než jsou právě tyto tituly. Bohužel však ani časopisy, které se nezaměřují na konkrétní publikum, rovnost zcela nevykazují. U časopisů Sluníčko, Včelka Mája, Pastelka, Máša a medvěd a časopisu Animálek alespoň rozdíl mezi poměrem žen a mužů nebyl příliš výrazný.

Většina postav je v časopisech ilustrována v genderově neutrálních činnostech, nicméně postavy nejsou od stereotypů zcela oproštěny. Především péče o dítě zůstává reprezentována jako činnost výhradně mateřská. Muži zase stále dominují na obrázcích spojených s opravami a kutilstvím. Genderová vyváženost dále chybí v ilustracích z oblasti zaměstnání. Ženy jsou ve veřejném sektoru téměř neviditelné, což odpovídá dominanci mužů v ekonomické sféře. Na druhou stranu je ale nutné doplnit, že pokud se žena v zaměstnání na obrázku objeví, pak je to většinou na vysoké pozici. Překvapivě muži více než ženy zaujímají nejnižší pracovní kategorie.

Žádný z časopisů, který je určen dětem předškolního věku a není určen výhradně jen jednomu typu čtenářů, nevykazoval kritickou genderovou nevyváženost. Míra stereotypů není nijak zásadní a neměla by být faktorem podporujícím genderovou nerovnost. Na druhou stranu by se ale na výskyt těchto stereotypů mělo upozorňovat, aby bylo zřejmé, že reálný svět představuje prostor s mnohem větší pestrostí. Měla jsem tajné přání najít alespoň jeden časopis, který by byl zcela vyvážený, nicméně jsem žádný takový bohužel nenašla, alespoň co se týče našeho trhu s časopisy pro děti. Možná by tak tato práce mohla být podnětem, aby se takový časopis pro předškolní děti začal vydávat.

Na závěr bych chtěla navrhnout, jakým směrem by se mohl ubírat další výzkum spojený s touto problematikou. V návaznosti na získané výsledky by bylo poměrně zajímavé zkoumat, jak na obsahy v časopisech reagují samotní příjemci, tedy malé děti, které mohou skrze tato média přijímat genderové stereotypy jako něco přirozeného.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

BANDURA, A. 2002. „Social cognitive theory of mass communication.” In: BRYANT, J., D. ZILLMANN. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

BANDURA, A. 1971. *Social Learning Theory*. New York: General Learning Press.

BERRY, B. 2008. *The power of looks: social stratification of physical appearance*. Aldershot: Ashgate.

BOSÁ, M., K. MINAROVIČOVÁ. 2005. *Rodovo citlivá výchova*. Bratislava: EsFem.

BURTON G., J. JIRÁK. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal.

CONNELL, R. 2005. „Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept.” *Gender & Society*. [online] 19 (6) [cit. 20. 3. 2014]. Dostupné z: <<http://gas.sagepub.com/cgi/content/abstract/19/6/829>>.

CONNELL, R. 2002. *Gender*. Cambridge: Polity Press.

DISMAN, M. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum.

EVANS, J. 1998. „Princesses are not into war'n things, they always scream and run off": Exploring gender stereotypes in picture books.“. *Reading*. Pp. 5-11.

FAFEJTA, M. 2004. *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany: nakladatelství Jana Piszkiwicze.

GAUNTLETT, D. 2008. *Media, Gender and Identity*. London: Routledge.

GIDDENS, A. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.

JANOŠOVÁ, P. 2008. *Dívčí a chlapecká identita: Vývoj a úskalí*. Praha: Grada Publishing, a. s.

JARKOVSKÁ, Lucie. 2011. „Na pohlaví (ne)záleží.“ Příspěvek přednesený na konferenci *Aktivní rodičovství*. Brno, 15. 10. 2011.

JARKOVSKÁ, L., K. LIŠKOVÁ. 2008. „Genderové aspekty českého školství.“ *Sociologický časopis*. [online] 44 (4) [cit. 10. 2. 2014]. Dostupné z: <http://sreview.soc.cas.cz/uploads/02c86f73cf4e2848979710541c3a7261a8b6847d_513_2008-4JarkovskaLiskova.pdf>.

JARKOVSKÁ, L. 2007. „Ve škole je gender všude kolem nás.“ In: SMETÁČKOVÁ, I. *Příručka pro genderově citlivé vedení škol*. Brno: Barrister & Principal.

JARKOVSKÁ, L., I. SMETÁČKOVÁ. 2006. „Škola jako genderovaný prostor.“ In: Smetáčková, I. (ed.) *Gender ve škole: Příručka pro budoucí i současné učitelky a učitele*. Praha: Otevřená společnost, o.p.s.

JARKOVSKÁ, L. 2004a. „Prohlédněme genderové stereotypy.“ In: FORMÁNKOVÁ, L., K. RYTÍŘOVÁ. *Abc feminismu*. Brno: Nesehnutí.

JARKOVSKÁ, L. 2004b. „Role pohádek a dětské literatury v reprodukci genderových nerovností.“ In: *Obrazy dětství v dnešní české společnosti*. Brno: Barrister & Principal.

JIRÁK, J., B. KÖPPLOVÁ. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál.

JOHNSON, M. 2010. „The little princess syndrome“. *Natural life* [databáze] 34-36 [cit. 10. 2. 2014]. Available from: <<http://proquest.mlp.cz/docview/758227753?accountid=16579>>.

KANE, E. 2006. „No Way My Boys Are Going to be like That! Parents' Responses to Children's Gender Nonconformity“. *Gender and Society* [databáze] 20 (2): 149-176 [cit. 10. 2. 2014]. Available from: <<http://www.jstor.org/stable/27640879>>.

KARSTEN, H. 2006. *Ženy – muži*. Praha: Portál.

KAŠPÁRKOVÁ, S. 2006. *Gender aspekt ve výchově dětí v rodině*. Magisterská diplomová práce. Masarykova Univerzita v Brně. Filozofická fakulta - Ústav pedagogických věd. Vedoucí práce PhDr. Alena Schauerová.

KUBÁLKOVÁ, P., T. ČÁSLAVSKÁ. 2009. *Gender, média a reklama: Možnosti (samo)regulace genderových stereotypů v médiích a reklamě*. Praha: Otevřená společnost, o.p.s.

LORBER, J. L. 2001. „Night to His Day: The Social Construction of Gender.“ In: COHEN F. T. *Men and Masculinity*. Toronto: Wadsworth.

MAŘÍKOVÁ, H. 2004. „Proměny mateřství, otcovství a rodičovství.“ In: FORMÁNKOVÁ, L., K. RYTÍŘOVÁ. *Abc feminismu*. Brno: Nesehnutí.

MCQUAIL, D. 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

OAKLEYOVÁ, A. 2000. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál.

OSKAMP, S., K. KAUFMAN, L. A. WOLTERBEEK. 1996. „Gender role portrayals in preschool picture books.“ *Journal of Social Behavior & Personality* [online] 11 (5): 27-39 [cit. 10. 2. 2014]. Available from: <http://www.academia.edu/800195/Gender_role_portrayals_in_preschool_picture_books>.

PAVLÍK, P. 2005. „Gender a trh práce.“ In: SMETÁČKOVÁ, I., K. VLKOVÁ. *Gender ve škole. Příručka pro vyučující předmětů občanská výchova, občanská nauka a základy společenských věd na základních a středních školách*. Praha: Otevřená společnost, o. p. s

PLESKOVÁ, K., P. FRANK, M. BOSÁKOVÁ, D. KUGLEROVÁ. 2008. *Průvodce na cestě k rovnosti žen a mužů*. Brno: Nesehnutí.

POARCH, R., E. MONK-TURNER. 2001. „Gender roles in children’s literature: A review of non-award winning ‘easy to read’ books.“ *Journal of Research in Childhood Education* [databáze] 70-76 [cit. 10. 2. 2014]. Available from: <<http://searchproquest.mlp.cz/docview/203888910?accountid=16579>>.

RENZETTI, C., D. CURRAN. 2003. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum.

ŘEHÁČKOVÁ, D. 2002. „Reklama jako forma symbolického násilí na ženách.“ *Gender, rovné příležitosti, výzkum 1*: 12-13 [cit. 6. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.genderonline.cz/uploads/80d0b4059231e64b36671633f0fbf8376f1efe9e_rocnik03-1-2002.pdf>.

SCHERER, H. 2004. „Úvod do metody obsahové analýzy.“ In: REFOVÁ, I. (ed.) *Analýzy obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.

SMETÁČKOVÁ, I., J. VALDROVÁ 2006. „Učivo a učebnice.“ In: Smetáčková, I. (ed.) *Gender ve škole: Příručka pro budoucí i současné učitelky a učitele*. Praha: Otevřená společnost, o.p.s.

ŠANDEROVÁ, P. 2011. *Tělesnost jako významný faktor procesu adopce: kulturně antropologický fenomén*. SLON. Praha.

ŠMAUSOVÁ, G. 2002. „Proti tvrdošíjné představě o ontické povaze gender a pohlaví.“ *Sociální studia*. [online] 7 [cit. 10. 2. 2014]. Dostupné z: <<http://socstudia.fss.muni.cz/dokumenty/080304142902.pdf>>.

ŠULOVÁ, L. 2004. *Raný psychický vývoj dítěte*. Praha: Karolinum.

VALDROVÁ, J. 2004. „Ženská a mužská role v jazyce.“ In“ FORMÁNKOVÁ, L., K. RYTÍŘOVÁ. *Abc feminismu*. Brno: Nesehnutí.

WOLF, N. 2000. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt.

WORLAND J. 2008. „Girls will be girls . . . and so on.“ *Children & Libraries: The Journal of the Association for Library Service to Children*. [databáze] 6 (1): 42 - 46 [cit. 10. 2. 2014]. Available from: <<http://web.a.ebscohost.com.ez.svkk1.cz:8080/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=d1811c82-c4c2-448e-84db-90d345dd2366%40sessionmgr4002&hid=4214>>.

Analyzované časopisy:

ANIMÁČEK	1-12/2013
ANIMÁLEK 2013:	1-5/2013
AUTA	1-12/2013
BÁJEČNÁ ŠKOLKA	1-12/2013
BARBIE	1-13/2013
BOŘEK STAVITEL	1-6/2013
FILLY FAIRY	1-4/2013
FILLY KONÍK	1-2/2013
LITTLEST PET SHOP	1-6/2013
LOKOMOTIVA TOMÁŠ	1-12/2013
MÁŠA A MEDVĚD	1-3/2013
MEDVÍDEK PÚ	1-13/2013
MÉĎA PUSÍK	1-12/2013
MY LITTLE PONNY	1-12/2013
PASTELKA	1-12/2013
PRINCEZNA	1-13/2013
SLUNÍČKO	1-12/2013
VČELKA MÁJA	1-3/2013
ZVONILKA	1-6/2013

7 RESUMÉ

This bachelor thesis is focused on gender presentation of illustrations in magazines for preschool children. Theoretical background includes important concepts of gender issue which are necessary for understanding of this thesis context. The research is based on quantitative content analysis of illustrations of characters in 19 magazines for preschool children. It was examined proportion of gender categories and presence of gender stereotypes. Both human and “non-human” characters with human features were included into research because they can represent patterns of behavior in real society.

The aim of this thesis was to determine whether magazines for preschool children are free of gender stereotypical roles. The results of my research showed a larger occurrence of a male gender in the majority of magazines. Overrepresentation of male gender is demonstrated mainly in animal characters. Illustrated activities of characters are largely gender neutral because characters most often converse with others. However, gender stereotypical activity is care for children, which is still presented as a purely female. Males are dominated by the activities associated with repairs (hammering nails, car repair, etc.). It is important to also mention that women are invisible in public sphere especially in the field of job which is reserved for men as well as the real world. On the other hand, if female perform job activity in a magazine, then is it quite high position.

To conclude my findings we can say that while some gender stereotypes are becoming blurred, some traditional activities are so deeply rooted that still remain dominant for only one of gender category.

8 PŘÍLOHY

Příloha 1 Seznam tabulek a grafů

Graf č.1 Typy jednotlivých postav

Graf č.2 Zastoupení genderu u jednotlivých typů postav

Graf č.3 Poměr mužů a žen v časopisech určených dívkám i chlapcům

Graf č.4 Role jednotlivých postav

Graf č.5 Používané artefakty

Graf č.6 Ženy vs. Muži (lidské postavy) a artefakty

Graf č.7 Poměr užívání artefaktů podle genderu

Graf č.8 Distribuce genderu v kategorii povolání

Graf č.9 Distribuce genderu v jednotlivých kategoriích povolání

Tabulka 1. Poměr činností u lidských postav dle pohlaví

Tabulka 2. Zastoupení postav v jednotlivých kategoriích povolání dle pohlaví

Příloha 2 Příklady kódovaných postav

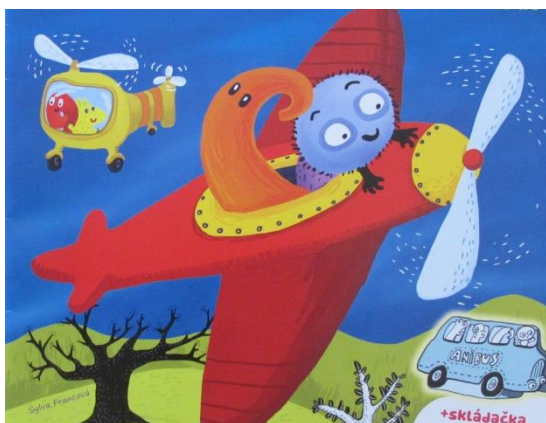
Obr.1 Typ postavy člověk (Báječná školka 3/2013)



Obr.2 Typ postavy zvíře (Littlest Pet Shop 3/2013)



Obr.3 Typ postavy ostatní (Animáček 5/2013)



Obr.4 Role – sportování (Animáček 4/2013)



Obr.5 Role – vaření (Médřa Pusík 2/2013)



Obr.6 Role – veřejná sféra / při zaměstnání (Báječná školka 2/2013)



Obr. 7 Role – jedení (Médřa Pusík 3/2013)



Obr. 8 Role – projev emoce (Máša a medvěd 1/2013)



Obr. 9 – Artefakt – práce mimo domov (Báječná školka 2/2013)



Obr. 10 – Artefakt – práce v domácnosti (Méd'a Pusík 7/2013)



Obr. 11 – Artefakt – osobní sféra (Barbie 13/2013)



Příloha 3 Kódovací předpis

V každém časopise budou kódovány všechny ilustrace vč. obálky, které budou splňovat následující parametry:

- Zobrazují alespoň jednu postavu, maximálně postav 10. Je-li na obrázku postav více než 10, nekóduje se
- Kódují se činné objekty, tedy lidé nebo objekty antropomorfizované činností či pomůckami pro tuto činnost
- Fotografie se do kódování nezahrnují
- Ilustrace spojené s reklamou se do kódování nezahrnují
- Je-li ilustrace formou komiksu, tedy množstvím sekvencí s obrázky, kódují se všechny obrázky

IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

- NÁZEV ČASOPISU
 1. ANIMÁČEK
 2. ANIMÁLEK
 3. AUTA
 4. BÁJEČNÁ ŠKOLKA
 5. BARBIE
 6. BOŘEK STAVITEL
 7. BUMÍK
 8. FILLY FAIRY
 9. FILLY KONÍK
 10. HOT WHEELS
 11. LITTLEST PET SHOP
 12. LOKOMOTIVA TOMÁŠ
 13. MÁŠA A MEDVĚD
 14. MEDVÍDEK PÚ
 15. MÉĎA PUSÍK
 16. MY LITTLE PONNY
 17. PASTELKA
 18. PRINCEZNA
 19. SLUNÍČKO
 20. TOY STORY
 21. VČELKA MÁJA
 22. ZVONILKA

- **VYDANÉ ČÍSLO**

- Kóduje se ve formátu dle daného měsíce (př. lednové číslo časopisu se kóduje jako 1, únorové číslo jako 2, atd.).

- **STRANA**

- Kóduje se dle příslušné stránky, která obsahuje ilustraci.

- **IDENTIFIKACE KÓDOVANÉ POSTAVY**

- Každá postava bude mít svůj identifikační kód, přičemž tento kód se čísluje vzestupně od č.1. Identifikátor se přiděluje postavám postupně od levého horního rohu doprava a dolů).

ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

POHLAVÍ ČLENŮ AUTORSKÉHO TÝMU

- Určuje se dle informací uvedených v tiráži daného časopisu.

- **ŠÉFREDAKTOR/KA**

1. Žena
2. Muž
9. Nelze určit

- **GRAFICKÁ ÚPRAVA**

1. Žena
2. Muž
9. Nelze určit

- **DTP – RETUŠ**

1. Žena
2. Muž
9. Nelze určit

- **EDITOR(KA)**

1. Žena
2. Muž
9. Nelze určit

POHLAVÍ POSTAVY

- Kóduje se dle příslušného pohlaví ilustrovaného na obrázku. Pokud je k dispozici oslovení v názvu příběhu či bublině v rámci komiksu, lze jej použít pro usnadnění identifikace.
1. Žena – je-li na obrázku vyobrazena postava ženského pohlaví
 2. Muž – je-li na obrázku vyobrazena postava mužského pohlaví
 9. Nelze určit – je-li na obrázku dav, nebo nelze-li kódovat s ohledem na chybějící „pomocné“ identifikační znaky, jako např. oslovení atp.

TYP POSTAVY

- Kóduje se dle typu postavy ilustrované na obrázku.
1. Člověk – je-li na obrázku vyobrazena lidská postava
 2. Zvíře – je-li na obrázku vyobrazena zvířecí postava vykazující lidskou činnost/roli
 3. Ostatní postavy – jsou-li na obrázku postavy „nelidského“ typu (příšerky atp.) vykazující lidskou činnost/roli
 9. Nelze určit – nelze-li typ postavy rozpoznat

VĚK

- Kóduje se, zda je postava dětská či dospělá.
1. Dospělý
 2. Dítě
 9. Nelze určit

ROLE POSTAVY

- Kóduje se podle aktivity, kterou postava vykonává
10. Hraní si / volný čas / rekreace – kóduje se v případě, že postava vykonává volnočasové aktivity
 11. sportování
 12. čtení
 13. malování
 14. kutění, tvoření ze stavebnic, věda („zábava s technikou“)
 15. zpívání, hraní na hudební nástroje
 16. tanec
 17. cestování v dopravním prostředku (nebo na zvířeti)
 20. Studium (ve škole i doma, psaní úkolů, počítání příkladů ...)
 30. Práce v domácnosti

- 31. vaření
 - 32. domácí práce (žehlení, praní, zašívání, pletení)
 - 33. uklízení (zametání, umývání oken, luxování)
 - 34. starost/péče o dítě
 - 35. kutění a opravy (zatloukání hřebíků, natírání, oprava střechy, auta...)
 - 36. zahradničení
 - 37. starost o zvíře či další členy domácnosti (nikoliv o dítě)
40. Veřejná sféra
- 41. zaměstnání (objeví-li se postava během výkonu své profese)
 - 42. dobrovolnictví (pomoc druhému v nouzi atp.)
 - 43. Přesun, jen se náhodou vyskytuje
50. Fyziologické potřeby
- 51. jedení
 - 52. spánek
 - 53. hygiena
60. Emoce a kognice a mentální stavy
- 61. projevování emocí (pláč, smích, strach, vztek, děs...)
 - 62. „utěšování“, vyjadřování podpory druhých
 - 63. konverzace (je-li zřejmé, že postava s někým konverzuje)
 - 64. přemýšlení, pozorování
 - 99. Nelze určit – pokud postava nevykonává žádnou roli nebo nelze-li určit na základě daných kódů

ARTEFAKTY, KTERÉ POSTAVA POUŽÍVÁ

- Kóduje se dle artefaktu (předmětu, nástroje), který postava na obrázku používá. Postava musí mít „objekt“ v ruce nebo v minimální blízkosti, přičemž je zřejmé, že jej používá
1. Artefakty spojené s produkcí (veškeré objekty, předměty, nástroje, které se **vážou na práci mimo domov**. Může se jednat o nářadí pro zemědělce, pomůcky lékaře, pracovní oděv...atd.)
 2. Artefakty spojené s domovem (veškeré předměty, nástroje, pomůcky či pracovní oděvy, které se **vážou na činnosti v domácnosti** ať už úklid, péči o druhé, vaření, opravy,...)
 3. Artefakty **spojené s osobní sférou** (veškeré předměty a nástroje, které se vážou na činnosti s příslušnou osobu.
Různé prostředky pro péči o sebe sama, pomůcky pro volný čas, hru, sport, ale také pomůcky pro ochranu druhých lidí – zbraně)

9. Nelze určit – není-li zobrazen žádný artefakt, nebo nelze rozeznat, o jaký artefakt se jedná

POVOLÁNÍ

- Kóduje se dle tabulek ISCO (vyhledá se v seznamu příslušné zaměstnání kóduje se dle hlavní kategorie, do které zaměstnání spadá)
1. zákonodárci, vysokí úředníci a řídicí pracovníci
 2. vědečtí a odborní duševní pracovníci
 3. technici a pracovníci v příbuzných oborech
 4. úředníci
 5. pracovníci ve službách a prodeji
 6. kvalifikovaní pracovníci v zemědělství, lesnictví a rybářství
 7. řemeslníci a opraváři
 8. obsluha strojů a zařízení, montéři
 9. pomocní a nekvalifikovaní pracovníci
99. Nelze určit