

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**(Re)prezentace žen v magazínech Ona Dnes a  
Xman**

**Eva Železná**

Plzeň 2015

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra sociologie

**Studijní program Sociologie**

**Studijní obor Sociologie**

**Bakalářská práce**

**(Re)prezentace žen v magazínech Ona Dnes a  
Xman**

**Eva Železná**

**Vedoucí práce:**

**Mgr. Alena Pařízková, Ph.D.**

**Katedra sociologie**

**Filozofická fakulta Západočeské univerzity v Plzni**

**Plzeň 2015**

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2015*

.....

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé práce Mgr. Aleně Pařízkové, Ph.D. za ochotu, cenné rady a komentáře, které mi při psaní práce velmi pomohly.

## Obsah

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2 TEORETICKÉ UKOTVENÍ .....</b>	<b>3</b>
2.1. Sociální konstrukce reality.....	3
2.1.1. Konstruování reality prostřednictvím médií .....	4
2.3. Co je to gender? .....	5
2.4. Přístupy k genderu .....	6
2.5. Genderová identita .....	10
2.5. Mužské a ženské časopisy.....	12
2.6. Ženské časopisy jako prostředek mýtu krásy?.....	12
2.8. Mužské časopisy .....	14
2.9. Genderové stereotypy a jejich projevy v médiích.....	14
<b>3 METODOLOGIE .....</b>	<b>16</b>
3.1. Metoda.....	18
3.2. Kvalitativní výzkum: (Re)prezentace žen v textech magazínů Ona Dnes a Xman.....	18
3.2.1. Výzkumný vzorek.....	18
3.2.2. Kvalitativní obsahová analýza .....	20
3.3. Kvantitativní výzkum: Složení autorů/autorek magazínu Ona Dnes a Xman na základě pohlaví .....	20
3.3.1. Výzkumný vzorek.....	21
3.3.2. Hypotézy a operacionalizace .....	21
3.3.3. Kvantitativní obsahová analýza .....	21
<b>4 VÝSLEDKY A INTERPRETACE DAT .....</b>	<b>23</b>
4.1 Kvalitativní výzkum (re)prezentace žen.....	23
4.1.1. Analýza rozhovorů z Ona Dnes .....	24
4.1.1.1. Krása .....	24
4.1.1.2. Partnerské vztahy .....	26
4.1.1.3. Péče o rodinu.....	29
4.1.1.4. Práce a kariéra .....	30

4.1.1.5. Shrnutí .....	30
4.1.2. Analýza článků z Xmana .....	31
4.1.2.1. Bojovnice .....	31
4.1.2.2. Sexualita a fyzický vzhled.....	34
4.1.2.3. Oběti .....	37
4.1.2.4. Manželky a matky .....	38
4.1.2.5. Shrnutí .....	38
4.1.3. Závěrečná zjištění.....	39
4.2. Kvantitativní výzkum složení autorů.....	42
4.2.1. Autorské složení Ona Dnes .....	42
4.2.2. Autorské složení Xman.....	45
4.3. Propojení shrnutí .....	47
<b>5 ZÁVĚR.....</b>	<b>49</b>
<b>6 ZDROJE .....</b>	<b>51</b>
<b>7 RESUMÉ .....</b>	<b>58</b>

## 1 ÚVOD

Má bakalářská práce se zabývá prezentací žen ve dvou konkrétních internetových magazínech. Zvolila jsem si analýzu, která bude prováděna z perspektivy genderu a bude zkoumat dva mediální portály - Ona Dnes a Xman. Internetový magazín Ona Dnes je primárně určen ženským čtenářkám, Xman můžeme naopak zařadit mezi magazíny pánské. Téma mé práce jsem si zvolila především proto, že mi spojení genderu a médií přišlo jako velmi zajímavé a považuji ho za aktuální právě díky zaměřenosti na internetové magazíny, které analyzuji. Internet je jedním z nejpoužívanějších médií dnešní doby a je zajímavé sledovat, jak s genderem pracuje.

Hlavním cílem při realizaci tohoto výzkumu je zjistit, zda se genderové stereotypy prolínají zkoumanými webovými portály. Můj názor před samotnou realizací tohoto výzkumu byl takový, že oba portály budou určitě velmi stereotypní, neboť genderové stereotypy prochází celou společností a internet nebude jistě žádnou výjimkou. Výzkumem jsem si chtěla ověřit svůj přístup a také zjistit, jak moc tyto portály ve svých publikovaných textech genderové stereotypy posilují a jakým způsobem je čtenáři/čtenářce zprostředkovávají. Hlavním úkolem při samotném výzkumu bude zjistit, jakým způsobem se Ona Dnes a Xman staví k ženám, jakým způsobem jsou ženy a feminita prezentovány čtenářům/čtenářkám a projevují se genderové stereotypy i v samotném složení autorů/autorek, kteří texty pro oba portály publikují? Angažují se ženy tedy výhradně v tématech, která společnost spojuje se feminitou a muži zase píšou o maskulinních tématech?

Má práce je rozdělena na tři základní kapitoly, na teoretickou část, metodologickou část a poslední kapitolu, která obsahuje interpretaci analyzovaných dat.

Hlavní teoretickou linkou první části práce je myšlenka sociální konstrukce. Realita, ve které žijeme, není přirozeně daná, je sociálně vytvářena a na její tvorbě se, krom jiných, nemalou částí podílí také média. Gender je také společenskou konstrukcí, klade na nás určitá očekávání, která naplňujeme, a od kterých se následně odvíjí naše genderová identita i stereotypy, jejichž projevy vidíme také v médiích. V prezentaci sociálního konstruktivismu reality a genderu vycházím z klasických teoretiků jako je například Goffman (1999), Berger a Luckmann (1999) či West a Zimmermann (2008). U témat jako jsou genderové stereotypy a média čerpám z více aktuálních zdrojů, jako je například McQuail (1999) či socioložka Jana Valdová (2010).

Druhá, metodologická část, zdůvodňuje, proč jsem zvolila mix metod, a který z výzkumů je v mé práci dominantní. Dále v této kapitole popisuji data, se kterými jsem pracovala, jak jsem je získala a jakým způsobem jsem z nich následně vybrala výzkumný vzorek, objasňuji i případnou úpravu těchto dat (jak tomu bylo v kvantitativní části). Metodologická kapitola také obsahuje konkrétní metodu, kterou jsem při analýze použila, a důvod mého výběru.

Poslední část mé práce obsahuje interpretaci analyzovaných dat. Kapitola je rozdělena na kvalitativní a kvantitativní část. Kvalitativní část je rozsáhlejší, neboť ji v mém výzkumu považuji za tu zásadnější a obsahuje interpretaci analyzovaných článků a rozhovorů v kontextu genderových stereotypů. V kvantitativní části pracuji s četnostními tabulkami, díky kterým analyzuji témata textů z Xmana psané ženami a témata textů z Ona Dnes psaných muži, poté pokračuji vyvrácením či potvrzením hypotéz. V závěrečném shrnutí propojuji výsledky obou částí výzkumu.

## 2 TEORETICKÉ UKOTVENÍ

### 2.1. Sociální konstrukce reality

Paradigmatem, ze kterého budu ve své práci vycházet, je, že realita kolem nás je pouhým sociálním konstruktem a nikoli objektivním faktem. Paradigma sociálního konstruktivismu jsem si vybrala nejen díky tomu, že na gender hodlám ve své práci nahlížet jako na společensky vytvořený konstrukt, ale i díky tomu, že se právě média na konstruování naší každodenní reality jistým způsobem podílí.

S myšlenkou sociálního konstruktivismu přišel Peter Berger a Thomas Luckmann, právě oni dva se snažili provést analýzu každodenní reality z pohledu sociologie. Realita každodenního života je spojována se sociálním konstruktem právě proto, že má podle Bergera a Luckmanna (1999) svůj základ v myslích jedinců, kteří vykováváním určitých činností tento konstrukt vytvářejí, udržují a posilují. Realita každodenního života je pro nás přirozeně daná a intersubjektivní, což znamená, že ji sdílíme s ostatními neustálou interakcí a komunikací. Právě jazyk, který užíváme v každodenní interakci, se podílí na utvrzování společenského řádu a na objektivizaci naší reality (Berger, Luckmann 1999: s.25-28).

Sociálním konstruktem je i sociální řád, který člověk neustále vytváří a považuje jej za zcela objektivní a daný. Proces vytváření sociálního řádu se nazývá externalizace a díky objektivizaci se u jedinců potvrzuje jeho danost (Berger, Luckmann 1999: s.55). Člověk se nestává členem společnosti automaticky svým narozením, každý z nás musí projít socializací. Socializaci můžeme dělit na primární a sekundární, sekundární probíhá v dospělosti jedince a primární v dětství, tato socializace v raném věku je považována za zásadnější, jelikož dítě získává vědomí o rolích a postojích významných druhých a tím pádem se dokáže identifikovat se společností (Berger, Luckmann 1999: s.128-136). Například proces učení se genderu probíhá sice celý život, ale začíná už

socializací v dětství jedince. To, jaké role od nás společnost očekává, se dozvídáme prostřednictvím verbálních interakcí i neverbálních sdělení (Jandourek 2003: s.108).

Základ pro přijetí jedince do společnosti je proces internalizace, který způsobuje, že jedinec právě díky socializaci, kterou musí ve svém životě projít, vnímá realitu každodenního života jako objektivně danou a stává se jakýmsi sociálním výtvozem (Berger, Luckmann 1999: s.64). Během sociálních procesů se také vytváří a formuje identita jedince. Tato identita je poté udržována sociálními vztahy, které vyplývají ze sociální struktury samotné. Socializovaný jedinec vede celý svůj život polemiku mezi biologickou podstatou sebe samého a svou identitou (Berger, Luckmann 1999: s.170-180).

Všechny činnosti, které jedinci ve společnosti vykonávají, podléhají konceptu habitualizace, to znamená, že se tyto činnosti mění v jisté vzorce, které se stávají pro ostatní jednoduše napodobitelnými. Veškeré habitualizovatelné činnosti a jedinci, kteří tyto činnosti vykonávají, podléhají typizaci a právě sdílené typizace se stávají základem institucí, které pak následně typizují další činnosti a jedince, kteří se stanou jejich vykonavateli (Berger, Luckmann 1999: s.56-58). Nezbytnou součástí je pro instituce legitimizace a jedna z úrovní legitimizace je tvořena symbolickými světy. Symbolické světy jsou utvářeny sociálně a potvrzují, že realita má svůj lidský význam (Berger, Luckmann 1999: s.93-104). Luckmann a Berger (1999) tvrdí, že lidé jsou z hlediska biologie vedeni k tomu, aby si svět, ve kterém žijí, vytvářeli společně s ostatními. Svůj svět neboli spíše realitu, ve které žijí, berou jako určující a danou (Berger, Luckmann 1999: s.179-180).

### **2.1.1. Konstruování reality prostřednictvím médií**

Jak jsem zmínila výše, socializace je prostředek k tomu, aby se jedinec stal jakýmsi sociálním výtvozem ve smyslu toho, že vnímá realitu

každodenního života jako objektivně danou (Berger, Luckmann 1999: s.64). Na socializaci jedince se podílejí také média, která ovlivňují to, co se jedinci o okolním světě dozvídají. Média pomáhají v integraci společnosti, jejíž podobu také významným způsobem ovlivňují, podílejí se totiž na tvorbě a šíření norem a hodnot a učí jedince, jak se chovat v určitých sociálních situacích a rolích (Buton, Jiráček 2001: s.23-24; McQuail 1999: s.369).

Média jsou jedním z nástrojů konstrukce a strukturování reality. Jak jsem již zmínila, média ovlivňují to, co se jedinci o okolním světě dozvídají, ovlivňují vědění, které se k lidem dostane. Skrze toto vědění lidé chápou okolní sociální svět. Média se skrze informace a obrazy, které produkují, stávají jedním z hlavních konstruktérů reality (McQuail 1999: s.87). Köpplová a Jiráček (2003) tvrdí, že realita je konstruována díky sociální a mediální skutečnosti. Mediální skutečnost je tvořena obsahem médií, který se stává součástí naší každodenní zkušenosti a sociální skutečností, je to jistá představa o světě a realitě, kterou nám společnost poskytuje. Mediální i sociální skutečnosti jsou navzájem propojeny a člověk se díky nim určitým způsobem vztahuje ke svému okolí (Jiráček, Köpplová 2003: s.139-140).

### **2.3. Co je to gender?**

Pojem gender označuje chování a vlastnosti spojované s maskulinitou a feminitou a je určován kulturou a společností. Vnímání genderu se liší, v každé kultuře, společnosti, čase i místě je vnímán jinak (Oakleyová 2000: s.121). Jedincům ve společnosti je přiřazena určitá genderová role na základě jejich pohlaví a každá z těchto generových rolí má určité předpoklady a očekávání, která lidé ve společnosti berou jako přirozeně daná. Gender se stává prostředkem k myšlení v binárních opozicích, tedy k myšlení, které se k ženám a mužům staví protikladným způsobem (Renzetti, Curran 2003: s.20).

Podle Marie Čermákové (1999) je gender sociálním konstruktem, své tvrzení dokládá tím, že pokud by se ženskost a mužskost definovala biologicky, socializace dětí by se stala naprosto zbytečnou (Čermáková 1999: s.51). Sociální konstruktivismus se vyznačuje tím, že pochybuje o všem, co společnost přijímá jako obecně platné, a to samozřejmě platí i v přístupu k genderu. Sociálně konstruktivistické pojetí genderu se vymezuje vůči pojetí esencialismu, tedy, že genderové kategorie žena a muž jsou objektivně platné a vycházejí z jisté esence. Gender není žádným rysem nebo charakteristikou jedince, je to pouhý společensky vytvořený konstrukt, výsledek sociálního konsensu, který se projevuje v každodenních sociálních interakcích (Gjuričová 1999: s.75-79).

#### **2.4. Přístupy k genderu**

Mnoho autorů pohlíží na gender odlišně, gender jako sociální konstrukci vnímá například perspektiva Candance West a Georga Zimmermana a jejich koncept *doing gender*, neboli „dělání genderu“. *„Dělání genderu v sobě zahrnuje soubor sociálně řízených činností v rovině vnímání, interakcí a mikropolitiky, jež odrážejí konkrétní zájmy beroucí na sebe podobu maskulinní a feminní „přirozenosti“* (West, Zimmermann 2008: s.100). Cílem jejich práce je představení genderu jako rutinního chování, které je prováděno ženami i muži, kteří tímto jednáním prezentují svou feminitu a maskulinitu (West a Zimmermann 2008: s.100).

Koncept *doing gender* pracuje se třemi základními termíny, je to pohlaví, pohlavní kategorie a gender. Pohlaví je samozřejmě určováno na základě biologických aspektů, těmito aspekty můžeme chápat například vzhled pohlavních orgánů nebo typ chromozomů jedince před jeho narozením. Do příslušné pohlavní kategorie je jedinec zařazen na základě svého vystupování a činností, které společnost vnímá jako ženské nebo mužské. Gender je pak soubor činností a jednání, která

odpovídají pohlavní kategorii, do které se jedinec řadí (West a Zimmermann 2008: s.100-101). Pohlaví a gender spolu vždy nemusí být v souladu. Člověk, který je ženského pohlaví, nemusí nutně patřit k ženské generové roli neboli k ženskému genderu, což je dáno právě genderovou proměnlivostí, v každé kultuře může být pohled na ženskou generovou roli zcela odlišný (Oakleyová 2000: s.121).

K procesu „dělání genderu“ může sloužit jakékoli sociální jednání. Toto jednání nemusí být vždy v souladu s tím, jak společnost vnímá ženskost či mužskost. Jednání, které je v rozporu se společensky zakořeněnou představou o ženě či muži, vede ke genderovému posuzování. Ve společnosti platí, že jedincovo jednání by mělo být pro společnost čitelné. Gender je utvářen skrze interakce a lidé si nás díky našemu chování a činnostem, které vykonáváme, musí být schopni zařadit do kategorie žena nebo muž, jinak se cítí být zmateni (West a Zimmermann 2008: s.108-110). Naše společnost uznává pohlavní kategorie jako zásadní, tudíž se nemůžeme „dělání genderu“ vyhnout, a zároveň tím, že jej vykonáváme, podporujeme tento systém založený na pohlavních kategoriích a sociální řád, který ospravedlňuje hierarchické postavení žen a mužů ve společnosti (West a Zimmermann 2008: s.115). Gender je rutinizované chování, které je jedinci prováděno téměř v každé situaci a tím, že gender děláme, vytváříme rozdíly mezi ženami a muži (West, Zimmerman 2008: s.109).

V tvrzení, že gender je utvářen sociální interakcí, odkazují West a Zimmerman na Goffmanovu (1999) teorii *gender display*, která také pracuje s genderem jako se společensky vytvořeným konstruktem (West a Zimmermann 2008: s.102). I Goffman (1999) ve své teorii přistupuje ke genderu jako ke konstrukt, který je vytvářen kulturou a tvrdí, že lidé se pod sociálním tlakem uchylují k emočně motivovanému chování, které se svým zjednodušováním stává značně stereotypní. Goffman (1999) takovým chováním označuje právě i předvádění genderu ve společnosti,

nazývá to pojmem „*gender display*“. Tím, že jedinec předvádí svůj gender, tak poskytuje ostatním členům ve společnosti jasně čitelnou zprávu o své sociální identitě, náladě nebo například o jeho vztahu k těm, kterým je jeho gender předváděn (Goffman 1999: s.69).

Předvádění genderu má velmi často charakter dialogu, jedná se tedy o určitý vztah otázek a odpovědí. Samotný dialog je diferencován na symetrický a asymetrický, asymetričnost dialogu se pak může stát producentem hierarchizace. Jedinec svůj gender v sociálních situacích předvádí na začátku a konci dané situace, což zajišťuje její nenarušenost, Goffman (1999) tvrzení ilustruje na příkladu příchodu ženy do místnosti a poté jejího odchodu, kdy je obojí ženina aktivita doprovázena povstáním přítomného muže. Další možností je, že některé rituály předvádění genderu jsou již formovány tak, aby byl gender předváděn po celou dobu trvání dané sociální situace, tato možnost je ilustrována na příkladu vojáka stojícího v pozoru po celou dobu velitelova proslovu (Goffman 1999: s.70-71).

Samozřejmostí je, že jedinec svůj gender předvádí tak, aby byl pro ostatní členy společnosti snadno identifikovatelný, mezi takové znaky, které ulehčují jeho zařaditelnost do kategorie žena nebo muž, patří účes, oblečení a hlas jedince (Goffman 1999: s.70-71). Každá osobnost se vyznačuje jistou esenciální přirozeností, za základní variantu této přirozenosti je považována maskulinita a feminita. Obě tyto varianty jsou nejzákladnější charakteristikou jedince. Člověk už ze své přirozenosti dokáže rozpoznávat mužské a ženské předvádění genderu (West, Zimmerman 2008: s.103).

Sociální situace jsou typické vzájemným sledováním aktérů, kteří se díky svým tvářím, pohybům a prezentacím těl a nakonec i díky různým materiálním aspektům zapojují do společenského předvádění genderu. Lidé ve společnosti mohou obraz sebe sama částečně ovlivňovat.

Maskulinitu a feminitu můžeme považovat za jeden z nejvíce zakořeněných charakteristik člověka, ženství i mužství je prezentováno v každé sociální situaci. Jedinec je ve společnosti učen produkovat jisté obrazy o sobě samém a zároveň i chápat a rozumět obrazům ostatních lidí ve společnosti. Tento systém se pak stává základem pro špatný obraz vztahu mezi muži a ženami. Muži a ženy jsou učeni, aby společenský systém ochotně udržovali (Goffman 1999: s.74-76).

*Gender display*, neboli předvádění genderu, odráží rysy sociální struktury stejně jako jiné rituály. Zároveň je podle Goffmana (1999) důležité brát toto předvádění genderu jako jakýsi příznak daného společenského systému (Goffman 1999: s.76).

Další, kdo na gender pohlíží jako na sociální konstrukci, je Judith Lorber. Gender jsou podle ní velmi rutinizované činnosti, které jedinci provádí v každodenním životě. Členové společnosti berou gender jako samozřejmý, jako kdyby byl zakódován v genech členů společnosti. Gender je však vytvářen lidskou interakcí a společenským životem, je to sociální konstrukt. Lorber (2010) odkazuje také na teorii West a Zimmermana (2008), tvrdí, že gender stojí a závisí na neustálém dělení genderu. Každý člen společnosti je ihned po narození zařazen do příslušné pohlavní kategorie na základě podoby jeho genitálií. Pohlavní kategorie se stávají generovými statusy díky stylu chování, mluvy, oblékání, pojmenují atd. (Lorber 2010: s.13-14).

Gender je jeden z hlavních aspektů, podle kterého lidé organizují své životy. Lorber (2010) gender ve své práci také považuje za jednu ze sociálních institucí. Gender jako instituce produkuje jasně rozeznatelné sociální bytosti, které jsou díky stratifikaci společenského systému v nerovné pozici a vytváří se tak rozdílné sociální postavení mužů a žen. Při téměř každém setkání, jednání či interakci lidí „vyrábí“ svůj gender a

chovají se takovým způsobem, jaký je pro ženu nebo muže vhodný (Lorber 2010: s.15-16).

## 2.5. Genderová identita

S „děláním“ nebo prezentováním genderu ve společnosti souvisí také genderová identita, kterou má každý člen společnosti. Tato identita je jakési subjektivní vědomí, díky kterému si uvědomujeme sebe samu jako ženu nebo jako muže. Genderová identita vychází z podoby genderově-pohlavního řádu, který v dané společnosti panuje. Ženy a muži svou identitu konstruují opozičně ke druhému pohlaví. Projevují se tu jasné bipolární opozice, se kterými pracuje generový řád, a jejichž znaky najdeme také v médiích (Valdrová 2010). Genderovou identitu můžeme definovat jako sociální konstrukci, není to nic přirozeně daného. Je závislá na podobě společnosti a na socializaci, kterou každý jedinec prochází.

Ve společnosti panují stereotypy (ve vztahu s médii jsou detailněji rozebírány v samostatné kapitole 2.9.) spojující ženy a muže s určitými vlastnostmi a charakteristikami, které jsou pro ně podle společnosti typické. U žen se vyzdvihuje preferovaná feminita, která je spojována s krásou, emocionalitou a vztahem k rodině. Společnost předpokládá, že ženy budou pasivní a slabé, budou se realizovat spíše v soukromé sféře například péčí o domácnost. S jejich pasivitou se pojí i závislost a přizpůsobení se muži. Další znakem, se kterým jsou ženy spojovány, je emocionalita. Ženy jsou velmi citlivé a empatické, dokáží se vcítit do druhých. Další neopomenutelnou charakteristikou preferované feminity je také rozhodně zmiňovaný vzhled a půvab žen (Curran, Renzetti 2003: s.20; Valdrová 2010).

Stereotypní charakteristiky u mužů jsou konstruované opozičně vůči vlastnostem ženským. Muži jsou spojováni s aktivitou, silou, statečností, odvahou. Muži jsou podle společnosti předurčení pro veřejný

život, jsou samostatní, cílevědomí, jednají racionálně a nikoli na základě emocí (Valdrová 2010). Ideální verzí mužské identity je hegemonní maskulinita. Hegemonní maskulinitě rozhodně neodpovídá většina mužů ve společnosti, ale platí, že všichni muži se ideálu této maskulinity snaží alespoň přiblížit, je to právě snaha, která posiluje a podporuje tento koncept. Ideály hegemonní maskulinity, ke kterým ostatní muži vzhlíží, nejsou jen reálné osoby, jako například různí sportovci, ale jedná se i o filmové hrdiny, fantasy postavy a další. Jedním z nejvýraznějších rysů hegemonní maskulinity je heterosexuality, která je potvrzena manželským svazkem. Homosexualita je z pohledu hegemonní maskulinity brána jako podřadná (Connell 2002: s.61-62).

Jak již bylo zmíněno, každý jedinec získává svou generovou identitu díky socializaci, a právě socializace jedince je ve značné míře ovlivňována médii, které se podílejí na samotném konstruování reality. Média tvoří a šíří normy a hodnoty, které členové společnosti přebírají a učí se, jak se chovat v určitých sociálních situacích a rolích (Buton, Jiráček 2001: s.23-24; McQuail 1999: s.369). Většina mediálních obsahů pracuje právě s formou preferované femininity a maskulinity, můžeme říct, že například homosexuální jedinci či silné a dominantní ženy jsou v médiích spíše marginalizovanou skupinou. V médiích se často projevuje symbolická anihilace, tedy zneviditelňování některých skupin lidí (Curran, Renzetti 2003: s.179-182).

Média také rozlišují obsahy, které jsou primárně určeny mužům a které zase ženám. Klasickým příkladem jsou například „*soap opery*“<sup>1</sup> nebo pořady, které se týkají starosti o zdraví, domácnost či děti, tyto mediální obsahy jsou určeny primárně ženám. Pro muže jsou zase určeny obsahy, které se většinou zabývají mužskou tematikou, jako jsou

---

<sup>1</sup> *soap opery* nebo také „*mýdlové opery*“ jsou seriály charakteristické svým dějem, který je podobný každodennímu životu lidí. Tyto seriály byly primárně vysílány v dopoledních hodinách a byly určeny hlavně pro ženské publikum. (Baslarová 2008: s.65-83).

auta, nové technologie, sport, atd. Tato preference mužských nebo ženských uživatelů médií se projevuje také v časopisech (tištěných i webových).

## **2.5. Mužské a ženské časopisy**

Časopisy se obecně zaměřují na určitou specifickou skupinu lidí, proto jsou mnohdy rozdělovány na ženské a mužské. Rozdílnost je zřejmá už v reklamách, které obsahují nebo ve fotografiích, které u článků prezentují a samozřejmě v samotném textovém obsahu. Témata, která časopisy cílovým čtenářům nabízejí, jsou ovlivněna společenským systémem, tedy v kontextu genderu i jistými stereotypy.

V dnešní době čtenáři, díky rozvoji nových médií, jako je například internet, inklinují spíše k mediím elektronickým (Curran, Renzetti 2003: s.179-182). Jistý vzestup tudíž zaznamenávají také internetové časopisy, které se však svým obsahem od těch tištěných příliš neliší, jsou také většinou genderově stereotypní. Od tištěných časopisů je však odlišuje výhoda interakce, rychlá zpětná reakce ze strany čtenářů díky různým sekcím určeným pro diskuzi nebo i možnost přinášet aktuality po internetu rychleji než-li je dokáží zveřejňovat tištěná média.

## **2.6. Ženské časopisy jako prostředek mýtu krásy?**

Časopisy určené ženám jsou z hlediska genderu podstatně stereotypněji konstruované než mužské časopisy. Ženské časopisy mají jako základ feminitu, která stojí na fyzické kráse, vztazích, péči o rodinu a dalších stereotypních pilířích (Curran, Renzetti 2003: s.179-182). Mezi kategorie či rubriky, které nalezneme s velkou pravděpodobností v každém takovém časopise, patří krása, móda, vztahy a další (Valdrová 2001: s.185). Ženy jsou těmito časopisy tlačeny ke konzumerismu, kupují kosmetiku a módní oblečení a díky dalším takovým nástrojům získají toho pravého muže a dokáží si ho udržet (Binková 2004: s.1; Curran, Renzetti 2003: s.179-182).

Ženské časopisy krásu rozhodně neignorují, naopak mýtus krásy svými obsahy podporují a zprostředkovávají. Celková masová kultura, která je ženskými časopisy zprostředkovávána, je orientována pouze na ženu, tím se ženské magazíny liší od mužských, jelikož časopisy pro muže jsou charakteristické pojmáním kultury z pohledu více perspektiv (Wolf 2000: s.86). Podoba ženských časopisů není neměnná, transformují se společně s ženskou realitou. V dnešních magazínech takového typu najdeme rady, jak si udržet nebo získat muže svých snů, jak se dobře postarat o děti a rodinu, jak uvařit co nejlepší večeři, ale hlavně, jak být krásná (Jarkovská, Navrátilová 2004: s.129-133). Ženské časopisy se stávají zprostředkovatelem mýtu krásy. Téma krásy na nás křičí téměř ze všech stránek, článků a fotografií, ženy, které chtějí odpovídat této normě krásy udávané nejen ženskými magazíny, by se měly líčit určitou kosmetikou, oblékat se podle módního diktátu a chovat se podle jasných pravidel, to vše totiž vede k cíli, kterým je ideální muž (Curran, Renzetti 2003: s.179-182; Wolf 2000: s.89).

*„Mýtus krásy ve skutečnosti popisuje vzdělání, ne vzhled“* (Wolf 2000: s.16). Univerzální existence kvality zvaná krása, to je základní premisa konceptu tohoto mýtu. Každá žena chce této kvality dosáhnout, jelikož muži chtějí pouze krásné ženy. Krása a reprodukce jdou spolu ruku v ruce a muži chtějí ženy krásné, tedy ženy v reprodukci úspěšnější. Krása je mýtem, protože není objektivně existující, jedná se podle Naomi Wolf (2000) o prostředek k uchování dominantního postavení mužů, je konstruována kulturou, která ženám připisuje určitou hodnotu na základě jejich fyzického vzhledu a nutí je soupeřit mezi sebou (Wolf 2000: s.14-22).

V moderní společnosti je žena neustále nucena porovnávat se s „ženským ideálem“, který je na ni útočí ze všech stran. Mýtus krásy nestojí na sexualitě, jak by se zprvu mohlo zdát, ale vychází ze strachu mužů. Muži se cítí ohroženi svobodou žen a snaží se je neustále

obklopovat obavami, které ženy drží zpátky. Mýtus krásy také podpořila jistá odvětví průmyslu, ať už se jedná o kosmetický průmysl nebo plastickou (estetickou) chirurgii. Právě ony útočící „ženské ideály“ můžeme nalézt i v ženských časopisech, atakují ženy z fotografií, obálek časopisů a celé jsou posilovány reklamami kosmetických firem. Naomi Wolf (2000) krásu připodobňuje k nástroji určenému na mučení, zvanému Železná panna. Tento nástroj byla schránka, která vypadala jako postava a byla zvenku pomalována, aby připomínala mladou ženu, uvnitř schránky byly ale bodáky, které mučeného při jeho zavření, usmrtily (Wolf 2000: s.17- 20).

## **2.8. Mužské časopisy**

Pánské časopisy se těm, které jsou určeny ženám, příliš nepodobají. Jak jsem již zmínila, mužské časopisy pohlížejí na kulturu z více perspektiv, zabývají se nejen „světem mužů“ – ve smyslu žen, sexu a sportu, ale mnohdy v nich najdeme i informace o světovém dění, ekonomice, politice nebo cestování (Curran, Renzetti 2003: s.179-182; Wolf 2000: s.86). Podle Boniho (2002) pánské časopisy otevřely svým mužským čtenářům také prostor pro témata, která byla dříve společností vnímána jako výlučně ženská, takovými tématy byla například móda či kosmetika pro muže (Boni 2002: s.467-468).

Pro mužské časopisy je typické, že prezentují maskulinitu jako sociální konstrukt v každodenním životě a čtenáři v těchto časopisech hledají recept, jak se stát „správným“ mužem. V pánských časopisech najdeme ale například i články, které se týkají módy či vztahů, avšak vždy v pozadí stojí nějaká sexualita či drsnost (Řeháčková 2006: s.295).

## **2.9. Genderové stereotypy a jejich projevy v médiích**

Pojem stereotyp se pojí se zjednodušujícím či zobecňujícím označením a jeho význam může být pozitivní či negativní. Je to také konstitutivní prvek sociálně konstruované reality (Burton, Jiráček 2001:

s.197; Curran, Renzetti 2003:s. 20). Pokud automaticky spojujeme pohlaví ženy a muže s určitými vlastnostmi, jedná se o stereotypy genderové. Tyto stereotypy jsou předsudky, které vznikly na základě představy o tom, jak by se „správná žena“ měla chovat a jak by se naopak měl chovat „pravý muž“, tyto předsudky jsou zakořeněny hluboko ve společnosti a setkáváme se s nimi v každodenním životě, přičemž se nezabýváme tím, co je jedincům vrozené a co jim je předáno výchovou. Společnost se snaží muže i ženy udržet v jistých rolích, které ji vyhovují. Důsledkem společenských stereotypů je diskriminace. Na prezentaci našeho genderu neustále „pracujeme“ a nosíme určité účesy, oblékáme se jistým stylem atd. Pokud se jedinci nebudou chovat podle norem a pravidel, které jsou ve společnosti spojované s feminitou nebo maskulinitou, hrozí jim, že budou ostatními členy společnosti odsuzováni. Rozdělení společnosti na muže a ženy je základní kategorizací, kterou vytváří sociální řád. S genderovými stereotypy se setkáváme prakticky všude, na trhu práce, v jazyce a samozřejmě i v médiích (Jarkovská 2004: s.20-22). A právě této oblasti chci věnovat v této práci zvýšenou pozornost.

Genderové stereotypy v médiích se zrcadlí především v tématech, která jsou nám více či méně často podávána. Záleží na tom, která témata jsou brána jako ženská, a která jako mužská. Média ovlivňují náš pohled na to, jak má vypadat role ženy a role muže a ovlivňuje i to, co si pod slovy žena a muž představíme. V tom se skrývá velká moc, kterou média disponují (Kubálková 2009: s.3). Média také často pracují s konceptem binárních opozic, ztotožňují se se stranou jednou a stranu druhou vyvrací (Jiráček, Burton 2001: s.72-73). Toto tvrzení si jednoduše můžeme ukázat na binární opozici žena versus muž. Ženy jsou obvykle spojovány s domácností, pasivitou, závislostí, emocionalitou a krásou. Kdežto muži jsou spojováni s pravým opakem – s veřejným životem, aktivitou, samostatností a racionalitou (Valdrová 2010). Jak již bylo zmíněno, média

mají rozhodně vliv na společnost, jelikož ve svých obsazích stereotypy často šíří, ovšem podle Burtona a Jiráka (2001) stereotypy nejsou vytvářeny médii, ale vznikají v každodenním životě (Burton, Jirák 2001: s.197).

Česká média na ženu nahlíží jako na závislou na muži. Žena, která vystupuje v médiích, dbá o svůj vzhled a snaží se být pro muže přitažlivá, měla by být zároveň neprůbojná a tichá. Muž je v médiích prezentován jako osoba, jež hodnotí ženy, zaměřuje se na práci a sport a od péče o rodinu je zcela osvobozen. Pravá maskulinita je v médiích spojována s hrdinstvím, úspěšností na trhu práce, inteligencí a silou (Valdrová 2001: s.203).

### **3 METODOLOGIE**

V teoretické části pohlížím na společnost jako na sociální konstrukt, který je dotvářen také vlivem médií. Sociálním konstruktem je i gender, tedy sociální pohlaví každého člena společnosti. Gender je v různých společnostech a kulturách chápán a prováděn jinak a naplňování určitých generových rolí je také odlišné. S genderem a jeho předváděním se také pojí jisté stereotypní představy. Tyto představy se prolínají celou společností a přítomny jsou i v médiích. Cílem mého výzkumu bylo zjistit, jak se genderové stereotypy projevovaly ve dvou internetových časopisech, dámském magazínu Ona Dnes a pánském časopise Xman.

Můj výzkum stál na analýze dvou internetových časopisů, jednalo se, jak již bylo zmíněno, o Xmana a Ona Dnes. Zajímalo mne, jakým způsobem tyto dva časopisy ve svých textech mediálně prezentovaly ženy a zda byly v magazínech uplatňovány některé aspekty genderových stereotypů, a to nejen v publikovaných textech, ale i v samotném autorském složení těchto magazínů.

Výzkum byl postaven na dvou stěžejních částech, které byly propojeny právě tematikou genderových stereotypů. První a dominantní část mé práce se zabývala tím, jak časopisy Ona Dnes a Xman prezentovaly ve svých článcích a rozhovorech ženy. A v druhé části, která byla spíše doplňující, jsem se zajímala o to, zda bylo rozložení autorů/autorek v jednotlivých rubrikách na portálech Ona Dnes a Xman genderově stereotypní (např. do kategorie Krása psaly převážně jen samé autorky ženy a žádní muži, do kategorie Adrenalin zase ve většině pouze muži). Tato doplňující část poskytla komplexnější pohled na Ona Dnes a Xmana z perspektivy generových stereotypů.

Oba magazíny, Ona Dnes i Xman, spadají pod portál iDNES.cz. Ona Dnes je nejen internetovým magazínem pro ženy, ale vychází také jako příloha MF DNES v tištěné podobě. Obsah a rubriky se ovšem v tištěné a webové verzi liší. V mé práci analyzuji internetovou verzi tohoto magazínu, která je charakterizována jako „*magazín pro ženy, jaké opravdu jsou. Zajímavosti ze světa módy, krásy. Rady jak na dietu, vztahy a sex*“ (Unie vydavatelů 2013). Magazín Xman svou tiskovou alternativu nemá, jedná se o „*web pro muže, zahrnující články především o adrenalinových sportech, ženách, sexu a stylu*“ (Unie vydavatelů 2013), je charakterizován také jako „*web pro muže, kteří se nebojí žádné akce*“ (Unie vydavatelů 2013).

Zaměření na magazíny Ona Dnes a Xman bylo dáno i jejich nezanedbatelnou návštěvností a počtem čtenářů/čtenářek. Ženský magazín Ona Dnes týdně navštíví zhruba 308 tisíc lidí. Podle výzkumu návštěvnosti internetu, který provedla společnost NetMonitor pro období srpen 2014, mezi čtenáři mírně převažují ženy, kterých je 53%, mužů čtenářů je pak 43% (Čtenáři serverů skupiny iDNES.cz 2014). Pánský webový portál Xman navštíví asi 127 tisíc lidí týdně. Co se týče složení čtenářů, tak se svými 71% převažují muži (Čtenáři serverů skupiny iDNES.cz 2014).

### **3.1. Metoda**

Ve své bakalářské práci jsem využila metody kvantitativní i kvalitativní, tato kombinace metod se nazývá „*mix methods*“. Mix metod je poměrně novou metodou, kterou sociální vědy využívají (Creswell 2009: s.203-204). Data, která jsem použila pro kvantitativní i kvalitativní část byla stejná, byla sebrána ve stejnou dobu a výzkum obou částí proběhl paralelně.

Domnívám se, že kombinace kvantitativního a kvalitativního výzkumu byla pro mé téma vhodná volba. Část kvalitativní poskytla detailní analýzu genderových stereotypů, které byly obsaženy přímo ve vybraných publikovaných textech. Kvantitativní část rozšířila pohled na genderové stereotypy na obou portálech. Ukázala nám, jak se genderové stereotypy projevovaly v autorském složení jednotlivých rubrik portálů a jaká témata pro své články volili v magazínu Ona Dnes muži a v magazínu Xman naopak ženy – zjistila jsem, zda témata těchto textů genderové stereotypy nabourávaly nebo naopak posilovaly.

### **3.2. Kvalitativní výzkum: (Re)prezentace žen v textech magazínů Ona Dnes a Xman**

Tato výzkumná část byla v mé práci dominantní. Zabývala jsem se tím, jakým způsobem byly ženy v textech, které byly na Ona Dnes či Xmanovi publikovány, prezentovány. Zda zobrazování žen a práce s feminitou v těchto časopisech podléhala genderovým stereotypům, které ve společnosti vládnou, nebo zda se jim nějakým způsobem alespoň částečně vymykaly.

#### **3.3.1 Výzkumný vzorek**

Výzkumný vzorek jsem vybrala z článků a rozhovorů, které byly publikovány na portálech Ona Dnes a Xman v roce 2013. Rok 2013 jsem volila z toho důvodu, že jsem k němu měla k dispozici data a zároveň

budou výsledky, které z dat získám, stále ještě poměrně aktuální. Data, ze kterých jsem vybírala výzkumný vzorek, obsahovala názvy uveřejněných textů, jejich zařazení do rubriky, datum publikování a jméno autora/autorky a získala jsem je od redakce IDNESu, veřejně nejsou běžně dostupná. Důležitý byl pro mě soupis textů, které byly publikovány v rubrikách Styl a Rozhovory. Ke kvalitativní analýze jsem si ze soupisu vybrala celkem dvacet textů, deset z webu Ona Dnes a dalších deset z Xmana. Všechny články do výzkumného vzorku jsem vybrala systematicky.

Co se týče deseti rozhovorů z časopisu Ona Dnes, volila jsem rozhovory, které byly uveřejněny v kategorii Lidé, ta obsahovala za rok 2013 celkem sto čtyřicet devět rozhovorů a článků, vyřadila jsem obecné články a pozvánky na různé akce a z rozhovorů ty, které byly vedeny na určité téma a redaktoři a redaktorky dotazovaným nekladli obecnější otázky, tzn., že jsem vyřadila takové rozhovory, které se zabývaly například výhradně novým filmem, který daná herečka natočila apod. Poté jsem z „očistěného“ seznamu, který se skládal ze čtyřicet vhodných rozhovorů, vybrala každý čtvrtý rozhovor. V rozhovorech jsem se soustředila na pokládané otázky.

Články z Xmana jsem vybrala tak, že jsem ze sekce Styl, která obsahovala za rok 2013 tři sta devadesát čtyři článků o nejrůznějších tématech, například o slavných mužích, různých studiích, sexu, radách o vztazích, kultuře atd., vyřadila články, které se týkaly žen, tím myslím články, které se zabývaly jednou konkrétní ženou a její biografií. Pomocí této selekce jsem získala celkem deset článků, které odpovídaly mým požadavkům, a které jsem poté analyzovala. Soustředila jsem se na styl psaní, volbu slov i samotné příběhy žen.

### **3.3.2 Kvalitativní obsahová analýza**

Metoda, kterou pro tuto část použila, je kvalitativní obsahová analýza. Obsahová analýza je obecně považována za jednu z nejproduktivnějších technik sběru informací a je realizovatelná i jedním výzkumníkem. Zároveň je uplatnění této techniky široké a je vhodná pro srovnávání, jak masové prostředky referují o různých událostech (Disman 2007: s.168-169).

Tuto metodu jsem zvolila, neboť klade důraz spíše na latentní, tedy skrytý, význam textů. Zároveň je to také jedna z nejvíce používaných technik při provádění výzkumů, která se nezaměřuje na kvantifikaci a četnosti a nebere tyto aspekty jako důvod významnosti (McQuail 1999: s.309-310).

V textech jsem hledala a popisovala aspekty a projevy genderových stereotypů. Texty jsem pak kódovala podle stereotypních pilířů, na kterých ženské a mužské časopisy a vlastně celá společnost stojí, tyto stereotypy popisují v teoretické části (viz kapitola 2.6). Použila jsem metodu otevřeného kódování, kódy jsem si tedy vytvářela až při samotném čtení článků a rozhovorů. Pro kódování článků/rozhovorů jsem využila program MAXQDA.

### **3.3. Kvantitativní výzkum: Složení autorů/autorek magazínu**

#### **Ona Dnes a Xman na základě pohlaví**

V této části jsem se konkrétně zabývala tím, jaké bylo rozložení autorů/autorek na základě jejich pohlaví v jednotlivých rubrikách portálů. Zajímalo mne, zda se genderové stereotypy projevily také v autorském složení obou portálů.

### 3.3.1. Výzkumný vzorek

Výzkumným vzorkem mi byly texty, které byly publikovány na portálech Ona Dnes a Xman v roce 2013. Data, se kterými jsem pracovala, obsahovala názvy uveřejněných textů, jejich zařazení do rubriky, datum publikování a jméno autora/autorky a získala jsem je od redakce IDNESu, veřejně nejsou běžně dostupná. Oproti kvalitativní části zde ale využívám celý seznam uveřejněných textů ve všech rubrikách.

### 3.3.2. Hypotézy a operacionalizace

**H1:** Rozložení autorů/autorek v jednotlivých rubrikách na portále Ona Dnes je genderově stereotypní.

**H2:** Rozložení autorů/autorek v jednotlivých rubrikách na portále Xman je genderově stereotypní.

Za genderově stereotypní jsem považovala velmi malé autorské zastoupení jednoho pohlaví a naopak dominantní a převažující zastoupení pohlaví druhého. Konkrétně u H1 velké zastoupení žen autorek v jednotlivých rubrikách a naopak mizivé nebo velmi malé zastoupení mužů. U H2 tomu bylo přesně naopak, tedy velké zastoupení mužských autorů ve všech rubrikách Xmana a velmi málo publikovaných textů od ženských autorek.

### 3.3.3. Kvantitativní obsahová analýza

Metodu, kterou jsem v této části výzkumu použila, byla také obsahová analýza, ale konkrétně se jednalo o obsahovou analýzu kvantitativní. Kvantitativní analýza nám poskytuje objektivní výsledky, které nejsou ovlivněné postojem výzkumníka, zároveň je tato metoda vhodná k práci s velkým množstvím textů. Obsahová analýza výzkumníkovi poskytuje velmi dobrý popis zkoumaných mediálních textů. (Trampota, Vojtěchovská 2010: s.103-110).

V programu EXCEL jsem nejprve k mým základním datům přidala proměnnou Pohlaví, abych mohla články kódovat podle pohlaví autora/autorky. Tuto proměnnou jsem vytvořila na základě proměnné Autor, která již v základních datech byla. Pro novou proměnnou Pohlaví jsem si vytvořila celkem tři kódy, které označovaly určitý typ autora/autorky.

Kódem 0 jsem označila možnost, kdy byla autorkou daného textu na portále Ona Dnes nebo Xman žena. Kódem 1 byl označen autor muž. A nakonec kód 2 platil pro možnost, kdy nebylo možné určit, zda byl autorem/autorkou muž nebo žena, jelikož text sepsala redakce nebo autor/autorka článku používal/a místo jména přezdívku, zkratku či autor prostě nebyl znám.

Poté jsem data očistila od nepotřebných proměnných, jako byl název článku, adresa umístění na internetu, jméno autora/autorky a datum uveřejnění článku, které jsem pro můj záměr nepotřebovala. Můj soubor dat po úpravě obsahoval proměnné Magazín, Rubrika a Pohlaví.

Proměnnou Pohlaví, kterou jsem k datům vytvořila na základě uvedeného jména autora/autorky, jsem již popsala výše. Další proměnná Magazín obsahovala dvě varianty *ona* a *xman*, tyto dvě varianty označovaly, zda byl daný text umístěn a publikován na portále Ona Dnes (*ona*) či Xman (*xman*). Další proměnnou, která pro mě měla význam, byla proměnná Rubrika, která byla ve vztahu k proměnné Magazín. Kategorie proměnné Rubrika označovaly, do jaké rubriky byl daný text zařazen. Pro magazín Ona Dnes (*proměnná Magazín - ona*) byly varianty proměnné Rubrika *Děti, Fit, Krása, Lidé, Móda, Muži, Recepty, Vztahy* a *Zdraví*. Pro magazín Xman (*proměnná Magazín - xman*) byly varianty proměnné Rubrika *Adrenalin, Rozhovory, Sex, Styl* a *Holky*, přičemž varianta *Holky*, pro můj výzkum neměla smysl, jelikož obsahovala pouze jeden článek uveřejněný redakcí, proto jsem s touto rubrikou již dále nepracovala.

## 4 VÝSLEDKY A INTERPRETACE DAT

### 4.1. Kvalitativní výzkum (re)prezentace žen

Ona Dnes je internetový časopis pro ženy, který spadá pod portál idnes.cz. „*Magazín pro ženy, jaké opravdu jsou. Zajímavosti ze světa módy, krásy. Rady jak na dietu, vztahy a sex*“ (Unie vydavatelů 2013). Tak zní oficiální charakteristika tohoto časopisu, už v těchto dvou větách nacházíme projevy genderových stereotypů. Ženy jaké opravdu jsou – tím čtenář/čtenářka chápe, že opravdová žena je ta, co o sebe dbá, chce být krásná a jejím posláním je zlepšovat svůj fyzický vzhled, získat toho pravého muže a udržet si ho. Na Ona Dnes jsem analyzovala deset rozhovorů z rubriky Lidé. Už prvním překvapením pro mne bylo, že všechny rozhovory za rok 2013 uveřejněné v této rubrice, byly rozhovory pouze se ženami (proč tedy název Lidé a ne jen Ženy?) a autorkami všech těchto rozhovorů byly až na výjimky také většinou ženy. Jak uvádí Naomi Wolf (2000), většina ženských časopisů je psána právě převážně ženami, stává se z toho jakási čistě ženská problematika (Wolf 2000: s.86). Zajímavé bylo také sledovat, jaké ženy jsou pro rozhovory vybírány. Jednalo se převážně o ženy ze světa showbusinessu, jako herečky, zpěvačky, modelky či spisovatelky, i když se samozřejmě našly i výjimky jako rozhovory s političkami či manželkami slavných mužů.

Portál Xman opět spadá pod idnes.cz. „*Web pro muže, zahrnující články především o adrenalinových sportech, ženách, sexu a stylu*“ (Unie vydavatelů 2013). V oficiální charakteristice portálu opět vidíme stereotypní znaky. Ženy, sport a sex, to jsou klasická témata, kterými se muži ve společnosti zabývají. Fotografie či články, které zobrazují ženy jako sexuální objekty, nejsou na Xmanovi ničím neobvyklým. V sekci Styl na portálu najdeme samozřejmě články se stereotypní tematikou, ale také zde nalezneme různé zajímavosti ze světa, což jasně dokazuje, že mužské časopisy nejsou tak silně genderově stereotypně konstruované a

hlavním motivem tohoto magazínu není v tom, jak se zalíbit ženě a získat tu pravou, ale naopak poskytuje mužům rozptýlení, zábavu, ale i zajímavé informace mimo čistě mužská témata. Na portále Xman se předmětem mé analýzy stalo deset článků. Články o ženách, které jsem pro svou analýzu vybrala, mne překvapily. Pojednávaly totiž o životě historicky slavných a významných žen, a to nejen primárně těch ze světa showbusinessu, ale například bojovnic za ženská práva, či bojovnic proti alkoholu nebo rasové segregaci. Autorem článků byl muž, proto bude jistě zajímavé zjistit, jakým způsobem byly životy těchto žen sepsány.

#### **4.1.1. Analýza rozhovorů z Ona Dnes**

Podle Jany Valdové (2001) jsou ženy v rozhovorech obvykle tázány na partnerské vztahy, péči o rodinu a na svůj fyzický vzhled (Valdová 2001: s.197-203). Témata, která právě Valdová (2001) zmiňuje, se primárně zobrazovaly i v analyzovaných rozhovorech na Ona Dnes. Každý z rozhovorů byl doprovázen fotografiemi dotazované ženy a také Vizitkou, tedy krátkým informačním boxem, který obsahoval její důležité životní body a zlomy.

##### **4.1.1.1. Krása**

Jak jsem již zmiňovala v teoretické části, rubrika o kráse je opravdu přítomna v mnoha ženských časopisech, jinak tomu není ani u magazínu Ona Dnes. Při analyzování rozhovorů se mi potvrdilo, že se téma krásy prolínalo téměř všemi obsahy, které byly na tomto portále zveřejňovány. Fenomén krásy se objevoval samozřejmě i v rozhovorech. Rozhovor s herečkou Vicou Kerekes pracoval primárně s tématem krásy, což mohl čtenář poznat již ze samotného názvu rozhovoru *Často slyším, že jsem krásná, říká herečka Vica Kerekes* (Tichá 2013).

*„Slyšíte často, že jste krásná?  
Ano, to přiznávám.*

*Překvapujete mě.  
Proč?*

*Protože jsem čekala pózu ve smyslu – ano, možná jsem hezká, ale krásná ne.  
Proč bych to dělala?*

*Protože to většina krásných žen říká.  
Já jsem sama se sebou spokojená“ (Tichá 2013).*

Zde je dobře vidět, že, jak říká Naomi Wolf (2000), ve společnosti platí, že žena by svou krásu neměla hodnotit sama, ale měli by ji hodnotit jiní, tedy muži (Wolf 2000: s.14-16). Redaktorka dotazované už formou pokládané otázky naznačila, že ji považuje za krásnou, přesto ji ale překvapilo, že Vica Kerekes sebe samu jako krásnou hodnotila a nestyděla se to říci.

Rozhovor s modelkou Petrou Němcovou také pracoval s fenoménem krásy, dotazovaná žena je modelkou a „být krásná“ je takřka její pracovní povinností. V tomto rozhovoru se aspekt krásy spojoval nejen s hezkou tváří, ale také s dokonalým ženským tělem. Němcové byla pokládána otázka, zda si vůbec může dovolit tradiční vánoční jídlo, protože modelka by měla být vždy štíhlá (Kerberová 2013). Podle Curran a Renzettiho (2003) je ideál ženského těla tělo štíhlé (Curran, Renzetti 2003: s.517). Naomi Wolf (2000) říká, že ženské časopisy posilují útoky krásy, které v ženách probouzí pocity sebenenávisti, proto také téměř v každém ženském časopise najdeme tipy na diety či rady, jak zhubnout a vyrýsovat si tělo a otázky, podkládané na tomto téma nejsou v rozhovorech ničím výjimečným (Wolf 2000: s.89).

Další rozhovor, ve kterém se téma krásy vyskytovalo, byl se zpěvačkou Ewou Farnou (Červinková 2013).

*„Vy a šedá myš? Nejste na ni minimálně moc hezká?“ (Červinková 2013)*

I v tomto případě se do rozhovoru zapojil stereotyp krásy, i když toto téma na předchozí kontext rozhovoru, který se točil okolo pěvecké dráhy Farne, vůbec nenavazovalo.

Genderově stereotypní předpoklad, že by každá žena nebo dívka měla chtít zlepšovat svůj fyzický vzhled a chtít být krásná se objevoval v rozhovoru s herečkou Lindou Rybovou. Herečka je tázána na své dcery a redaktorka považovala za zvláštní, že dívky neláká módní oblečení a kosmetika (Havlíková 2013).

Dalším a posledním rozhovorem, ve kterém se poměrně ve velké míře řešila krása a fyzický vzhled, byl rozhovor s první dámou Ivanou Zemanovou. Manželce Miloše Zemana bylo položeno několik otázek, které se fyzického vzhledu přímo dotýkaly, například, zda chodí častěji na kosmetiku či do kadeřnictví nebo zda by si troufla na nějaký extravagantní účes. Ivana Zemanová byla také tázána, zda chystá změnu image jako překvapení pro manžela (Matějů 2013). Vzhled ženy je velmi důležitý i v manželství, podle Bourdieuho (2000) žena v dnešní době reprezentuje symbolický kapitál rodiny a právě péče o svůj vzhled a krásu v této reprezentaci hraje důležitou roli (Bourdieu 2000: s.89).

#### **4.1.1.2. Partnerské vztahy**

Získání ideálního muže a celkově muži a partnerské vztahy jsou další stereotypní témata, kterými se ženské časopisy zabývají. Portál Ona Dnes má dokonce samostatnou rubriku, která se vztahům věnuje. Platí zde však to samé, co u krásy, téma mužů a vztahů se prolínalo všude a výjimkou nebyl ani rozhovory, které jsem analyzovala. Redaktorky se běžně dotazovaných žen ptaly, zda jsou zamilované, jaké nároky mají na muže či jak se se svým partnerem seznámily. Při analyzování rozhovorů byl z pohledu genderových stereotypů nejzásadnější ten s Evou Vítkovou. Už v samotném titulku rozhovoru paradoxně ani nebylo jméno dotazované Evy Vítkové, rozhovor nesl

název *Manželka miliardáře Vítka: Radovan se vrací z práce domů přesně v pět*. Jak již název napovídá, celý rozhovor o čtyřech otázkách se točil okolo jejího manželství (Novák 2013). Zajímavé bylo, že právě zmiňovaný článek o Evě Vítkové byl jediný, jehož autorem byl muž, tento článek také ženu nejvíce prezentoval ve vztahu k muži. Můžeme domnívat, že právě mužské pohlaví autora má zásluhu na tom, že tato žena byla rozhovorem označena labelem jakési „profesionální manželky“<sup>2</sup> (Becker 1953: s.235-242). Veškeré ostatní role Vítkové byly zcela pohlceny společenskou nálepkou manželky miliardáře. Ukázka pod tímto odstavcem zobrazuje všechny otázky, které byly Evě Vítkové kladeny, je zde jasně vidět, že ani jedna z nich nebyla směřována pouze na její osobu a život. Zajímavá je z pohledu generových stereotypů hlavně otázka, která zjišťovala, zda na sebe Eva s manželem mají vůbec čas, když je její muž tak pracovně vytížen, přičemž se zaměstnaností manželky tato otázka žádným způsobem nepracovala.

*„Jak jste se s manželem seznámili?...Čím vás zaujal? ...Máte při vytížení vašeho manžela na sebe vůbec čas?...Jak spolu nejraději trávíte čas?...“*  
(Novák 2013).

Muži byli řešeni i v dalších rozhovorech, zpěvačka Ewa Farna byla například tázána, kdy se zamiluje a zda bude raději single než, aby byla s někým proto, že se to „má“ – v rozhovoru se objevila i stereotypní společenská očekávání, že žena hledá toho pravého muže, s čímž se pojily otázky, které zjišťovaly vlastnosti ideálního partnera atd. K tomuto stereotypnímu předpokladu o získání ideálního partnera směřují právě ženské časopisy, jak uvádí Jana Valdřová (2001) či další autoři.

Modelka Petra Němcová také neunikla otázkám, zda díky jejímu pracovnímu vytížení netrpí její soukromý život, protože pro ni musí být

---

<sup>2</sup> Podle Beckera (1953) je label jakási „nálepka“, která se stane součástí statusu jedince a překryje vše ostatní. Olabelován je jedinec majoritní společností (Becker 1953: s.235-242).

obtížné najít si partnera (Kerberová 2013). Samozřejmostí byla také otázka na vlastnosti ideálního partnera, tato otázka se objevila také v rozhovoru s Ewou Farnou (Červinková 2013). Anna Linhartová byla zase dotazována, zda by se již provdala za svého přítele a Kristýna Liška Boková odpovídala na otázky, jak to umí s muži a jestli se v tomto ohledu radí se svou maminkou (Grimmová 2013; Komůrková 2013).

Tématika partnerských vztahů se vyskytovala také v rozhovoru s Ivanou Zemanovou, kde byly některé otázky pokládány velmi genderově stereotypně. Dobrým příkladem byl způsob, jakým se redaktorka ptala na dobré a špatné vlastnosti manžela první dámy. Pokládaná otázka svou formulací spojovala dobré vlastnosti s obdivem a vlastnosti negativní s přáním změny a nikoli s negativním označením. Samotný název rozhovoru, tedy *Ivana Zemanová: obdivuji manželovu píli a rozhled, vadí mi jen kouření* (Matějů 2013) ukazoval vzhlížení manželky ke svému muži.

Otázky týkající se seznámení s manželem se vyskytovaly v rozhovoru s Anastázií Hagenovou (bývalá ukrajinská pornoherečka, která uprchla do České republiky, jelikož ji na Ukrajině hrozilo odebrání dětí). Než se Anastázia Hagenová dostala do finančních potíží, které ji dovedly až do pornoprůmyslu, provdala se za bohatého podnikatele, s kterým v té době provozovala časté bujaré večírky a nezávazný sex (Matějů 2013). V rozhovoru se v jedné z otázek redaktorka ptala, zda dotazované vadilo morální odsouzení okolí kvůli životnímu stylu, který s manželem vyznávali. Hagenová a její manžel byli na základě jejich stylu života, který byl společností považován za nevhodný, morálně odsouzeni, tedy stigmatizováni<sup>3</sup>. Hagenová na tuto otázku odpověděla, že

---

<sup>3</sup> Stigma je podle Goffmana (2003) známka morálního odsouzení ze strany majoritní společnosti, které se obvykle zobecňuje na celou osobnost stigmatizovaného jedince. Jedinec může být stigmatizován z mnoha různých důvodů, stigmatizace může probíhat na základě vzhledu, vlastností či například právě na základě životního stylu jedince (Goffman 2003: s.9).

s manželem odsouzení společnosti neřešili. Podle Goffmana (2003) se stigmatizovaní jedinci často snaží ve společnosti prezentovat jako někdo jiný, jako někdo, kdo stigmatem označen nebyl nebo se snaží své stigma držet v tajnosti (Goffman 2003: s.9).

#### **4.1.1.3. Péče o rodinu**

Jak tvrdí Renzetti a Curran (2003), další ze stereotypních pilířů, na kterých ženské časopisy stojí, je téma péče o děti a rodinu (Curran, Renzetti 2003: 179-182). Toto téma se zobrazovalo také v různých článcích v různých rubrikách na stránkách Ona Dnes, i když primárně je pravděpodobně pro toto téma určena rubrika Děti. Tématem dítěte a rodiny se zabýval hlavně rozhovor s Lenkou Hornovou (televizní producentka a moderátorka), která nedávno řešila krizi ve vztahu a neočekávané těhotenství – to jsou také dominantní témata rozhovoru, což značí již samotný název - *Lenka Hornová: Otěhotněla jsem při rozchodu, dítě jsem neplánovala*. V rozhovoru se redaktorka zajímala o to, jak dotazovaná producentka zvládá vychovávat dceru sama bez muže, který ji opustil (Syslová 2013).

Otázka rodiny a hlavně dětí se objevila také v rozhovorech s Ivanou Zemanovou, Petrou Němcovou a Anastázií Hagenovou. Všechny tyto ženy byly dotazovány, zda plánují děti, pokud je ještě nemají nebo zda se nebrání dětem dalším, pokud již nějaké mají. V uvedených případech téma dětí nijak nenavazovalo na předchozí kontext rozhovorů. Výjimkou byl rozhovor s Ivanou Zemanovou, kde se redaktorka na téma dětí dostala přes otázky týkající se manželství a rodiny. V tomto rozhovoru se projevovaly určité stereotypní představy o ženské doméně v péči o domácnost a rodinu. Autorka formulací otázky, zda manžel Zemanové pomáhá s domácností, projevila svůj postoj, že starost o domácnost náleží hlavně ženě.

#### **4.1.1.4. Práce a kariéra**

Žena dnešní doby je stále v sítích společenských očekávání a zažitých stereotypů, ovšem její emancipovanost je stále větší a větší. V dnešní době se v ženských časopisech neopomíjí ani práce a kariéra. V každém z analyzovaných rozhovorů byla nějaká informace o práci či kariéře dotazované ženy a to buď přímo v rozhovoru anebo ve Vizitce.

Častým jevem v rozhovorech byly otázky týkající se propojování kariéry a práce s partnerskými vztahy či rodinou. Například v rozhovoru s Petrou Němcovou se redaktorka zajímala o to, zda díky modelčině práci, která vyžaduje časté cestování, netrpí její osobní život v důsledku absence partnera. Jelikož je modelka „single“ a zatím ani nezaložila rodinu, bylo v rozhovoru více prostoru uvolněno pro otázky týkající se kariéry a pracovních aktivit. Herečka Linda Rybová je vdaná a s manželem má dvě děti, otázka práce se v rozhovoru řešila jen v souvislosti s rodinou, která byla v rozhovoru tématem číslo jedna, nešlo tedy o samotný zájem o momentální práci herečky, ale spíše o sladění zaměstnání s péčí o rodinu a domácnost. V rozhovorech byla většinou dávána přednost tématům, jako je rodina, manželství, děti či partnerské vztahy. Pokud dotazovaná žena byla bezdětná a bez partnera, zájem o práci a kariéru se zvýšil. Ukázalo se to nejen v rozhovoru s Petrou Němcovou, ale i v rozhovoru s Ewou Farnou, kde byla řešena její pěvecká kariéra.

#### **4.1.1.5. Shrnutí**

Podle Libory Oates-Indruchové (1999) časopisy pro ženy dávají najevo, že ženy mají stejné ambice jako muži, jsou ovšem omezeny společenskými očekáváními. Ženy své ambice mají realizovat jen v určitých oblastech společnosti, mají se starat o rodinu, vztah s partnerem a svůj fyzický vzhled (Oates-Indruchová 1999: s.137-140). To, v jakých oblastech by se ženy měly realizovat, ukazoval i magazín

Ona Dnes, jelikož ženám podsouval články a rozhovory s velmi genderově stereotypní tematikou. Stereotypní témata byla často v rozhovorech dominantní, jako například u Vici Kerekes krása, u Lenky Hornové péče o dítě nebo Evy Vítkové a Ivany Zemanové manželství. V rozhovorech s Ewou Farnou nebo Petrou Němcovou byla na tato stereotypní témata položeno alespoň pár otázek, u Farne a Němcové byl rozhovor téměř z poloviny o jejich práci, poté se ale stočil k jejich životům bez partnera, což bylo doprovázeno otázkami, kdy se zamilují, jaký by měl být jejich partner atd. Můžeme tedy říci, že pokud se rozhovory primárně netočily kolem krásy, rodiny či mužů, byla do nich tato tematika dodána formou pár položených otázek, které často nenavazovaly na předchozí kontext rozhovoru. Rozhovory neopomíjely ani téma práce a kariéry, což se nejvíce projevovalo v rozhovoru s Petrou Němcovou. Práce a kariéra dotazovaných žen byla často propojována s genderově stereotypními ženskými tématy, jako například sladování práce s péčí o domácnost či s nedostatkem času na hledání partnera atd.

#### **4.1.2. Analýza článků z Xmana**

Analyzované články byly psány formou biografie o životě vybraných ženách. V prvních odstavcích byl představen život ženy od narození, vzdělání, partnerských vztahů a v odstavcích následujících bylo rozebráno, čím je daná žena významná nebo známá a jaké skutky jsou s ní spojeny. I v takových biografických článcích můžeme najít projevující se znaky genderových stereotypů.

##### **4.1.2.1. Bojovnice**

Skoro ve všech článcích byly ženy zobrazovány jako bojovnice a hrdinky. Ženy, které byly pro články vybrány, bojovaly většinou proti nespravedlivému společenskému systému, který je nějakým způsobem diskriminoval.

V článku o Ellen Watsonové (žena, která žila na Divokém Západě a bojovala proti nespravedlnosti páchané ze strany mužů) byla Watsonová představena jako hrdinka, její prezentace byla ovšem specifická v tom, že byla za hrdinku označována, jelikož si „*troufla do světa drsných mužů*“ (Lorenc 2013<sub>e</sub>). Při takovém popisu hrdinství se jasně projevila genderová binarita. Muži jsou silní, drsní, stateční, ženy naopak slabé, křehké a pasivní, proto je žena, která si „troufla“ vystoupit ze svého světa pasivity a vstoupit do světa mužů, považována za hrdinku. Žena jako bojovnice byla v článku o Ellen Watsonové brána jako něco výjimečného, jako něco, co je ve společnosti neobvyklé. Úryvek z textu pod odstavcem jasně ukazuje přítomnost výše zmíněné genderové binarity. Právě zdůrazňováním výjimečnosti a abnormality, že Watsonová byla jiná než ostatním ženy, protože byla silná a dokázala se postavit osudu, Xman reprodukoval genderovou dualitu a stereotypy.

*„...Ellen Watsonová nebyla obyčejnou ženou. Byla to silná ženská, co se dokázala postavit osudu, který jí mockrát ukázal odvrácenou tvář“* (Lorenc 2013<sub>e</sub>).

Jako narušitelka generových stereotypů a zastánkyně ženských práv byla představena také trenérka japonského bojového umění Edith Garrudová.

*„Garrudová narušovala stereotypní obraz, podle něhož je muž aktivní, energický, odhodlaný, fyzický, zatímco žena pasivní, pohodlná a éterická“* (Lorenc 2013<sub>d</sub>).

Karen Silkwoodová (aktivistka, která bojovala proti nelegální činnosti výrobce jaderného paliva) byla také popisována jako bojovnice. Její aktivity za práva dělníků byly v textu spojovány s označeními Silkwoodové jako „potížistky“ nebo s adjektivy „zvědavá a nepohodlná“. Část článku o soudu mezi Silkwoodovou a korporací nesla dokonce název „*Všehoschopná běhna? Světice? Obyčejná ženská*“ (Lorenc

2013<sub>f</sub>). Podle Valdové (2001) je ženě, které nemá typicky ženské záliby, jak je tomu například právě u Silkwoodové, často upřena mužská galantnosti, což můžeme vidět i v použitých nadpisech či slovech, kterými autor hrdinku popisuje (Valdová 2001: s.196-202).

Další text, který zobrazoval ženu jako bojovnici, byl text o Carrie Nationové, která byla v biografickém článku prezentována jako bojovnice proti alkoholu (Lorenc 2013<sub>b</sub>). Zajímavé na následujícím úryvku je právě zmíněný „smutný pohled“, z textu je lehce cítit autorův postoj, že Nationová kazila zábavu mužům.

*„...Carrie Nationová systematicky ničila jak nábytek, tak především všechny láhve a pivní sudy, které za pultem našla. Alkohol tekł proudem po podlaze, byl to smutný pohled“ (Lorenc 2013<sub>b</sub>).*

Článek o herečce Thedě Bara vykresloval herečku jako ženu, která se nebála prosazovat svou sexualitu a nabořovala tak genderové konstrukty. Theda Bara ukázala, že žena může být dominantní a dokáže ovládat muže. Můžeme ji tedy nazývat bojovnicí za dominantní postavení žen. Zajímavý byl název článku, který označuje Thedu Bara za „ničitelku mužských životů“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>). Z tohoto slovního spojení lze vyčíst autorův genderově stereotypní postoj, že by dominance žen mohla ohrozit mužské životy. Zajímavé byly i názvy podkapitol článku jako „Zrození ženy-démona“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>) či „Noční můra mužů“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>), které předchozí tvrzení o ohrožení dominance mužů posilují.

Diskriminace ženy na základě barvy kůže se objevila v článku o Černé Mary, první černošské poštáče. Černá Mary je v textu popsána jako „nezastavitelná černá ženská s cigárem a puškou...dovedla si sjednat respekt...“ (Lorenc 2013<sub>c</sub>), propojuje se tu žena v roli bojovnice s negativním popisem jejího vzhledu.

Další článek, který zobrazoval ženu v obdobném kontextu jako Černou Mary, byl článek o Rose Parksové (ikona amerického protirasistického hnutí), ten se také zabýval bojem proti rasové segregaci a Rosa Parksová v něm byla vyobrazena jako hrdinka měnící dějiny a jako žena, která bourala genderové stereotypy dané doby (Lorenc 2013<sub>h</sub>).

*„...nemyslela si však ani, že se smysl života žen musí vyčerpávat přípravou sendvičů pro pány krbu a péčí o děti. Byla členkou Sociálního a politického svazu žen, bojovné organizace za právo žen volit“ (Lorenc 2013<sub>h</sub>).*

Zajímavé je v ukázce, která je uvedena výše, autorovo označení muže jako „*pána krbu*“ (Lorenc 2013<sub>h</sub>), které prezentuje muže jako hlavu rodiny. Z kontextu textu nemůžeme naprosto jistě určit, zda autor toto spojení používá s nádechem ironie nebo nikoliv. Každopádně spojení „*pán krbu*“ označuje symbolické nerovnosti a stereotypní postoj společnosti. Muž je ten, kdo v rodině rozhoduje a má hlavní slovo, žena pak zajišťuje její fungování skrze péči o děti a manžela.

Jako odlišný typ bojovnice byla zobrazována Helen Kellerová, autor článku Kellerovou vykreslil jako bojovnici proti vlastnímu osudu, který ji postihl slepotou a hluchotou. Kellerová nicméně bojovala i proti nespravedlivému státnímu systému, bojovala za volební právo žen, za mír a za práva a pomoc slepým lidem (Lorenc 2013<sub>g</sub>).

#### **4.1.2.2. Sexualita a fyzický vzhled**

I když byly ženy často popisovány jako bojovnice, stále se v podtextu skrýval jistý genderově stereotypní způsob vyobrazení, který se, v některých případech, nevymezil od vnímání ženy jako sexuálního objektu, jak ostatně ilustruje následující ukázka, kde byl vzhled herečky Franci Rameové popsán spojením „*blond'atá sexbomba*“ (Lorenc 2013<sub>a</sub>).

*„Unesli ji, mučili a znásilnili. Přesto neuhnula ani o krok. Blond'atá sexbomba, později noblesní paní se sžíravým sarkasmem tepala do vlády, továreníků i katolické církve“ (Lorenc 2013<sub>a</sub>).*

Co se týče vnímání ženy jako sexuálního objektu, dobrým příkladem se stal článek o herečce Thedě Bara, v tomto článku byla herečka vykreslena jako žena, která využívala své fyzické krásy a sexuality, aby mohla ovládat muže (Lorenc 2013<sub>i</sub>).

*„Byla prvním masovým sexuálním symbolem, můžeme říci bez nadsázky. Erotickou bohyní, která na plátně němého filmu doháněla muže k podřízenosti, aby z nich vysála peníze, důstojnost a nakonec i život ...“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>).*

Popis fyzického vzhledu této krásy byl v článku velmi silně spjat s její sexualitou.

*„Exotický zjev, hluboké tmavé oči, excentrická, polonahá, ňadra ji ve filmech jen zběžně zakrývaly průhledné látky či šperky...“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>).*

V článku najdeme také projevy dvojího morálního standardu, kdy žena, která projevuje svou sexualitu, je společností odsouzena. *„Symbolizovala odvrácenou, neřestnou a nemorální stránku života“ (Lorenc 2013<sub>i</sub>).* Jak tvrdí Tannenbaum (2008) u společenského vnímání sexuality žen a mužů existuje značný rozdíl, který můžeme nazvat dvojím morálním standardem. Pokud žena veřejně projevuje svou sexualitu, obléká se vyzývavě, střídá partnery atd., je často společností odsuzována. Pokud má více partnerek muž, společnost ho nevidí jako promiskuitního, nýbrž jako správného muže (Tannenbaum 2008: s.209-213).

Sexualita, fyzický vzhled i stereotypní feminita byla ostatně témata, která se v článkách vyskytovala poměrně ve velké míře. Například článek o Violette Morrisové pracoval se sexualitou již v samotném názvu článku:

*Violette Morrisová: lesbička, závodnice a Gestapácká hyena (Lorenc 2013j).* Label lesbičky v samotném názvu se poté promítal celým článkem, ve kterém je Morrisová prezentována jako „anti-žena“:

*„...Kouřila tři krabičky cigaret denně, klela a chodila v mužských oblecích“  
(Lorenc 2013j).*

*„...Tak či tak se vydala na sportovní dráhu, kterou si vykolíkovala velmi rozšafně a která víc než často zabrousila i do prostoru, který byl dominantně mužský“ (Lorenc 2013j).*

*„...Do mužského světa vyjela na plný plyn a bez jakéhokoli respektu, rozhodně nedávala přednost v jízdě“ (Lorenc 2013j).*

Hned na samotném začátku článku autor uvedl, že si Morrisová nechala odoperovat prsa kvůli dráze motorkářky a podle výše zmíněných úryvků je jasné, že se převlékala do opačného genderu (Lorenc 2013j). Morrisovou bychom tedy mohli považovat za transgender osobu, ale ze samotného titulku článku vyplývá, že autor Morrisovou považoval za lesbu. Stereotypní spojování leseb s negativními konotacemi a „neženstvím“ je patrné například z popisu vzhledu Morrisové, který se například od popisu Framci Rameové velmi lišil.

*„Měla široký nos, býčí šiji, krátce střížené vlasy učesané na patku.  
Ramena jako kovář, podsaditou, robusní postavu“ (Lorenc 2013j).*

Bylo zajímavé, že způsob popisu fyzického vzhledu hrdinky článku, čtenáři už často dopředu prozrazoval, zda bude na ženu v článku nahlíženo pozitivně či negativně. Důležitý byl styl a volba slov, které byly k popisu vzhledu použity, a které u některých žen feminitu podtrhovaly a u jiných žen feminitu naopak potlačovaly.

*„Sto osmdesát centimetrů vysoká a osmdesát kilo vážící žena v puritánsky strohém oděvu a s blesky v očích naháněla strach už sama od*

sebe...“ (Lorenc 2013<sub>b</sub>) - takovým způsobem byla popsána Carrie Nationová, bojovnice proti alkoholu a zastánkyně ženských práv, která je v textu prezentována jako přísná puritánka (Lorenc 2013<sub>b</sub>).

Pokud se žena vměšovala do mužských společenských okruhů a byla odvážná, byl její vzhled často popisován jako „neženský“.

*„...měřila 182 centimetrů, vážila přes 90 kilo, měla ohromnou sílu a kůži černou jako spálená prerie...nehleděla na módní diktát ani na dámské způsoby. Vyčnívala hlavně pro své sebevědomí: byla černá, navíc žena, ale chovala se jako bílý chlap!...“* (Lorenc 2013<sub>c</sub>)

#### **4.1.2.3. Oběti**

Ženy v člancích nebyly zobrazované pouze jako bojovnice nebo hrdinky, ale i jako oběti, i když tato role žen nebyla v člancích dominantní. Zajímavý je například úryvek z článku o herečce France Rameové.

*„...Že ji tři z únosců postupně znásilnili, neřekla ani svému partnerovi. Poprvé to sdělila až po dlouhých letech, vytrysklo to zevnitř její osobnosti jaksi samo od sebe při jednom z jejích monologů na jevišti“* (Lorenc 2013<sub>a</sub>).

Franca se stala obětí znásilnění, ale za to, co se jí stalo, se styděla (Lorenc 2013<sub>a</sub>). Ukazuje to na strach ze společenské stigmatizace, tedy morálního odsouzení společností (Goffman 2003: s.9). Znásilněná žena trpí pocitem zneuctění a degradace a mnohdy se bojí svou zkušenost sdělit někomu dalšímu (Říčan 1999: s.91-93). Ve společnosti stále najdeme stereotypní mýty o znásilnění, která říkají, že žena, která nechce, tak znásilněna být nemůže.

#### 4.1.2.4. Manželky a matky

V člancích byly ženy popisovány i jako manželky a matky. Pokud byla žena popisována jako ta, která byla ve vztahu dominantní, článek vykazoval negativní náznaky, že žena by neměla být muži nadřazena. V následující ukázce z článku o Carrie Nationové je jasně patrný negativní pohled autora na situaci, kdy žena instruuje muže před ostatními muži, podrývá tak jeho autoritu, což odkazuje opět ke genderově stereotypnímu názoru, že muž je ve vztahu dominantní a žena pasivní a submisivní.

*„...Se sebejistou dominancí psávala svému muži jeho kázání, která často prokládala výpady proti tabáku a kořalce. Musela být k nesnesení, v kostele sedávala v první řadě a před manželovými farníky jej instruovala“*  
(Lorenc 2013<sub>b</sub>).

Lehce ironický postoj autora byl cítit z konce článku o herečce Thedě Bara, kde se hrdinka článku vzdá svého svobodného a dominantního stylu života a usadí se jako poslušná manželka (Lorenc 2013<sub>i</sub>).

*„...Byla věrná, pečující, starala se o dům a na manželovo přání se dokonce stáhla z filmu, protože se podle něj neslušelo, aby vdaná žena pracovala. Ironický konec ženy – krotitelky mužů...“* (Lorenc 2013<sub>i</sub>).

#### 4.1.2.5. Shrnutí

Xman si pro své články vybral ženy, které bychom nečekali. Vybral si totiž ženy, které jsou z různých důvodů historicky významné, problém byl však v prezentaci těchto žen. Časopis Xman v analyzovaných člancích prezentoval hrdinky článků jako „abnormální“, „jiné“ či „netypické“, čímž přispěl k reprodukci generových stereotypů ve společnosti. Při porovnávání témat, se kterými pracoval magazín Ona

Dnes a Xman, jsem došla ke zjištění, že stereotypní témata, která nacházíme na Ona Dnes, se vyskytovala i v Xmanovi. Například téma krásy, které se projevovalo také častým popisem fyzického vzhledu hrdinek článků. Zajímavé bylo, že pozitivní či negativní postoj autora k dané ženě, o které zrovna článek byl, ovlivnil slova volená k popisu jejího fyzického vzhledu, popis vzhledu byl také ovlivněn tím, zda se daná žena vměšovala do mužských společenských okruhů či nikoli. V biografických člancích byly také zmíněny partnerské vztahy žen a jejich rodinné vazby. Primárně však byly řešeny skutky, díky kterým jsou tyto ženy považovány za známé a tím se články od rozhovorů na Ona Dnes lišily.

#### **4.1.3. Závěrečná zjištění**

Ve společnosti stále rozdělujeme svět na mužský a ženský, každý z těchto světů má svá specifická témata, která danou skupinu zajímají. Toto rozdělování společnosti se projevuje i v časopisech (Valdrová 2001: s.185). Výsledky analýzy ukázaly, že ženské časopisy jsou více genderově stereotypně konstruované než časopisy mužské, a to jak z pohledu probíraných témat, tak i z perspektivy sestavení rubrik. V analyzovaných rozhovorech byly pokládány otázky víceméně genderově stereotypní. V rozhovorech se ženami v ženských časopisech či pořadech se většinou neřešila problémová témata jako nezaměstnanost, politické dění a další. Ženy obecně bývají tázány na témata, jako je krása či sladování rodinného a pracovního života (Valdrová 2001: s.197). Nejinak tomu bylo i v analyzovaných rozhovorech. Například téma krásy bylo na Ona Dnes v dominantní pozici. Krása se společností považuje za ženské téma. Žena by ovšem svou krásu neměla hodnotit sama, ale její okolí, konkrétně muži, kteří také definují normu krásy (Valdrová 2001: s.191). Média také ženy spojují s domácností a péčí o děti, tato témata se projevila i v jednom z analyzovaných rozhovorů. Kdybychom se ale chtěli podívat mimo

rozhovory a hledat stereotypní roli ženy jako hospodyňky, tak v časopise Ona Dnes nalezneme například rubriku Recepty či Děti, ve kterých jsou témata péče o domácnost a potomky primárně řešena. Ženské časopisy se částečně přizpůsobují i změnám role ženy ve společnosti a jejich větší sebedůvěrou (Curran, Renzetti 2003: s.179-182). Ona Dnes rozhodně bere v potaz i jistou emancipovanost žen, jejich vzdělání a kariéru, ale primárně pracovní život žen až na výjimky v rozhovorech rozebírán nebyl.

Mužské časopisy jsou od těch určených ženám odlišné, jelikož se nezabývají jen tématy, která se točí kolem mužů, ale píší i o komplikovanějších tématech, ať už o politice či o seriózních společenských problémech (Curran, Renzetti 2003: s.179-182; Wolf 2000: s.86). To, že mužské časopisy nejsou orientované jen stereotypně, platí i pro Xmana. Xman má dvě strany, jedna je typicky „mužská“ – tím myslím témata jako sex, ženy, auta, sport, adrenalin. Na druhou stranu na tomto portálu najdeme i články o světových událostech, kultuře, o různých zajímavostech či významných lidech. Částečně obecnější zaměřenost časopisu se projevila i při výběru žen, o kterých články pojednávaly, jednalo se o historicky významné ženy a nikoli o ženy, jejichž hlavní předností byl sex-appeal a krása. Ovšem, i když se články primárně zaměřovaly na skutky svých hrdinek, čtenář v nich mohl pozorovat genderově stereotypní aspekty. Specifický výběr žen pro analyzované články mohl čtenáře dovést k názoru, že se články na první pohled snaží vypadat poněkud feministicky a snaží se vymezit vůči genderovým stereotypům a prezentovat ženy poněkud jinak, než bychom v pánském časopise čekali. Ženy však byly v článcích prezentovány jako „netypické“ a „abnormální“, právě zdůrazňováním jinakosti těchto žen články paradoxně genderové stereotypy podporovaly. Skrytě ukazovaly, že typická žena není ani bojovnice, ani silná. Ženy v článcích sice byly prezentovány jako hrdinky, ale to převážně kvůli tomu, že vstupovaly do mužských záležitostí, což bylo jistě v dané době statečné, ovšem styl,

jakým byly tyto informace v článcích podávány, vykazovaly jistý genderově stereotypní postoj autora. Žena s netypicky ženskými zájmy je automaticky narušitelkou hranic „mužského světa“ a díky její aktivitě jí hrozí, že přestane být její ženskost muži reflektována (Valdrová 2001: s.196-203). Ona Dnes je magazín, jenž pracoval s genderovými stereotypy přímo, nesnažil se je překračovat. Xman se snažil v analyzovaných článcích působit vůči společenským stereotypům imunně, což se při detailnějším pohledu příliš nedařilo.

## 4.2. Kvantitativní výzkum složení autorů

Tato část poskytuje výsledky složení autorů na základě pohlaví v magazínech Ona Dnes a Xman. Výsledky z těchto dat nám pomohou určit, zda je složení autorů/autorek v magazínech genderově stereotypní nebo není.

### 4.2.1. Autorské složení Ona Dnes

**Tabulka 1. Četnosti jednotlivých variant proměnné Pohlaví v jednotlivých rubrikách magazínu Ona Dnes (N=1466).**

Ona Dnes	Ženy	Muži	Neurčeno	Celkem
Děti	130	2	12	144
Fit	83	2	6	91
Krása	113	0	5	118
Lidé	140	6	3	149
Móda	268	4	17	289
Muži	31	4	2	37
Recepty	203	11	11	225
Vztahy	140	4	22	167
Zdraví	231	8	7	246

*Zdroj: Data Ona Dnes a Xman, IDNES*

Co se týče ženského magazínu Ona Dnes a článků za rok 2013, které jsem analyzovala, tak celkem bylo ve všech rubrikách publikováno tisíc čtyři sta šedesát šest článků, z toho 91,34% těchto článků bylo sepsáno ženami, u 5,86% článků nebylo možné pohlaví autora přesně určit a pouhých 2,8% článků napsali muži. Z tabulky č.1 je patrné, že ženy se autorsky na magazínu Ona Dnes podílely markantně více než muži, proto jsem se v interpretaci zaměřila na to, do jakých rubrik na Ona Dnes publikovaly a jaká témata si pro články vybíraly a zda jejich výběr nějakým způsobem nabourával genderové stereotypy.

Autoři mužského pohlaví svými články přispívali velmi málo. Nejvíce muži publikovali do rubriky Recepty, kde uveřejnili celkem jedenáct článků, což je významně větší číslo než počty článků v ostatních

rubrikách. Muži do této rubriky přispívali „čtenářskými recepty“, což jsou recepty čtenářů/čtenářek magazínu Ona Dnes, které jsou na portále uveřejňovány. Ukazuje se, že vaření již není čistě ženskou doménou, naopak v dnešní době se na vaření v rodině podílí i muži, pro které je to spíše hobby než povinnost (Adler 1881: s.45-54).

Další významnou rubrikou byla z opačné perspektivy rubrika Krása, kde se muži nepodíleli ani jedním publikovaným článkem, což značí stereotypizaci krásy jako ženské domény. Rubriky Vztahy, Móda a také Recepty, kde u poměrně velkého množství článků nelze určit pohlaví autora/autorky, jelikož byly dané články sepsány redakcí, kde nemůžeme určit pohlaví autora/autorky.

V rubrice Děti se mužští autoři podíleli velmi zanedbatelnou částí, pouhými dvěma články. Oba tyto články pochází z blogů a oba řešily roli otce a související každodenní zkušenosti, nejednalo se tedy o žádné rady ani tipy (např. o výchově dětí), jak tomu bylo u jiných článků v této rubrice, které byly publikovány ženami.

Stejně četnostní zastoupení autorů mužů bylo také v rubrice Fit, jeden z článků vyprávěl příběh čtenáře o jeho boji s nemocí, druhý článek popisoval život známé sportovkyně. Ženy se naopak zabývaly psaním tipů, jak se zdravě stravovat, zhubnout nebo vyrýsovat postavu. Ženy jsou ve společnosti „mučeny“ ženským ideálem, který na ně útočí ze všech stran a ony se mu neustále snaží vyrovnat nebo alespoň přiblížit (Wolf 2000: s.17). Paradoxem bylo, že většinu těchto článků si ženy v magazínu Ona Dnes pro sebe psaly samy.

Rubrika Lidé byla zastoupena čtyřmi články od mužských autorů. Tyto články pojednávaly, jak o ženách z oblasti umění či politiky, tak o ženách, které se živily například hraním v seriálech. Nevyskytoval se zde tedy žádný specifický výběr dotazovaných, který by byl odlišný od textů ženských autorek.

Většina textů publikovaných v rubrice Móda byla psána ženami a tématicky se zabývaly kosmetikou a oblečením. Texty od mužských autorů byly odlišné svou rozmanitostí, rozšiřovaly téma módy o například trendy v bydlení atd., což ukázal např. článek o zařizování bytu podle živilů.

V rubrice Muži byly většinou články o mužských touhách či co muže odradí a podobně. Muži se ale opět podíleli na článcích, které tyto tipy a rady nepřinášely. Mezi texty mužských autorů byl například biografický článek o slavném herci či příběhy z každodenního života mužů.

Poslední rubrika Vztahy obsahovala různé tipy, jak si udržet vztah, rady, ankety nebo příběhy žen, které v článcích líčily své partnerské příběhy. Muži se podíleli na článcích, které se od těch ženských nijak nelišily.

Výsledky analýzy ukázaly, že ženy se autorsky na textech magazínu Ona Dnes podílely daleko více než muži. Dominantní zastoupení žen se potvrdilo ve všech rubrikách. Rubriky a informace, které časopis Ona Dnes čtenářům/čtenářkám poskytuje, jsou velmi genderově stereotypní a muži se do publikování článků na tato témata příliš nehrnuli.

Muži se nejvíce projevovali v rubrikách, o kterých nemůžeme říci, že by se týkaly pouze ženské problematiky, jednalo se o Zdraví a Recepty. Muži se často zaměřovali na témata, která se neprojevovala striktně jako pouze ženská.

Jelikož nám šlo o autorské zastoupení žen a mužů a v naprosté většině autorsky do magazínu Ona Dnes přispívaly ženy a zastoupení mužů bylo takřka mizivé, hypotézu přijímám.

#### 4.2.2. Autorské složení Xman

**Tabulka 2. Četnosti jednotlivých variant proměnné Pohlaví v jednotlivých rubrikách magazínu Xman (N=441).**

Xman	Ženy	Muži	Neurčeno	Celkem
Adrenalin	13	56	0	69
Rozhovory	9	20	3	32
Sex	17	6	2	25
Styl	90	130	95	315

Zdroj: Data Ona Dnes a Xman, IDNES

Tabulka č. 2 ukazuje četnostní zastoupení autorů podle pohlaví v jednotlivých rubrikách na pánském internetovém magazínu Xman. Tabulka neobsahuje rubriku Holky, ve které byl za rok 2013 publikován pouze jeden článek, autorem tohoto článku byla redakce. Je na první pohled patrné, že autory článků na Xmanovi byli většinou muži, kteří publikovali celkem 48% textů, ženy se ovšem podílely méně zanedbatelnou mírou, než tomu bylo u magazínu Ona Dnes a staly se autorkami 29,4% textů, u 22,6% textů pak nemůžeme určit pohlaví autora.

Velmi významnou rubrikou byla rubrika Sex, kde se ženy dokonce podílely autorsky výrazně více než muži. Nejvíce k této převaze žen přispěla autorka, která publikovala pod pánským pseudonymem Karel Pešek. Sex v médiích, tedy i v časopisech, bývá mužskou doménou, muži by tedy nemuseli brát „vměšování“ ženy autorky pozitivně a vážně. Ženy v této rubrice nejvíce psaly články, které dávaly tipy a návody a představovaly ženskou sexualitu mužům.

Zajímavá byla také rubrika Adrenalin, kde už se ženy podílely menší mírou, ovšem články, které jimi byly publikovány, ve valné většině mapovaly přípravy a sportovní výkon cyklistické závodnice Radky. Články tedy nebyly tak rozmanité, jak tomu bylo v jiných rubrikách.

Rubrika Styl byla velmi zajímavá už z hlediska autorského složení, které bylo poměrně vyrovnané. Tato rubrika měla široký záběr témat, vyskytovaly se zde biografické články, texty pojednávající o zdraví, kulturní novinky ze světa atd. Při pohledu na články, které do této rubriky publikovaly ženy, zjistíme, že se nesoustředily pouze na čistě ženská stereotypní témata a neposkytovaly ani příliš rad „jak na ženy“. Témata jejich článků byla stejně rozmanitá jako články mužských autorů.

Poslední rubrikou byly Rozhovory, kde ženy publikovaly nejmenší počet článků, což ale nebylo významné, jelikož tato rubrika byla poměrně málo zastoupena i ze strany mužů. Samotná rubrika byla zajímavá v tom, že obsahovala rozhovory s muži i se ženami, což byl jasný rozdíl od magazínu Ona Dnes, kde veškeré rozhovory byly vedeny pouze se ženami. Výběr dotazovaných byl také zajímavý, nešlo jen o hvězdy showbusinessu, ale jednalo se převážně o sportovce, managery, umělce aj. Ženy ve výběru nebyly nijak specifické, mezi rozhovory od mužů a žen jsem nesledovala žádný rozdíl.

Rubriky, které na Xmanovi najdeme, jsou skutečně stereotypně laděné, očekávali bychom, že autory článků v těchto rubrikách budou většinou muži, ale není tomu tak. Složení autorů/autorek článků v jednotlivých rubrikách bylo ve většině poměrně rovnoměrné, nedošlo tedy k situaci, že by se ženy se svými články staly malou a zanedbatelnou součástí. Větší aktivita žen v tomto pánském magazínu byla dána také širším spektrem témat, které Xman nabízí. Jak již bylo zmíněno, pro mužské časopisy je typické, že se nezabývají pouze mužskou stereotypní tematikou, ale poskytují čtenáři i spoustu novinek a zajímavostí ze světa (Curran, Renzetti 2003: s.179-182). Ženy se v člancích, které na Xmanovi publikovaly, nezabývaly pouze stereotypně ženskými tématy, například v rubrikách Styl a Rozhovory se témata jejich článků nijak specificky neodlišovaly od článků publikovaných muži.

U magazínu Xman hypotézu zamítáme, jelikož zastoupení mužů – autorů nebylo tak dominantní jako u magazínu Ona Dnes a v rubrice Sex dokonce více přispívaly ženy než muži, čímž se předpoklad genderově stereotypního složení Xmana rozpadl.

### **4.3. Propojení shrnutí**

Genderové stereotypy v médiích se neprojevují jen v samotných obsazích, která nám média zprostředkovávají, ale jak můžeme vidět v kvantitativní části výzkumu, genderová stereotypizace se projevila i v samotném složení lidí, kteří se na tvorbě mediálních obsahů podílí. Ženy se většinou automaticky stávaly autorkami mediálních obsahů, které byly primárně určeny ženským čtenářkám. A nejinak tomu bylo i u mužů a mužských témat.

U kvalitativní části výzkumu se ukázalo, že analyzované rozhovory z portálu Ona Dnes byly velmi genderově stereotypní. Dominantními tématy v rozhovorech byla krása, vztahy a děti a nebyly nalezeny žádné známky o nabourávání těchto stereotypů. Analyzované články z Xmana byly méně genderově stereotypní, ale na základě analýzy nemůžu říci, že by se vůči nim zcela vymezovaly. Menší genderovou stereotypizaci dokazoval také výběr žen, o kterých články pojednávaly. Naopak popis těchto žen a dokazování jejich jinakosti a odlišnosti genderové stereotypy podporovalo.

Kvantitativní část výzkumu byla sice doplňková, ale také podstatná. Při pohledu na články, které byly publikovány muži na Ona Dnes a ženami na Xmanovi, bylo zjištěno, že články od mužů se svou tematikou od stereotypů distancují nebo je alespoň neposilují – muži se ve svých článcích často zaměřovali spíše na přinášení nových informací z oblastí zdraví či kultury. Ženy se v publikování článků na Xmanovi také nedržely pouze tradičních ženských témat, což se projevilo v některých rubrikách. Ženy se ale od stereotypů nedistancovaly ve všech případech,

publikovaly totiž také články, které poskytovaly mužům rady „jak na ženy“. Většina těchto článků byla sepsána autorkou, která psala pod mužským pseudonymem. Kvantitativní část výzkumu poskytla komplexnější pohled na texty uveřejněné na obou portálech.

Kvantitativní část výzkumu dobře doplnila tu kvalitativní ve smyslu, že Xman je opravdu méně stereotypní a to nejen z perspektivy článků, které prezentoval a jakým způsobem vyobrazoval ženy, ale i z pohledu samotného autorského složení. U magazínu Ona Dnes se naopak i doplňující kvantitativní částí potvrdilo, že tento ženský časopis byl genderově stereotypní nejen svými obsahy, ale i samotným zastoupením publikujících autorů/autorek, kterými byly v naprosté většině ženy.

## 5 ZÁVĚR

Hlavním cílem mé práce bylo zjistit, zda se genderové stereotypy prolínají také analyzovanými webovými magazíny, a pokud ano, tak jakým způsobem se tyto stereotypy v magazínech projevují. Do výzkumu jsem vstupovala s názorem, že oba magazíny budou jistě podléhat genderovým stereotypům, jelikož tyto stereotypy jsou ve společnosti tak zakořeněné, že se jim snad vyhnout ani nejde. Po provedení analýzy se mi mé předpoklady potvrdily částečně.

Ona Dnes byl magazín skutečně velmi genderově stereotypní, a to jak z pohledu rozvržení rubrik, tak i textů, které byly v rubrikách publikovány. Většina textů, které jsme na tomto portále našli, pracovalo s tématy krásy, mužů, dětí atd. Co se týče analyzovaných rozhovorů, ženy byly převážně dotazovány právě na tato genderově stereotypní témata. Stereotypy se neprojevovaly jen v obsazích magazínu, ale také v samotném autorském složení. Autorkami publikovaných textů byly ve valné většině ženy. Muži na Ona Dnes publikovali velmi málo, jejich články však nepodléhaly genderové stereotypizaci tolik, jako texty od ženských autorek.

Xman také vykazoval aspekty genderových stereotypů, jejich znaky jsme mohli najít převážně v pojmenování rubrik (např. Holky, Sex atd.), nicméně texty, které Xman publikoval, měly rozhodně širší záběr témat, která šla někdy i mimo „mužský svět“. Zajímavá byla hlavně prezentace žen. V analyzovaných článcích byly ženy prezentovány jako silné ženy, což se jevilo značně nestereotypně. Problém byl v detailnějším pohledu na tuto prezentaci, ženy byly totiž popisovány jako „jiné“, „neobyčejné“ a tento postoj genderové stereotypy naopak posiloval. Při analyzování četnostních statistik se ukázalo, že ženy na Xmanovi přispívaly rozhodně ve větší míře než tomu bylo u mužů na Ona Dnes. Muži v textech na Ona Dnes generovým stereotypům příliš nepodléhali. U žen také nemůžeme

říct, že by se zabývaly pouze ženskými tématy, i když se ale v některých případech podílely na publikování stereotypních tipů a rad.

Při pohledu na četnostní statistiky bylo vidět, že ženy pronikaly do mužského světa celkem často, ale muži do ženského už podstatně méně. Osobně to připisuji právě tvrzení, že mužské časopisy mají širší záběr témat. Xman to vystavěním rubrik, které rozmanitost probíraných témat poskytují, jen potvrdil.

Souhrnně můžeme tvrdit, že autorské složení magazínů Ona Dnes a Xman bylo genderově stereotypní, i když byl poměr na Xmanovi menší, stále zde publikovalo větší množství mužů. Problémem u této kvantitativní části výzkumu byly limity dat, které mne částečně omezily. Data neposkytovala veškerá jména autorů/autorek textů, někteří autoři/autorky byli/y zahrnuti do skupiny redakce, jiný používali zkratku, z tohoto důvodu nebylo možné určit pohlaví všech autorů a autorek, kteří do Ona Dnes a Xmana cokoli publikovali. Dalším limitem mé práce bylo rozhodně také to, že jsem neanalyzovala všechny rubriky, ale zaměřila jsem se pouze na výběr textů z rubrik Lidé a Styl. Zajímavé by také bylo zanalyzování fotografií, které dané texty na Ona Dnes a Xmanovi doprovázejí.

## 6 ZDROJE

ADLER, Thomas. Making pancakes on Sunday: The Male Cook in Family Tradition. *Western Folklore*. 1981, 40: 45-54. ISSN 0043-373X.

BASLAROVÁ, Iva. Pro samé slzy uvidět. „Feminní“ televizní žánr soap opery a jeho publikum v procesu uvědomování si genderových identifikací. *Illuminace*. 2008, 20, 65-83. ISSN 0862-397X.

BECKER, Howard. 1953. Becoming a Marijuana User. *American Journal of Sociology*. 1953, 59, 235-242. ISSN 0002-9602.

BERGER, Peter, LUCKMANN Thomas. *Sociální konstrukce reality*. Praha: CDK, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BINKOVÁ, Pavlína. Feministická perspektiva v mediálních studiích. *Revue pro média*. 2004, 9, 1-12. ISSN 1214-7494.

BONI, Federico. Framing Media Masculinities: Men's Lifestyle Magazines and the Biopolitics of the Male Body. *European Journal of Communication*. 2002, 17, 465-477. ISSN 0267-3231.

BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: nakladatelství Karolinum, 2000. ISBN 80-7184-775-5.

BURTON, Grame, JIRÁK Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

CONNELL, Bob. Hegemonic masculinity. In: JACKSON, Stevi, SCOTT Sue. *Gender: A sociological reader*. New York: Routledge, 2002, 60-62. ISBN 978-0415201803.

CURRAN, Daniel, RENZETTI Claire. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2003. ISBN 80-2460-525-2.

CRESWELL, John. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, 2009. ISBN 978-1412965576

ČERMÁKOVÁ Marie. Gender a pracovní trh. In: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: OPEN SOCIETY FUND, 1999, s. 51-58. ISBN 80-238-4770-8.

ČTENÁŘI SERVERU SKUPINY IDNES.cz. 2014. *Čtenáři serveru skupiny IDNES.cz*. [online]. [cit. 13.1.2015]. Dostupné z: [http://data.idnes.cz/soubory/mafra\\_all/A141010\\_TVE\\_001\\_IDNES\\_14\\_08.PDF](http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A141010_TVE_001_IDNES_14_08.PDF)

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: nakladatelství Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-0139-7.

GJURIČKOVÁ Šárka. Konstrukce gender: Maskulinita a feminita z odlišných perspektiv. In: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: OPEN SOCIETY FUND, 1999, s. 69-82. ISBN 80-238-4770-8.

GOFFMAN, Erving. Gender Display. In: TIGER, Lionel, FOWLER Heather. *Female Hierarchies*. New Brunswick: Transaction Publisher, 2009. 60-90. ISBN 978-1412806428.

GOFFMAN, Erving. Stigma: Poznámky k problému zvládnání narušené identity. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-21-0.

JANDOUREK Jan. *Úvod do sociologie*. Praha: Portál s.r.o., 2003. ISBN 80-7178-749-3. 316.

JARKOVSKÁ Lucie. Prohlédněme genderové stereotypy. In: *ABC feminizmu*. Brno: Nesehnutí, 2004, 18-27. ISBN: 80-903228-3-2.

JARKOVSKÁ, Lucie, NAVRÁTILOVÁ Jolana. Mýtus krásy. In: *ABC feminizmu*. Brno: Nesehnutí, 2004, 129-133. ISBN: 80-903228-3-2.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál s.r.o., 2003. ISBN 80-7178- 697-7

KUBÁLKOVÁ, Petra. *Gender, média a reklama: Možnosti (samo)regulace generových stereotypů v médiích a reklamě*. Praha: nakladatelství NADACE OSF Praha, 2009. ISBN 978-80-87110-15-7

LORBER Judith. The Social Construction of Gender. In: PLANTE, Rebecca, MAURER Lis. *Doing Gender Diversity*. Westview Press, 2010, 13-15. ISBN 978-0813344379.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: nakladatelství Portál s.r.o., 1999. ISBN 978-80-7367-338-3.

OAKLEYOVÁ, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: nakladatelství Portál s.r.o, 2000. ISBN 80-7178-403-6.

OATES-INDRUCHOVÁ, Libora. Gender v médiích: nástin šíře problematiky. In: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: OPEN SOCIETY FUND, 1999, 131-151. ISBN 80-238-4770-8.

ŘEHÁČKOVÁ, Dana. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*. 2006, 42, 291-305. ISSN 0038-0288.

ŘÍČAN, Pavel. Život žen s muži jako válka? In: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: OPEN SOCIETY FUND, 1999, 83-93. ISBN 80-238-4770-8.

TANENBAUM, Leora. Slut! Growing Up Female With a Bad Reputation. In: Spade, Joan, VALENTINE Catherine. *The Kaleidoskope of Gender*. California: Sage Publications, 2008, 209-213. ISBN 9781452205410.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál s.r.o., 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

UNIE VYDAVATELŮ. 2013. *Detail vydavatele*. [online]. [cit. 13.1.2015]. Dostupné z: <http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2013/index.php?akce=det&detail=15080>

VALDROVÁ, Jana. 2010. Genderová identita. [online]. 29.11.2010. [cit. 15.12.2014]. Dostupné z: <http://www.valdrova.cz/news/21/20/zena-muz-a-socialni-pohlavi>.

VALDROVÁ, Jana. Stereotypy a klišé v mediální projekci genderu. *Sociologický časopis*. 2001, 37, 183-205. ISSN 0038-0288.

WEST, Candance, ZIMMERMAN Don. Dělat gender. *Sociální studie*. 2008, 1., 99-120. ISSN 1214-813X.

WOLF, Naomi. *Mýtus krásy: Jako sú obrazy krásy zneužívané proti ženám*. Bratislava: Záujmové združenie žien Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

### **Analyzované rozhovory a články:**

ČERVINKOVÁ, Radka. Ewa Farna: Ať mě lidé kritizují, aspoň si mě všimli. *Ona Dnes*. [online]. 27.5.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/rozhovor-ewa-farna-porotce-superstar-radeji-kontroverzni-nez-nudna-1i2/spolecnost.aspx?c=A130524\\_101720\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/rozhovor-ewa-farna-porotce-superstar-radeji-kontroverzni-nez-nudna-1i2/spolecnost.aspx?c=A130524_101720_spolecnost_jup).

GRIMMOVÁ, Kateřina. Anna Linhartová: S mámou nemáme nic společného, přesto si rozumíme. *Ona Dnes*. [online]. 11.3.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/anna-linhartova-s-mamou-nemame-nic-spolecneho-faa/spolecnost.aspx?c=A130307\\_105838\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/anna-linhartova-s-mamou-nemame-nic-spolecneho-faa/spolecnost.aspx?c=A130307_105838_spolecnost_jup)

HAVLÍKOVÁ, Magdaléna. Linda Rybová: Na jídlo jsem hrozná princezna. *Ona Dnes*. [online]. 2.12.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/rozhovor-linda-rybova-06t-/spolecnost.aspx?c=A131127\\_001156\\_spolecnost\\_haa](http://ona.idnes.cz/rozhovor-linda-rybova-06t-/spolecnost.aspx?c=A131127_001156_spolecnost_haa).

KERBEROVÁ, Cindy. Svlékla bych se, ale vulgární nahotu nemusím, přiznává Petra Němcová. *Ona Dnes*. [online]. 7.1.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/petra-nemcova-rozhovor-pirelli-d37-/spolecnost.aspx?c=A130104\\_174511\\_spolecnost\\_sck](http://ona.idnes.cz/petra-nemcova-rozhovor-pirelli-d37-/spolecnost.aspx?c=A130104_174511_spolecnost_sck).

KOMŮRKOVÁ, Kristina. Kristýna Liška Boková: Muži mi přijdou srozumitelnější než ženy. *Ona Dnes*. [online]. 24.2.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/kristina-liska-bokova-rozhovor-d3x-/spolecnost.aspx?c=A130222\\_152742\\_spolecnost\\_job](http://ona.idnes.cz/kristina-liska-bokova-rozhovor-d3x-/spolecnost.aspx?c=A130222_152742_spolecnost_job)

a - LORENC, David. Bůh existuje - a je komunista, říkala herečka Franca Rameová. *Xman*. [online]. 7.6.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/franca-rameova-0pa-/xman-styl.aspx?c=A130606\\_164120\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/franca-rameova-0pa-/xman-styl.aspx?c=A130606_164120_xman-styl_fro).

b - LORENC, David. Carrie Nationová: vymítala alkohol s Ježíšem v duši a sekerou v rukách. *Xman*. [online]. 11.1.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/carrie-a-nation-bojovnice-proti-alkoholu-ffw-/xman-styl.aspx?c=A130110\\_113328\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/carrie-a-nation-bojovnice-proti-alkoholu-ffw-/xman-styl.aspx?c=A130110_113328_xman-styl_fro).

c - LORENC, David. Černá Mary: nejdrsnější žena Divokého západu. *Xman*. [online]. 28.5.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/cerna-mary-nejdrsnejsi-zena-divokeho-zapadu-fz7-/xman-styl.aspx?c=A130526\\_160747\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/cerna-mary-nejdrsnejsi-zena-divokeho-zapadu-fz7-/xman-styl.aspx?c=A130526_160747_xman-styl_fro).

d - LORENC, David. Edith Garrudová: sufražetka, co uměla jiu-jitsu. *Xman*. [online]. 24.3.2013. cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/edith-garrudova-sufrazetka-co-umela-jiu-jitsu-fos-/xman-styl.aspx?c=A130322\\_205931\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/edith-garrudova-sufrazetka-co-umela-jiu-jitsu-fos-/xman-styl.aspx?c=A130322_205931_xman-styl_fro).

e - LORENC, David. Ella Watsonová: hrdá žena, z níž udělali mocní Divokého západu couru. *Xman*. [online]. 3.2.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/ellen-watsonova-a-divoky-zapad-dzk-xman-styl.aspx?c=A130130\\_134043\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/ellen-watsonova-a-divoky-zapad-dzk-xman-styl.aspx?c=A130130_134043_xman-styl_fro).

f - LORENC, David. Karen Silkwoodová, ženská, co si vyšlápla na korporaci. A poté zemřela. *Xman*. [online]. 2.3.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/karen-silkwoodova-obet-plutonia-a-nevyjasnene-dopravni-nehody-pvd-xman-styl.aspx?c=A130301\\_130456\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/karen-silkwoodova-obet-plutonia-a-nevyjasnene-dopravni-nehody-pvd-xman-styl.aspx?c=A130301_130456_xman-styl_fro).

g – LORENC, David. Helen Kellerová: žena, která zvítězila nad slepotou a hluchotou. *Xman*. [online]. 1.7.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/helen-kellerova-0i8-xman-styl.aspx?c=A130629\\_134535\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/helen-kellerova-0i8-xman-styl.aspx?c=A130629_134535_xman-styl_fro).

h - LORENC, David. Rosa Parksová: tichá žena, která dokázala otřást Amerikou. *Xman*. [online]. 10.2.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/rasova-segregace-rosa-parksova-dm3-xman-styl.aspx?c=A130209\\_015346\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/rasova-segregace-rosa-parksova-dm3-xman-styl.aspx?c=A130209_015346_xman-styl_fro).

i - LORENC, David. Theda Bara: uhrančivá kráska, jejímž posláním bylo ničit mužské životy. *Xman*. [online]. 15.1.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/theda-bara-femme-fatale-hollywoodu-d54-xman-styl.aspx?c=A130114\\_173235\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/theda-bara-femme-fatale-hollywoodu-d54-xman-styl.aspx?c=A130114_173235_xman-styl_fro).

j - LORENC, David. Violette Morrisová: lesbička, závodnice a Gestapácká hyena. *Xman*. [online]. 2.4.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://xman.idnes.cz/violette-morrisova-04a-xman-styl.aspx?c=A130401\\_153639\\_xman-styl\\_fro](http://xman.idnes.cz/violette-morrisova-04a-xman-styl.aspx?c=A130401_153639_xman-styl_fro).

MATĚJŮ Pavla. Bývala ukrajinská pornoherečka: Těhotnou mě máma v 16 letech vyhodila. *Ona Dnes*. [online]. 9.10.2013. [cit. 11.11.2014].

Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/anastazie-hagenova-pornohericka-dom-/spolecnost.aspx?c=A130906\\_143123\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/anastazie-hagenova-pornohericka-dom-/spolecnost.aspx?c=A130906_143123_spolecnost_jup).

MATĚJŮ Pavla. Ivana Zemanová: Obdivuji manželovu píli a rozhled, vadí mi jen kouření. *Ona Dnes*. [online]. 1.4.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/rozhovor-s-ivanou-zemanovou-dik-/spolecnost.aspx?c=A130325\\_114801\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/rozhovor-s-ivanou-zemanovou-dik-/spolecnost.aspx?c=A130325_114801_spolecnost_jup).

NOVÁK, Tomáš. 2013. Manželka miliardáře Vítka: Radovan se vrací z práce domů přesně v pět. *Ona Dnes*. [online]. 17.12.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/marie-vitkova-manzelka-radovana-vitka-dxo-/spolecnost.aspx?c=A131213\\_142539\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/marie-vitkova-manzelka-radovana-vitka-dxo-/spolecnost.aspx?c=A131213_142539_spolecnost_jup).

SYSLOVÁ Jana. Lenka Hornová: Otěhotněla jsem při rozchodu, dítě jsem neplánovala. *Ona Dnes*. [online]. 4.8.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/rozhovor-s-lenkou-hornovou-dp3-/spolecnost.aspx?c=A130802\\_125206\\_spolecnost\\_brv](http://ona.idnes.cz/rozhovor-s-lenkou-hornovou-dp3-/spolecnost.aspx?c=A130802_125206_spolecnost_brv).

TICHÁ, Eva. Často slyším, že jsem krásná, říká herečka Vica Kerekes. *Ona Dnes*. [online]. 20.10.2013. [cit. 11.11.2014]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/vica-kerekes-pribeh-kmotra-d01-/spolecnost.aspx?c=A131018\\_103622\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/vica-kerekes-pribeh-kmotra-d01-/spolecnost.aspx?c=A131018_103622_spolecnost_jup).

## 7 RESUMÉ

Tato bakalářská práce se zabývala analýzou webových magazínů Ona Dnes a Xman. Celá analýza byla prováděna z perspektivy genderu a sledovala, zda se genderové stereotypy prolínaly analyzovanými webovými magazíny, a pokud ano, tak jakým způsobem se projevovaly. Analýza byla rozdělena na kvantitativní a kvalitativní část, pro obě části byla využita metoda obsahové analýzy. Z výsledků analýzy vyšel jako více genderově stereotypní magazín Ona Dnes a to jak díky rozvržení rubrik, tak i textů, které byly v jeho rubrikách publikovány. Xman také vykazoval aspekty genderových stereotypů, jejich znaky se vyskytovaly převážně v pojmenování rubrik a prezentaci žen, nicméně texty, které Xman publikoval, měly rozhodně širší záběr témat, která mnohdy šla i mimo „mužský svět“. Data neposkytovala veškerá jména autorů/autorek textů a z tohoto důvodu nebylo možné určit pohlaví všech autorů, kteří do Ona Dnes a Xmana cokoli publikovali. Dalším limitem práce bylo rozhodně také nezanalýzování všech rubrik. Pro další výzkum by byla zajímavá analýza fotografií, které dané texty na Ona Dnes a Xmanovi doprovázejí.

This bachelor's thesis dealt with the analysis of web magazines Ona Dnes and Xman. The entire analysis was conducted from the perspective of different genders and investigated whether gender stereotypes were a significant factor in the analyzed web magazines and if so, how did they manifest. The analysis was divided into quantitative and qualitative parts, and content analysis was used for both. The results from the analysis indicated that Ona Dnes came out as more gender-stereotyped due to the layout of its sections, as well as the texts that were published in its articles. Xman also exhibited aspects of gender stereotypes, primarily occurring in the naming of its articles and in the presentation of women. However, the articles published in Xman had a definitely wider range of topics that often went well beyond the stereotypical "man's world". The

obtained data did not provide the names of all authors of the articles, and therefore it was not possible to determine the gender of authors either in Ona Dnes or Xman. Another limitation of the thesis was the fact that not all articles were analyzed. An interesting subject for further research on the topic would be the analysis of photographs that accompany published articles in Ona Dnes and Xman.