

**UNIVERZITA KARLOVA**

Fakulta humanitních studií



Bakalářská práce

Stavebnice LEGO®: Možnosti hry pro dívky v průběhu let

František Svatoš

Vedoucí práce: Mgr. Iva Baslarová, Ph.D.

Praha 2022

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s jejím zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 6. 1. 2022

.....

František Svatoš

## **Poděkování**

Zde bych rád poděkoval Mgr. Ivě Baslarové, Ph.D., za vedení mé práce, především za její vstřícnost, ochotu a trpělivost.

## Obsah

Úvod.....	7
1 Teoretické ukotvení .....	9
1.1 Genderová socializace.....	9
1.2 Děti a hračky .....	11
1.3 Stavebnice LEGO®.....	12
2 Metodologie a zdroje .....	15
3 Historie vybraných LEGO produktů .....	17
3.1 LEGO Homemaker (1971–1982).....	17
3.2 LEGO Paradisa (1992–1997).....	19
3.3 LEGO Belville (1994–2009).....	21
3.4 LEGO Scala (1997–2001).....	24
3.5 LEGO Clikits (2003–2006).....	27
3.6 LEGO Minifigures (2010–současnost) .....	29
3.7 LEGO Friends (2012–současnost) .....	33
3.8 LEGO DOTS (2020–současnost).....	48
4 Závěr.....	50
Použitá literatura .....	53

LEGO, logo LEGO, Minifigurky, DUPLO, logo BELVILLE, logo SCALA, The LEGO Movie a BrickLink jsou ochranné známky nebo jsou chráněny autorským právem LEGO Group. ©2021 The LEGO Group.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá historií produktů stavebnice LEGO® v souvislosti vlivu genderově orientovaných hraček na vývoj genderové identity dětí. Stavebnice LEGO měla být od svého počátku genderově neutrální hračkou, postupně se z ní ale stala hračka zaměřující se na chlapeckou hru. Formou obsahové analýzy produktů a materiálů s nimi spojených zkoumá práce produkty, které byly mířeny primárně na dívky, a které měly dívky ke hře se stavebnicí LEGO vrátit. Zkoumané hračky mají genderově stereotypní obsah, který může významně ovlivnit vývoj dítěte, a neposkytují tolik možností hraní jako stavebnice pro chlapce. Ve většině LEGO produktů je také výrazný rozdíl mezi počtem maskulinních a femininních figurek, který se ale v posledních letech snižuje a stavebnice tak začíná poskytovat věrohodnější obraz společnosti. Pozitivní změnou také je, že LEGO Group vyvíjí snahu propagovat své výrobky jako hračku vhodnou pro všechny děti, bez ohledu na pohlaví.

**Klíčová slova:** gender, děti, hračka, stavebnice, LEGO, genderové stereotypy

## **Abstract**

This bachelor thesis explores the history of LEGO® products in relation to the influence of gendered toys on the development of gender identity in children. Since its beginning, the LEGO construction toy was supposed to be a gender-neutral toy, but throughout the years it became a toy aimed primarily at boy play. Using content analysis of products and materials tied to them, the thesis examines products aimed mainly at girls, which were supposed to bring girls back to playing with LEGO toys. Researched toys have stereotypical content which can significantly influence the development of a child and they also provide fewer play opportunities than LEGO toys aimed at boys. Most LEGO products also have a significant gap between the number of masculine and feminine figures included in them, but the gap is getting smaller in the last few years and the construction toy is starting to look more like our society. Positive change of last few years also lies in an effort of The LEGO Group to promote its products as toys for all children, regardless of their sex.

**Key words:** gender, children, toy, construction toy, LEGO, gender stereotypes

## Úvod

Stavebnice LEGO® je jednou z nejnámějších hraček na světě a mnoho dětí a dospělých si s ní (nebo nějakou její napodobeninou) za svůj život hrálo. Stavění z kostek je na první pohled celkem přímočará činnost, s trochou kreativity z něj však mohou vznikat úžasné věci.

Pro někoho mohou LEGO kostky znamenat pouze jednoduché kostky v základních barvách, dnes však LEGO produkty obsahují mnohem víc. Od života ve městě, plného hrdinů záchranných složek, přes světy nindžů nebo antropomorfních zvířat, až po vesmírné války. Ale zatímco jsou stavebnice LEGO pro všechny děti, jejich obsah bývá historicky více maskulinní. A tomu také odpovídá větší počet chlapců než dívek, kteří si se stavebnicí v průběhu let hráli. LEGO se postupně stalo hračkou zaměřenou na chlapce, ať šlo o společenskou představu o tom, že jsou stavebnice maskulinní hračkou, nebo o obsah zaměřující se na akci a dobrodružství. Dívkám a jejich rodičům mezitím zůstala možnost jít proti proudu anebo se spokojit s hračkami zobrazujícími život v domácnosti nebo péči o vzhled.

V průběhu let vzniklo ve snaze přivést ke stavění s LEGO produkty více dívek několik produktových řad, které se zaměřovaly právě na ženský svět. Od LEGO domečků pro panenky po LEGO šperky, tyto stavebnice se snažily přilákat dívky a jejich rodiče na tradičně femininní tematiku, často růžově zbarvenou, zatímco se jejich součástky zvětšovaly a čas strávený stavbou se snižoval. Sám si z dětství pamatuji, že jsem se při pohledu na řadu LEGO Scala (Kapitola 3.4) divil, proč je považována za součást mé oblíbené stavebnice. LEGO produkty vytvořené primárně pro dívky dodnes budí silné reakce, dnešní LEGO Friends však došlo od řady LEGO Homemaker ze 70. a 80. let 20. století daleko.

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat LEGO produkty zaměřené na hru dívek od 70. let 20. století až po současnost z pohledu genderových studií. To, s jakými hračkami si děti hrají, má vliv na jejich pozdější život, z hraček mohou totiž děti přebírat společenské normy, včetně těch genderových (Renzetti a Curran, 2003; Fine, 2018). Mě bude zajímat, jak se v průběhu let proměnil obsah LEGO stavebnic pro dívky, ať jde o obsah tematický nebo obsah, co se týče samotné stavebnice. Hlavní výzkumnou otázkou je, zda mají zkoumané produkty pro dívky podobné charakteristiky a jak se případně tyto charakteristiky měnily v průběhu let. Především mě zajímá, jestli mají tyto produkty genderově stereotypní obsah a jestli obsahují vyrovnaný počet maskulinních a femininních figurek. K tomu mi

pomohou nejen jednotlivé produkty, ale i reklamní materiály a dohledatelné reakce, které budu analyzovat. Práce nejprve vysvětlí teoretická východiska a následně představí jednotlivé produktové řady LEGO stavebnice zaměřené primárně na hru dívek od 70. let 20. století až po současnost.



# 1 Teoretické ukotvení

Tato kapitola představuje základní teoretické pojmy, které souvisí s problematikou genderu a hraček. Vedle popisu teorií a pojmů spojených s genderovou socializací, jako jsou genderové role a genderové stereotypy, je zde také krátce představena stavebnice LEGO.

## 1.1 Genderová socializace

Nejprve je důležité představit si rozdíl mezi pojmy pohlaví a gender. Zatímco pohlaví je chápáno jako biologické rozdíly mezi mužskými a ženskými těly, gender se vztahuje k rozdílům psychologickým, sociálním a kulturním (Giddens, 2013). V sociologii je gender sociálním konstruktem, založeným právě na pohlaví (Renzetti a Curran, 2003).

Genderová socializace je procesem osvojování si genderových rolí prostřednictvím aktérů, jako jsou rodina, škola a média (Giddens, 2013). Existuje několik teorií o genderové socializaci, které nám vysvětlují, jak se lidé, konkrétně děti, učí o společenských normách a hodnotách spojených s genderem. Kupříkladu teorie sociálního učení říká, že se děti učí pomocí posilování a modelování. Jako posilování chápeme odměny či tresty za určité chování, v případě genderové socializace poté bývá následkem vštěpování genderových rolí. Chování dětí je jejich vrstevníky či dospělými odměňováno, pokud odpovídá jejich genderu, nebo trestáno, pokud je společností přiřazováno k opačnému genderu. Modelování chápeme jako napodobování chování osob stejného genderu, nejčastěji dospělých, které si děti osvojují (Renzetti a Curran, 2003).

Zatímco teorie sociálního učení soustředí svou pozornost na vliv vnějších faktorů a podnětů, kognitivně vývojové teorie se věnují způsobům interpretace osobami, které tyto vnější faktory a podněty přijímají. Podle jedné z těchto teorií si děti za pomoci pozorování a zkušeností vytvářejí tzv. schémata, která jim pomáhají nalézt řád ve společnosti a dávají jim představu o tom, jak se chovat. Jedním z prvních schémat, které si děti vytvářejí, je právě pohlaví, které je snadno rozpoznatelné a poměrně stabilní. „Teorie optických skel kultury“ Sandry Bem (1993, in Renzetti a Curran, 2003) například tvrdí, že se v každé kultuře vyskytuje představa o tom, jací by měli být členové její kultury. Mezi genderová „optická skla“ řadí genderovou polarizaci, tedy dělení na muže a ženy, která určuje společenské uspořádání, dále představu, že jsou muži nadřazeni ženám, která se nazývá androcentrismus,

a biologický esencialismus, který předchází dvě „optická skla“ legitimizuje na základě biologických rozdílů mezi pohlavími (Renzetti a Curran, 2003). Jednotlivci si tak vytváří genderová schémata, tedy názory a znalosti o genderu, podle kterých poté vnímají své chování a chování ostatních. Silně genderově schématictí lidé tak vnímají svět jako ženský (femininní) a mužský (maskulinní) a snaží se korigovat své chování na základě stereotypních norem přisuzovaných k jejich genderu (Lippa, 2009).

Sociálně psychologické teorie označují jako hlavní příčinu chování sociální prostředí, ve kterém se jedinec nachází. Zde hraje důležitou roli vliv genderových stereotypů, zjednodušujících obecných popisů femininity a maskulinity (Renzetti a Curran, 2003). Teorie sociálních rolí tvrdí, že zažitá genderová role, tedy společenské role přisuzované členům společnosti na základě jejich pohlaví (např. žena v domácnosti a muž živitel), vedou k odlišnému chování žen a mužů, čímž se genderové stereotypy vytvářejí. Jiná teorie zase tvrdí, že lidé jednají na základě genderových stereotypů, které se tím pádem stávají pravdivými a vzniká tzv. sebenaplňující se proroctví. Negativní stereotypy o schopnostech dané skupiny (např. ženy jsou v matematice horší než muži) mohou způsobit úzkosti u členů této skupiny, což vede k následnému potvrzení těchto stereotypů. Z těchto teorií vyplývá, že gender není něco, čím jednotlivci jsou, ale něco, co dělají (Lippa, 2009).

Některé studie tvrdí, že se děti aktivně rozhodují o tom, jak budou prezentovat svoji genderovou identitu, když zvažují výhody autenticity oproti možným následkům nekonformnosti. Děti nekonformní genderovým rolím zažívající předsudky a děti pozorující tuto zpětnou vazbu se na základě této zkušenosti rozhodují, pokud a jak upraví svoji genderovou identitu. Buď některé části svého já před ostatními skryjí nebo se předsudkům postaví a svoji identitu pro ostatní nezmění (Brinkman et al., 2014). Starší děti (6–11 let) jsou více flexibilní co se týče genderových rolí a genderových stereotypů a donucování k dodržování genderových norem mohou vidět jako nespravedlivé (Conry-Murray a Turiel, 2012). Ale zatímco dívky se z genderových norem vybočovat nebojí, chlapci (a jejich rodiče) se kvůli možným společenským následkům bojí zapojení do aktivit považovaných za femininní (The Geena Davis Institute on Gender in Media, 2021).

Od narození se děti setkávají se společenskými představami o tom, jaký má být maskulinní muž a femininní žena. Genderové stereotypy jsou všude kolem nich, v reklamách, ve filmech, v chování ostatních lidí, jejich řeči i jejich pracovních pozicích, akrom jiného i v hračkářstvích a v samotných hračkách. Tyto vlivy nepoznamenají každé

dítě ve stejné míře, mohou se ale akumulovat a utvořit v dětech jasnou představu o genderových rolích (Fine, 2018).

## 1.2 Děti a hračky

Druhy hraček, které jsou společností označovány jako maskulinní a femininní, rozvíjejí u chlapců a dívek odlišné dovednosti a vlastnosti. Zatímco dívčí hračky se soustředí především na kreativitu, úpravu vzhledu a péči o ostatní, ty chlapecké podporují technickou tvořivost, vynalézavost, soutěživost a dominanci (Fine, 2018).

Dětem kupují hračky především rodiče. Jak tedy děti vnímají gender skrze hračky je od počátku na nich. Podle výzkumu Eriky S. Weisgram a Samuela T. Bruuna (2018) úzce souvisí výběr hraček pro děti nejen s osobními názory rodičů na genderové role, ale také s tím, s jakými hračkami si v dětství hráli oni sami. Ti respondenti, kteří si v dětství hráli spíše s hračkami určenými pro jejich gender, plánovali to samé i pro své děti. Oproti tomu ženy, které měly v dětství netradiční zájmy, předpokládaly, že budou svým dětem kupovat netradiční hračky. Dalším faktorem při výběru hraček pro děti jsou také preference samotného dítěte, které může vlivem společnosti samo podporovat genderové stereotypy. Jiná studie jmenuje jako faktory pro rozvoj preference genderově stereotypních hraček u dětí jejich věk, typy přijímaných podnětů, denní motorické aktivity ve věku batolete, zkušenosti s hračkami a již zmiňovaný vliv rodičů (Liu et al., 2020). Preference určitých hraček u nejmenších dětí poté určuje preferenci podobných hraček i v pozdějším věku. (Lauer, Ilksoy a Lourenco, 2018)

Výzkum u předškolních dětí zjistil, že se děti více zajímali o pro ně již známé hračky, které bývají běžně řazeny k jejich genderu, a u nových hraček upřednostňovali ty, které byly označeny výzkumníky jako vhodné pro jejich gender. Co se týče barvy hračky, chlapci preferovali hračky v modré barvě oproti růžové, dívky zase růžové oproti těm modrým. Zajímavé je, že femininní barvy a označení „pro dívky“ na maskulinních hračkách zvyšovaly u dívek zájem a „dávaly jim povolení“ si s nimi hrát. Na chlapce podobné označení vliv nemělo a stále preferovali maskulinní hračky před těmi femininními, nehledě na barvu (Weisgram, Fulcher a Dinella, 2014). Na tento výzkum navázala i studie, podle které mají děti ve věku 4–8 let žijící v Číně stejné preference v barvách hraček jako děti ze západu. Navíc ale také zkoumala, jaký vliv má slovní nebo barevné označení na výkon při hře.

Zatímco rozdělení barev u hraček na genderově vhodné a nevhodné výkon dětí výrazně neovlivnilo, explicitní slovní označení hračky podle genderu mělo pozitivní vliv na hru chlapců a zvětšilo tak rozdíl mezi jejich výkonem a výkonem dívek (Yeung a Wong, 2018).

Slovní nebo barevné označení hraček je běžné, stačí se podívat do katalogu hraček nebo do samotného prostoru hračkářství. Chlapecké hračky bývají zaměřeny na techniku a akci, dívčí na péči a stereotypické femininní zájmy (Francis, 2010). Části hračkářství, které obsahují tradičně femininní hračky jako jsou panenky, bývají objety „pinkification“, tedy přílišného použití růžové barvy na výrobcích i v prostoru, které má evokovat feminitu (McNeill, 2017). S podobným značením v hračkářstvích i v internetových obchodech se snaží bojovat kampaň Let Toys Be Toys, které se podařilo přimět prodejce ve Velké Británii k upuštění od slovního a barevného dělení hraček podle pohlaví. Podle studie katalogů hraček z vánočního období roku 2017, kterou zpracovali členové této kampaně, byly dívky zobrazovány 12x více při hře s panenkami než chlapci a 7x více při péči o ostatní. Chlapci byli zase 4x více zobrazováni při hře s auty než dívky a 2x více při hře se stavebnicemi (Let Toys Be Toys, 2017). Zmíněné studie pocházejí sice z Velké Británie, u nás se ale stačí podívat na webové stránky jedné z nejznámějších tuzemských sítí hračkářství, Sparkys, abychom viděli, že dělení hraček podle pohlaví se vyskytuje ve stejné míře i u nás. Kategorie „Pro kluky“ zde obsahuje podkategorie LEGO pro kluky, Stavebnice, Auta a doprava nebo Venkovní hračky, zatímco kategorie „Pro holky“ obsahuje podkategorie LEGO pro holky, Malá parádnice, Kočárky pro panenky nebo Česací hlavy (Sparkys s.r.o., 2021).

### **1.3 Stavebnice LEGO®**

V roce 1932 si tesař a truhlář Ole Kirk Christiansen ve městě Billund v Dánsku založil novou firmu, která v roce 1934 dostala název LEGO (dnes LEGO System A/S nebo The LEGO Group). Název LEGO vznikl spojením dvou dánských slov „leg godt“, která v překladu znamenají „dobře si hraj.“ Kromě jiných výrobků ze dřeva vyráběla totiž zpočátku také dřevěné hračky. V roce 1946 však firma zakoupila přístroj na výrobu plastových hraček a o tři roky později vznikla první verze dnes známé LEGO kostky. Firmy se postupně ujal syn Ole Kirka, Godtfred Kirk Christiansen. Nová verze LEGO kostky, používaná dodnes, byla patentována v roce 1958, pár týdnů před úmrtím Ole Kirka. Tato nová verze obsahovala vnitřní trubky, díky kterým byly stavby pevnější a nerozpadaly se. Po požáru skladu

dřevěných hraček v roce 1960 přešla firma pouze na výrobu plastových hraček. V následujících letech se LEGO produkty rozšířily dále do světa a firma se stala jedním z největších výrobců hraček. Do tehdejšího Československa se stavebnice LEGO poprvé dostala v roce 1972 a v roce 2000 byl v Kladně otevřen jeden z hlavních výrobních závodů. V roce 1977 nastoupil do firmy Kjeld Kirk Kristiansen, syn Godtfreda. Ten v následujícím roce přešel společně s příchodem prvních minifigurek na nový model výroby a ta se začala dělit podle jednotlivých témat, tzv. „System within a System“ (The LEGO Group, 2021e).

LEGO System je obecný název pro originální série výrobků (témata), které využívají klasické LEGO kostky. Vedle nich existuje například LEGO DUPLO® (1969), které má dvakrát větší kostky a je určené pro nejmenší děti, nebo LEGO Technic (1977, původně Expert Builder), více technické modely určené pro zkušené stavitele (The LEGO Group, 2021e). Se zmiňovaným novým modelem výroby vznikly v LEGO System první tři řady (témata) – Town, Castle a Space. Ty se v průběhu let měnily a vyvíjely nebo byly vytvářena další. Od počátku stavebnice LEGO bylo vytvořeno více než 100 témat (BrickLink, 2021b), která můžeme dále dělit na originální témata a témata založená na duševním vlastnictví (Intellectual Property)<sup>1</sup>.

Mnoho setů obsahuje figurky, nejčastější verzí bývá minifigurka. Klasické minifigurky, jejichž design zůstal dodnes, se objevily poprvé v roce 1978, jejich předchůdci s nepohyblivými končetinami o tři roky dříve. LEGO minifigurka měří 4 centimetry, což odpovídá výšce čtyř LEGO kostek, a její tělo se dělí na 3 hlavní části: hlavu, trup s horními končetinami a nohy. Zatímco hlava je samostatnou součástí, další dvě části těla jsou složeny z více částí. V trupu jsou umístěny dvě paže, do kterých jsou dále umístěny ruce. Dolní část těla minifigurky je složena ze součástky představující oblast podbřišku, ke které jsou přidělané dvě nohy. Všechny tyto části jsou odnímatelné a představují také variabilitu figurky. Ke stavebnici se dá minifigurka připevnit spodní částí nohou, dvěma otvory na každé zadní části nohy, a dále pomocí rukou. Na vrch hlavy lze přidělat jakékoli součástky, především ale ty, které představují účesy nebo pokrývky hlavy. V originálních LEGO tématech bývá barva hlavy u minifigurek představující osoby žlutá (Farshtey a Lipkowitz, 2013).

---

<sup>1</sup> O tématech založených na duševním vlastnictví (LEGO Star Wars™, LEGO Harry Potter™, LEGO Disney Princess™ a další) bakalářská práce nepojednává, protože charakteristiky těchto produktů vycházejí ze zdrojových materiálů a nejsou přímým produktem LEGO Group.

Hra se stavebnicí není pro děti pouze zábavou, má také významný vliv na jejich vývoj. Rozvíjí nejen představivost, ale také kreativitu, schopnost přijít na nápady, které jsou nové a užitečné. Stavebnice rozvíjí především systematickou kreativitu, která kombinuje logiku a uvažování s hravostí a představivostí. Mezi další výhody hry se stavebnicí patří vývoj jemné motoriky, komunikačních schopností spojených se hrou ve skupině, a řešení problémů. To vše se děti učí opakováním cyklu stavění a rozebírání stavebnice (The LEGO Group, 2021e).

BrickLink (bricklink.com) je webová stránka, kde mohou třetí strany nakupovat a ve vlastních obchodech prodávat nové i použité LEGO součástky a sety. BrickLink (původně BrickBay) byl založen v roce 2000 českým sběratelem stavebnice LEGO, Danielem Ježkem. Dnes je jedním z největších a nejobsáhlejších míst pro sběratele, kde lze zakoupit staré LEGO produkty, samostatné figurky a součástky pro vlastní stavby (MOC = My Own Creation). V roce 2019 byl BrickLink zakoupen LEGO Group za účelem prohloubení vztahu firmy s dospělými LEGO fanoušky (AFOL = Adult Fan Of LEGO) (2021a).

Brickset.com je webová stránka, která byla spuštěna v roce 1997 a dnes obsahuje jednu z největších databází LEGO setů, minifigurek a dalších LEGO produktů. Je také dobrým zdrojem pro obrazové materiály a recenze produktů či tiskové zprávy od LEGO Group, se kterou stránka spolupracuje (Brickset, 2021a).

## 2 Metodologie a zdroje

Práce je zpracována formou kvalitativní obsahové analýzy produktů a materiálů s nimi spojených, jejíž cílem je představit historický vývoj produktových řad stavebnice LEGO zaměřených na hru dívek. Jedná se o nevtíravou techniku výzkumu, která zde pracuje se sekundárními písemnými a ikonografickými prameny, tedy prameny, které nebyly vytvořeny za účelem výzkumu (Novotná, 2009).

Pro výzkum jsem stanovil jednu výzkumnou otázku se dvěma podotázkami:

- Mají zkoumané produkty pro dívky podobné charakteristiky?
  - Mají LEGO témata zaměřená na dívky genderově stereotypní obsah?
  - Je v LEGO tématech vyrovnaný počet maskulinních a femininních figurek?

Jednotlivé podkapitoly sledují obsah setů daného tématu, kterému je podkapitola věnována, především použité figurky a součástky, tematiku obsaženou v produktech, dále reklamní materiály a reakce. Pokud není uvedeno jinak, práce se zabývá výhradně běžně dostupnými produkty. Množství informací, které lze k jednotlivým tématům získat, se liší v souvislosti ke stáří tématu.

Fotografie a obsahy produktů pocházejí primárně z internetových databází BrickLink (bricklink.com) a Brickset.com. Z Brickset.com pocházejí také relevantní články a oficiální tisková prohlášení LEGO Group, která již nejsou dostupná na stránkách výrobce. Obě databáze jsou tvořeny jejich zaměstnanci, ale také uživateli, potencionálně by tedy mohly obsahovat nesprávné informace. I přesto, že tato šance existuje, BrickLink je od roku 2019 majetkem LEGO Group a Brickset.com s oběma subjekty úzce spolupracuje, což by mělo možnost chybovosti eliminovat. Dalším zdrojem jsou oficiální webové stránky s oficiálním internetovým obchodem, LEGO.com, a oficiální české katalogy produktů z let 1992–2021 vydané LEGO Group, které pocházející z mého osobního vlastnictví. Z LEGO.com pocházejí tisková prohlášení, fotografie a popisy produktů. Z katalogů produktů pocházejí především textové popisy témat a setů.

Databáze BrickLink a Brickset.com jsou také zdroji dat v tabulkách, které byly získány pomocí třídění produktů a součástí podle data vydání a jejich následného přiřazení

do relevantních kategorií. Tabulky, které se zabývají rozdělením figurek na „maskulinní“ (M), „femininní“ (F) a příležitostně i „genderově neutrální“ (N), obsahují počet daných figurek v číselné hodnotě (n) a procentuálnímu podílu z celkového počtu (%). Figurky jsou do jednotlivých kategorií rozděleny podle jména a běžných charakteristik pro figurky dané skupiny (např. figurky s vyznačenými ňadry a rty jsou zařazeny jako femininní, maskulinní figurky totiž tyto charakteristiky nemají).



### 3 Historie vybraných LEGO produktů

Když v roce 1963 představil Godtfred K. Christiansen 10 vlastností LEGO výrobků, na druhém místě stálo „Pro děvčata a pro chlapce“ (The LEGO Group, 2021e). První známky dělení výrobků podle pohlaví přišly v roce 1971 s tématem LEGO Homemaker, které bylo zaměřené na hru dívek. Vše se ale v následujících letech změnilo a LEGO Group se začala soustředit na stavebnice pro chlapce. Za cílem přitáhnout zpět dívky ke hraní s LEGO stavebnicemi vzniklo několik témat, která se svým vzhledem a obsahem čím dál více lišila a vzdalovala od ostatních LEGO stavebnic. Společným znakem těchto témat bylo především jejich barevné schéma a jejich nízká úspěšnost na trhu, kterou dokázalo překonat až v roce 2012 téma LEGO Friends.

#### 3.1 LEGO Homemaker (1971–1982)

Produkty z řady LEGO Homemaker vstoupily do prodeje poprvé v roce 1971 a jednalo se především o LEGO verzi klasických domečků pro panenky. Mezi lety 1971 až 1982 vzniklo celkem 32 setů, které se dělily do dvou kategorií – nábytku a místností. První sety představovaly pouze život v domácnosti a vzhledem k tehdejší absenci LEGO figurek byly určeny jako nábytek pro panenky jiných výrobců. Život v domácnosti sice v setech dominoval až do konce, objevily se ale i sety, které představovaly život v zaměstnání. Zde lze zařadit sety 291: Tabule a školní lavice (1973), 295: Stůl sekretářky (1974), 276: Zdravotní sestra a dítě (1977), 296: Dámské kadeřnictví (1977), 230: Kadeřnický salón (1978), 231: Nemocnice (1978) a 5235: Školní třída (1982).



Obrázek 1 Set 260: Obývací pokoj pro panenky, 1971 (vlevo); Set 295: Stůl sekretářky, 1974 (vpravo) (Brickset.com)

Sety LEGO Homemaker byly kompatibilní s ostatními LEGO sety, obsahovaly ale navíc některé nové, větší součástky. Spíše než o zjednodušení stavění, by se mohlo ale jednat o přizpůsobení postavené hračky velikosti panenek. Barevná paleta byla stejná jako u ostatních produktů a kostky byly pouze žluté, červené, modré, bílé a černé, později i zelené. První LEGO figurky, dnes známé jako maxifigurky, vznikly v roce 1974 a byly sestavené z LEGO kostek, díky čemuž byly značně variabilní. Zatímco v ostatních LEGO tématech byly maxifigurky nahrazeny minifigurkami, LEGO Homemaker až do svého konce maxifigurky zachovalo a minifigurky zde byly používány jako batolata.



Obrázek 2 Set 276: Zdravotní sestra a dítě, 1978 (vlevo); Set 297: Dětský pokoj, 1979 (vpravo) (Brickset.com)

Pokud se podíváme na reklamní materiál k řadě LEGO Homemaker, nejzajímavější bude katalog „Little Girls think Big“ pro dívky od 4 let, který se, kromě běžného katalogu výrobků z roku 1974, objevil ve Velké Británii. Jsou zde představeny čtyři sety obsahující nové maxifigurky, dále sety z řady Basic obsahující domy a jiné budovy, a kompletní řada produktů LEGO Homemaker, která byla v tomto roce dostupná. Přiložený text se zaměřuje na možnosti hraní s těmito novými sety, především jejich variabilitu. U řady Basic stojí například: „...můžete postavit, co chcete. Nový dům pro rodinu. Nebo proč nepostavit třeba karavan?“ (The LEGO Group, 1974). Homemaker zase představuje možnosti napodobování domácích prací: „Toho dne shořel v nové kuchyni oběd... Mohlo se toho ale stát více: potopa v koupelně, nové miminko v dětském pokoji nebo oslava v obývacím pokoji.“ (The LEGO Group, 1974). Důležitá je však poslední stránka katalogu. Je na ní zpráva pro rodiče:

*„Potřeba tvořit je stejně silná u všech dětí, u chlapců a u dívek.*

*Jde hlavně o představivost, ne o dovednost. Postavíte cokoli si představíte, tak, jak chcete. Postel nebo nákladní auto. Domeček pro panenky nebo vesmírnou loď.*

*Mnoho chlapců má rádo domečky pro panenky. Ty jsou více lidské než vesmírné lodě. Mnoho dívek upřednostňuje vesmírné lodě. Ty jsou více vzrušující než domečky pro panenky.*

*Nejdůležitější je, vložit do jejich rukou tu správnou hmotu a nechat je, ať si tvoří, co se jim zamane.“ (The LEGO Group, 1974)*

Tato zpráva nám potvrzuje, že existovala snaha o zachování filozofie firmy a LEGO produkty byly vskutku určeny pro všechny děti, bez ohledu na jejich obsah. Pokud si tuto zprávu srovnáme se samotným názvem katalogu „Little Girls think Big“ nebo katalogem z roku 1971, který představuje řadu Homemaker jako „Nábytek pro panenky speciálně pro dívky“ a katalogem z roku 1978 jako produkty „Především pro dívky,“ dalo by se předpokládat, že firma neupouštěla od své filozofie, ale pouze se snažila přilákat více rodičů s dcerami ke koupi LEGO stavebnic. V katalozích i na některých setech se objevují ilustrační fotografie dětí, které si se sety hrají, a pokud se budeme řídit trendy v oblečení a účesech dětí v 70. letech, můžeme odhadnout, že u produktů LEGO Homemaker se objevují, až na jednu výjimku (231: Nemocnice), pouze dívky. U ostatních LEGO produktů zase bývají vyobrazení buď pouze chlapci nebo chlapci i dívky.

Jak napovídá samotný název, řada LEGO Homemaker byla zaměřena na realitu života ženy v 70. letech. Zatímco dnes by podobné téma vzbudilo jistě kritiku, v kontextu doby není ničím neobvyklým. Naopak můžeme ocenit snahu normalizovat dětskou hru s hračkami, které společnost přisuzovala opačnému pohlaví. I když není řada v dnešních očích ideální, stále je svou kompatibilitou s jinými sety, barevných schématem a možnostmi hry lepší než její pozdější nástupci.

### **3.2 LEGO Paradisa (1992–1997)**

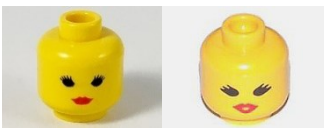


Trvalo deset let, než se objevila nová řada produktů, které by byly cíleny primárně na dívky, a LEGO System zatím rozšiřovalo nabídku z témat Town, Castle, Space a nově i Pirates. Právě LEGO Town dostalo v roce 1992 podtéma nazvané Paradisa, které vyobrazovalo letní dovolenou u moře.



Obrázek 3 Set 6410: Cabana Beach, 1994 (vlevo); Set 6418: Country Club, 1996 (vpravo) (Brickset.com)

Sety z řady LEGO Paradisa se na první pohled liší od ostatních setů té doby, a to svou barevnou paletou. Převažuje zde bílá barva a dva nové pastelové odstíny – růžová a světle zelená. Obsahově se sety zabývají vodními sporty, jezdeckvím na koni a jinými volnočasovými aktivitami. U LEGO minifigurek byly novinkou tři nové obličejje, dva s červenými rty a řasami, jeden s pihami, a nové vlasy v culíku. To vedlo, společně s novými trupy s femininním designem, k jasnějšímu odlišení femininních a maskulinních minifigurek, genderová neutrálnost u mnoha však zůstala. S tímto krokem je potěšující ta skutečnost, že byl počet femininních a maskulinních minifigurek v setech LEGO Paradisa celkem vyrovnaný.

Tabulka 1 Celkový počet jednotlivých obličejů zařazených jako femininni, maskulinni a genderově neutrální a jejich procentuální podíl v setech LEGO Paradisa (zdroj fotografií: BrickLink)

Design obličejje	n	%
	25	47,17
	16	30,19
	12	22,64

Tzv. „pinkification“ se sice zakládá na genderových stereotypch, obsahy setů LEGO Paradisa by ale za určitých okolností nemusely být označovány jako genderově stereotypní, pouze by rozšiřovaly témata obsažená v LEGO produktech. Především by ale muselo dojít



k tomu, že by se vyrovnanost počtu femininních a maskulinních minifigurek přenesla i do ostatních témat, což se bohužel nestalo. Femininní minifigurky se i nadále objevovaly v ostatních setech v menším počtu, a navíc vykonávaly primárně volnočasové aktivity, zatímco maskulinní představovaly povolání jako policisté nebo hasiči.

Vytvořit růžovou verzi již existující hračky se nám může zdát jako laciný trik, jak si získat děti, které si s danou hračkou běžně nehrají, LEGO Paradisa ale pro firmu zafungovalo dobře. Nejenže přilákalo ke stavění dívky, ale bylo oblíbené i u chlapců (Selvin in Los Angeles Times, 1993). Další pokusy o vytvoření LEGO stavebnice pro dívky se vydaly ještě dál a nejenže to byly cesty růžovější a pastelovější, od tradiční stavebnice se začaly vzdalovat i svými prvky.

### 3.3 LEGO Belville (1994–2009)

Při dalším pokusu přilákat dívky ke hře se stavebnicí vsadila LEGO Group na jistotu a k novým setům, které se zpočátku opět zabývaly hrou v domácnosti a trávením volného času, přidala princezny. LEGO Belville se poprvé objevilo v roce 1994 a spojovalo vlastnosti předchozích dvou LEGO témat zaměřených na dívky – větších součástek a větších figurek LEGO Homemaker a růžového světa LEGO Paradisa.



Obrázek 4 Set 5860: Love 'N' Lullabies, 1994 (vlevo); Set 5942: Pop Studio, 2004 (vpravo) (Brickset.com)

Oproti LEGO Paradisa se LEGO Belville barev opravdu nebálo, s jeho příchodem byly dokonce spojeny tři nové barvy – „dark pink,“ „light violet“ a „light yellow.“ Ať šlo o jasné barvy nebo barvy pastelové, z hlediska barevné palety bylo téma na svou dobu velmi bohaté. Jediná barva, která se objevovala v setech pouze výjimečně byla černá. Ve srovnání

s jinými sety LEGO System z roku 1994 vystupuje téma z řady, kromě LEGO Belville a LEGO Paradisa byly totiž v setech využívány primárně pouze základní barvy. LEGO Belville tím dosáhlo prozatímního vrcholu „pinkification“ LEGO stavebnice a svými součástkami se začalo vzdalovat dále od klasického obrazu LEGO kostek.

Zatímco LEGO Homemaker vytvořilo figurky o velikosti panenek z kostek, LEGO Belville vsadilo na figurky, které byly více pohyblivé, ale nedaly se rozložit. Rozmanitější pohyblivost figurek byla založena na kulových kloubech, jejich kompatibilita se stavebnicí byla však minimální. Kromě uchopení příslušenství dlaněmi, přichycení chodidel ke kostkám a u některých figurek umístění doplňků do otvoru na vrcholu hlavy nebyla možnost figurku se stavebnicí spojit. Další novinkou pro LEGO figurky byly látkové doplňky, které Belville figurky nosily jako odstranitelné části oblečení, především jako sukně.



Obrázek 5 LEGO Belville figurka princezny Rosalind bez doplňků (vlevo) a s doplňky (vpravo) (BrickLink)

Vzhledem k velikosti nových figurek bylo nutné zvětšit samotné prostory a objekty v setech. Toho se stejně jako u LEGO Homemaker dosáhlo zvětšením součástek, čímž se výrazně snížila doba stavění a zvýšila cena za součástku. Pro srovnání, za téměř totožnou cenu bylo možné sehnat LEGO Belville set 5860: Love 'N' Lullabies (Obrázek 4) s 52 součástkami a LEGO Paradisa set 6410: Cabana Beach (Obrázek 3) se skoro trojnásobným počtem kostek (152). Některé menší sety obsahovaly dokonce pouze figurky, u kterých bylo jen 5–9 součástek jako doplňky. Zvětšení scén v setech do velikosti komplementující figurky je pochopitelné, zvětšení součástek ale bohužel snižuje dobu strávenou stavbou či případnou přestavbou, čímž se zmenšují výhody plynoucí z podobné hry.

Co se týče obsahu setů LEGO Belville z hlediska tematiky, zprvu se věnovala, stejně jako předchozí témata zaměřená na dívky, hlavně času strávenému v domácnosti, péči o děti,

jezdecktím na koni a volnočasovým aktivitám. Výjimkou byl set 5875: Belville Hospital Ward, který zobrazoval lékaře a zdravotní sestru ošetřující dvě děti. V roce 1999 ale změnilo LEGO Belville směr a začalo zobrazovat příběhy z fiktivních pohádkových příběhů o princeznách, princích, vílách a čarodějnicích. K původnímu tématu každodenního života se sety vrátily pouze v letech 2004 a 2008, jinak se věnovaly výhradně pohádkovým příběhům.



Obrázek 6 Set 5804: Zlá čarodějnice, 1999 (vlevo); Set 5834: Kouzelná zahrada, 2001 (vpravo) (Brickset.com)

První pohádkový příběh, který sety zobrazovaly, byl o princezně Rosalin, která v něm však ztvárnila celkem pasivní roli.

*„Bylo nebylo, dávno tomu – žil, byl jeden král ve svém zámku společně s dcerou, krásnou princeznou Rosalinou. Jednoho dne přijel z dalekého království princ Justin, který se o princezně doslechl. Na své cestě však potkal zlou čarodějnici a ta mu dala vypít kouzelný lektvar, když ho vypil, okamžitě zapomněl, kdo vlastně je. Přijel do zámku a nechal se najmout do královské konírny. Až malá hodná víla vysvobodila jednoho dne prince Justina z prokletí a...“ (The LEGO Group, 1999)*

*„Když se princ Justin probudil, zamiloval se do princezny Rosaliny a všichni na zámku byli velmi šťastní.“ (The LEGO Group, 1999)*

Jak je již z popisu z katalogu produktů roku 1999 patrné, sama princezna toho v příběhu moc nedělá. V popisech jednotlivých setů pouze „sní o svém princovi a královské svatbě“ nebo „čeká na prince“ (The LEGO Group, 1999). Jedinými aktivními účastníky příběhu jsou víly, čarodějnice, a částečně princ. O králi a Iris, nejlepší přítelkyni princezny, kteří se objevují každý ve dvou z devíti setů, se příběh ani nezmiňuje. Sety následujícího roku postavy ani příběh více nepřibližují, pouze přidávají do příběhu dvě nové postavy, královnu víl a zlou královnu. Vzhledem k tomu, že jde o první výpravu LEGO produktů do světa princezen, lze

ji považovat za velmi slabý pokus. Příběh je jednoduchý, nezajímavý a bez dobrodružství, které jiné sety té doby nabízely.

V následujících letech bylo vymýšlení příběhů LEGO Belville princezen ponecháno na dětech a sety obsahovaly pouze potřebné stavby a figurky. V setech z roku 2001 byly představeny čtyři princezny, které nepotřebovaly prince, pouze zábavu. Svět těchto princezen se točil především okolo zvířat, květin, zpěvu a večírků. Aby to ale nevypadalo, že se princezny zajímají pouze o zábavu, sety z roku 2002 představily nový zimní palác, kde se mohla královna starat o malé prince a princezny. Variace zimních a letních paláců, obydlí víl a jiné scény z pohádkového života princezen pokračovaly až do konce tématu. Z toho vybočovaly pouze sety z roku 2005, které byly založené na pohádkách Hanse Christiana Andersena.

LEGO Belville dostalo stavebnici do světa plného genderových stereotypů, který většinou obsahoval ženy a dívky v rolích princezen, pečovatelek nebo žen v domácnosti, zatímco maskulinní figurky, kterých bylo v setech málo, představovali postavy s autoritou a mocí. Pokud už žena moc měla, byla zápornou postavou nebo její moc spočívala v magii. I přesto lze ale řadu považovat za jednu z úspěšnějších nabídek pro dívky v průběhu let, vzhledem k dlouhé produkci setů LEGO Belville, což vyniká i ve srovnání s tématem, které ho následovalo.

### **3.4 LEGO Scala (1997–2001)**

Zjednodušení stavění LEGO setů vytvořených primárně pro dívky došlo v roce 1997 ještě dál a součástky i figurky obsažené v setech tématu LEGO Scala nebyly téměř rozpoznatelné jako LEGO kostky. Nové figurky byly podobné jiné oblíbené hračce – panence Barbie® od firmy Mattel, Inc.

Ještě než se v roce 1997 objevilo téma LEGO Scala s panenkami, jeho název nesla v letech 1979 a 1980 řada 9 malých setů s LEGO šperky. Náramky, náhrdelníky, prsteny a příruční zrcátko byly složené z LEGO kostek, na kterých byly natištěny přírodní motivy, geometrické tvary a čísla. Na obalech těchto setů byly vyobrazeny dívky na louce, které si



se šperky hrály. Vzhledem k relativně krátké době produkce prvních LEGO Scala setů nebyla jejich popularita a prodejnost vysoká.



Obrázek 7 Set 311: Přívěsek, 1979 (vlevo); Set 4307: Prsteny, 1980 (vpravo) (Brickset.com)

Od roku 1997 do roku 2001 už ale mělo téma LEGO Scala jiný obsah, a protože bylo zaměřené primárně na hru dívek, věnovalo se samozřejmě životu v domácnosti a volnočasovým aktivitám. Světem LEGO Scala doprovázel život Emmy a její rodiny, rodiči Christianem a Sophií a malým bratrem Thomasem. Barevná paleta zůstala podobná jako u LEGO Belville s především jasnými a pastelovými barvami. V rámci tématu se dokonce barevná paleta LEGO kostek rozšířila o 7 nových barev. Hlavní změnou u LEGO kostek byl ale nový spojovací systém ve tvaru květu (Obrázek 9), který zde nahradil klasické horní spojovací části kostek (v angličtině „studs“). S klasickými kostkami sice kompatibilní byl, ne však se všemi. Kromě látkových součástí byly novinkou také součástky z papírových a pěnových materiálů.



Obrázek 8 Set 3201: Obývací pokoj, 1997 (vlevo); Set 3115: Kuchyně, 1998 (uprostřed); Set 3144: Napajedlo, 1999 (vpravo) (Brickset.com)

Součástky v setech byly znovu zvětšeny, aby se mohly prostory přizpůsobit Scala figurkám. Budovy se sestavovaly pomocí konstrukce pilířů a zdí, do kterých se dále upevňovalo vybavení bytu. Vše bylo postaveno na velkých základových deskách s již zmíněným spojovacím systémem ve tvaru květů. Nábytek a jiné vybavení bytu nebyly oproti

LEGO Belville sestavené z kostek a jednalo se o ucelené, velké součástky. Co se tedy týče procesu sestavování setu, oproti běžným LEGO setům bylo ještě rychlejší a jednodušší. Krabice, do kterých byly jednotlivé sety zabaleny, byly první rok růžové s kytíčkami, v roce 1998 ale přešel jejich design k pestrým barvám duhy. Také vyobrazení setu se změnilo a instrukce ukazovaly hromadu součástek, které měly evokovat zážitek ze stavění (Obrázek 8). Z celkem 62 setů mezi lety 1997–2001 obsahovalo 20 setů rodinné domy a jednotlivé pokoje, 14 setů samostatné Scala figurky s oblečením, 13 setů náhradní oblečení a příslušenství pro figurky, 13 setů zobrazovalo volnočasové aktivity a 2 sety obsahovaly pouze domácí mazlíčky. Zde je vidět, že se LEGO témata zaměřená na dívky tematicky moc neposouvala a možná právě vznik LEGO Scala vedl k odklonění LEGO Belville do světa pohádek.



Obrázek 9 Figurka Emmy bez oblečení (vlevo) a s oblečením (uprostřed); Vzor na LEGO Scala součástce (vpravo)  
(BrickLink)

Nové Scala figurky, které sdílely podobnost s panenkami Barbie, byly ještě vyšší než Belville figurky, měly ale méně kulových kloubů a jejich kompatibilita s kostkami spočívala pouze v uchopení příslušenství rukama. Jediným způsobem, jak připevnit figurku, aby stála na kostkách, bylo nasazením bot. Co se týče oblečení, to bylo pouze látkové, nikoli natištěné na těle jako u Belville figurek, samotné panenky byly tedy „nahé“ (Obrázek 9). Oblečení se dalo dokoupit v samostatných setech, které neobsahovaly žádné kostky. Figurky byly v několika provedeních, lišily se barvou a stylem vlasů, výškou postavy a barvou pleti. Maskulinní figurka byla pouze jedna, otec rodiny z příběhu jménem Christian, femininní figurky se objevovaly v 10 různých variantách. Sety také obsahovaly novou figurku batolete nebo figurky domácích zvířat, které ale kulové klouby neměly.

LEGO Scala nebylo úspěšné (Catón in The LEGO Group, 2021a), čemuž odpovídá i krátká doba jeho produkce. Ať už byla důvodem jeho nízká kompatibilita s běžnou LEGO stavebnicí a méně stavebních možností, jeho podobnost s jinou hračkou na trhu nebo jeho koexistence s LEGO Belville, téma zanechalo svou stopu a některé jeho součástky se používají dodnes. A byla to možná právě první inkarnace LEGO Scala z let 1979–1980, která inspirovala další pokus LEGO Group vytvořit nové téma pro dívky.

### 3.5 LEGO Klikits (2003–2006)

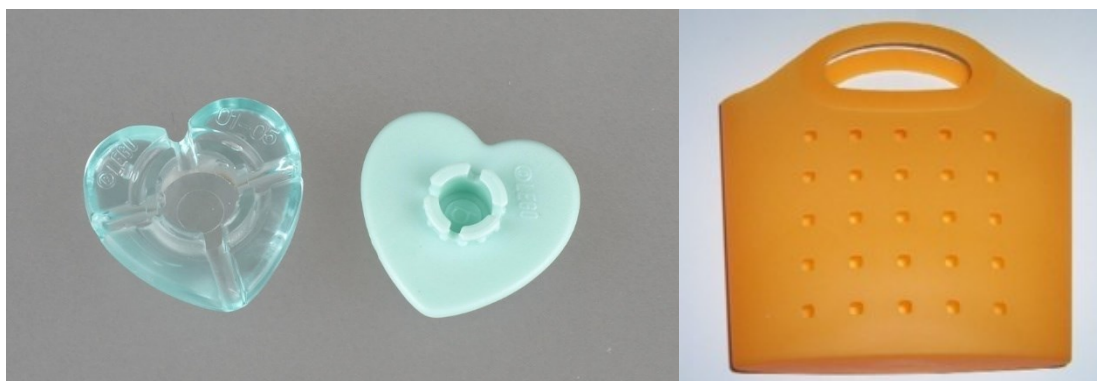
Po více jak dvaceti letech od prvního pokusu vytvořit pod značkou LEGO Scala šperky dala LEGO Group do prodeje novou řadu doplňků. Pod názvem LEGO Klikits vznikly doplňky pro úpravu vzhledu i dětského pokoje, jejichž hlavním cílem hry bylo upravení designu větších součástí pomocí těch malých. O stavbě z kostek se tedy nedalo moc mluvit, téma se soustředilo spíše na rozvíjení kreativity dětí.



Obrázek 10 Set 7507: Jewels-n-Rings, 2003 (BrickLink)

Produkty z řady LEGO Klikits využívaly pouze nové součástky a jejich kompatibilita s běžnými LEGO kostkami byla minimální. Nejdůležitějšími byly dvě součástky, jedna s „kolíčkem“ a jedna s „jamkou“ (Obrázek 11) které se do sebe zacvakly, z čehož také pochází název tématu (anglické slovo „click“). Ty existovaly v různých tvarech, především však ve tvaru přírodních motivů a geometrických tvarů. Kompatibilní s LEGO kostkou byla pouze součástka s „jamkou,“ ta s „kolíčkem“ se sice do kostky dala zapojit, ale mohlo dojít k poškození (Brickset, 2019). Dále existovaly součástky, které se mezi tyto dvě daly vložit, ty byly ale vyrobené z tenkých a ohebných papírových, plastových či pěnových materiálů. Všechny tyto součástky se přidělovaly k dalším, větším součástkám ve tvaru kabelek,

náramků, náhrdelníků, prstenů, sponek do vlasů, hřebenů, zápisníků, úložných krabic, rámu na obrázky i polštářů.



Obrázek 11 Součástky LEGO Clikits: součástka s „jamkou“ a součástka s „količkem“ (vlevo) (Brickset.com, 2019), kabelka s otvory na připevnění doplňků (vpravo) (BrickLink)

Barevné schéma se soustředilo okolo tří postav dívek, které představovaly tři hlavní motivy součástek. V setech s růžovými součástkami ve tvaru srdce byla zobrazována Heart, u oranžových součástek ve tvaru květů Daisy a u modrých součástek ve tvaru hvězd Star. Sety obsahovaly i součástky v jiných barvách, jednalo se ale většinou o barvy transparentní. V katalogích z roku 2004 jsou produkty LEGO Clikits zařazeny společně se sety LEGO Belville pod označením „Speciálně pro dívky“ a fotografie produktů doprovází tři dívky podobné třem postavám tématu (The LEGO Group, 2004a). Příložený text představuje téma jako „módní sestavu,“ která se dá „kombinovat a spojovat dohromady podle libosti – a společně se svými kamarádkami!“ (The LEGO Group, 2004b).

LEGO Clikits vzniklo v době, kdy se LEGO Group finančně nedařilo, a ostatní témata byla výrazně zaměřena na chlapce (Wieners, 2011). Společně s LEGO Belville, které bylo v prodeji ve stejné době, tvořily vskutku něco vedlejšího, co se od ostatních setů lišilo nejen barvou, ale hlavně systémem stavby. Je otázkou, proč trvalo téměř 20 let od vzniku LEGO Paradisa než firma vytvořila stavebnice pro dívky, které byly alespoň v podobném měřítku a se stejnými součástkami jako jiné stavebnice své doby. Ale i LEGO doplňky se později dočkaly nové podoby, ve srovnání s LEGO Clikits jsou však více než ideální.



### 3.6 LEGO Minifigures (2010–současnost)

Téma LEGO Minifigures, někdy nazývané Collectible Minifigures, obsahuje série minifigurek, které vychází od roku 2010 třikrát až čtyřikrát do roka. Jedná se o minifigurky s příslušenstvím, které jsou individuálně balené do neprůhledných sáčků, jejichž obsah je pro kupujícího záhadou. K lednu 2022 vyšlo celkem 22 běžných sérií a 16 speciálních sérií (ty bývají inspirované skutečnými lidmi nebo postavami z filmů a televize). Počet unikátních minifigurek na sérii je ve většině případů 16, u některých se ale rozmezí pohybuje mezi 9 až 22 minifigurkami.

Téma vybočuje z řady probíraných témat zaměřených na dívky, protože takové zařazení nemá, je na něm ale zajímavé zastoupení maskulinních, femininních a genderově neutrálních minifigurek v průběhu let. Na Tabulce 2 vidíme, že se rozdíl mezi počtem maskulinních a femininních minifigurek v každé sérii během 10 let od vzniku tématu snížil. Při vytváření grafu byly minifigurky do kategorií „maskulinní“ a „femininní“ řazeny podle oficiálních jmen (Lizard Man, Bunny Suit Guy, Pizza Delivery Man a Viking Woman, Lady Robot, Elephant Girl) a vzhledu minifurky. Zatímco maskulinní minifigurky mají na trup natištěný pouze design oděvu, femininní mají navíc tiskem zúžený pas a zvýrazněnou linii ňader. Liší se také jejich obličej, maskulinní minifigurky mají jako základ úst pouze čárku, u femininních jsou vyznačené i rty. Femininní minifigurky mají také navíc řasy, které maskulinní minifigurky nemají. Jako genderově neutrální byly zařazeny minifigurky, které nelze podle těchto kritérií určit. Patří mezi ně především roboti, mimozemšťani a různá monstra.



Obrázek 12 Příklady minifigurek (zleva doprava): Caveman (1. série), Lifeguard (2. série), Scientist (11. série), Lifeguard (12. série), Plant Monster (14. série) (BrickLink)

Tabulka 2 Celkový počet maskulinních, femininních a genderově neutrálních minifigurek v každé sérii a jejich procentuální podíl

Série	Maskulinní		Femininní		G. neutrální		Celkem
	n	%	n	%	n	%	
1.	12	75	2	12,5	2	12,5	16
2.	13	81,25	3	18,75	0	0	16
3.	11	68,75	3	18,75	2	12,5	16
4.	13	81,25	3	18,75	0	0	16
5.	12	75	4	25	0	0	16
6.	9	56,25	5	31,25	2	12,5	16
7.	11	68,75	5	31,25	0	0	16
8.	10	62,5	5	31,25	1	6,25	16
9.	9	56,25	5	31,25	2	12,5	16
10.	12	70,59	5	29,41	0	0	17
11.	7	43,75	5	31,25	4	25	16
12.	11	68,75	5	31,25	0	0	16
13.	9	56,25	5	31,25	2	12,5	16
14.	6	37,5	5	31,25	5	31,25	16
15.	10	62,5	5	31,25	1	6,25	16
16.	11	68,75	5	31,25	0	0	16
17.	11	68,75	5	31,25	0	0	16
18.	10	58,82	6	35,29	1	5,882	17
19.	8	50	7	43,75	1	6,25	16
20.	8	50	8	50	0	0	16
21.	6	50	5	41,67	1	8,333	12
22.	5	41,67	5	41,67	2	16,67	12

Podobný posun jako na Tabulce 2 lze vidět i v jiných oblíbených tématech, jako je například LEGO City (Tabulka 3). Největším přínosem snížení rozdílu mezi maskulinními a femininními minifigurkami je vyobrazení žen, ale i mužů, v pozicích, které neodpovídají zažitým genderovým rolím. Díky tomu osidlují v dnešních LEGO City setech polovinu hasičských i policejních stanic, nemocnic, ale i zlodějských doupat, femininní figurky. Vzhledem k jejich opomíjení v historii produktů je zcela jistě načase.

Tabulka 3 Celkový počet femininních a maskulinních minipanenek v průběhu let a jejich procentuální podíl v setech LEGO City

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
M	n	55	59	59	89	77	89	96	76	80	83	76	65
	%	84,6	92,2	85,5	88,1	85,6	74,8	70,1	59,4	64	59,7	61,8	58,6
F	n	10	5	10	12	13	30	41	52	45	56	47	46
	%	15,4	7,81	14,5	11,9	14,4	25,2	29,9	40,6	36	40,3	38,2	41,4
Celkem		65	64	69	101	90	119	137	128	125	139	123	111



Obrázek 13 Příklady minifigurek (zleva doprava): Clockwork Robot (6. série), Lady Robot (11. série), Cyclops (9. série), Lady Cyclops (13. série) (Bricklink)

Minifigurky z tématu LEGO Minifigures zpočátku reflektovaly genderové role ve společnosti a role femininních minifigurek odpovídaly genderovým stereotypům. I to se ale časem změnilo a od roztleskávačky, zdravotní sestry, čarodějnice, popové hvězdy a plavčice v prvních dvou sériích se role ženy posunula dále i k mytickým bojovnicím nebo do STEM<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Termín spojující 4 akademické disciplíny: vědu, technologie, inženýrství a matematiku.

profesí. Při pohledu na minifigurky v jednotlivých sériích si také můžeme všimnout snahy vytvořit postupně maskulinní i femininní verze dané minifigurky – např. tenistka ze 3. série a tenista z 9. série nebo surfaři ze 2. a 17. série a surfařky ze 4. a 21. série. Tato snaha se však může někdy zvrtnout a vzniknou bizarní genderově stereotypní minifigurky, jako například Lady Robot z 11. série nebo Lady Cyclops ze 13. série (Obrázek 13). Obě minifigurky se od svých protějšků liší výrazným make-upem a v případě Lady Robot růžovými dekoracemi naznačujícími dekolt.

Tím se dostáváme k problému v designu femininních minifigurek nejen zde, ale i v jiných tématech. Jak již bylo řečeno výše, femininní minifigurky nemají na trupu natištěný pouze oděv, ale mívají tiskem naznačené i menší boky a zvýrazněnou linii ňader. Jde o další indicie, jak poznat minifigurku ženy, které jsou založené na anatomii lidského těla. Minifigurka ale slouží k tomu, aby byla variabilní a její součástky se daly kombinovat do nekonečna možností. Pro děti bude zcela jistě zábavné přidělat hlavu vousatého pána na trup gymnastky s ňadry, většina z nich se ale bude i tak držet společenské představy o tom, jak má vypadat tělo muže a ženy. Nehledě na to, že i maskulinní minifigurky se svaly mají zachovaný původní tvar těla, pokud by tedy šlo o správnou anatomii, proč nepřidělat boky užší než ramena i jim?



Obrázek 14 Trup se zmenšeným pasem a zvýrazněnými ňadry použitý na minifigurce ženy (vlevo), minifigurce dívky (uprostřed), a upravený design z roku 2018 (vpravo) (BrickLink)

Vedle toho, že tento design trupu omezuje kreativitu dětí, i samotným designérům LEGO setů se podaří občas šlápnout vedle. Na Obrázku 14 je vidět trup použitý poprvé v roce 2011 na minifigurce ženy, v následujících letech se ale několikrát objevilo i na minifigurce malých dětí, na kterých vypadá opravdu zvláště. V roce 2018 byl tento trup upraven a výsledek lze nyní použít nejen na minifigurkách dětí, ale je obecně více genderově neutrální. Stejně jako mají mužská těla různé tvary, což minifigurky reflektují, ženská těla



jsou na tom stejně. Právě u femininních trupů minifigurek by byla tedy vítána větší diverzita, která se nesoustředí pouze na úzký pas a výrazná ňadra.

Právě díky tématu LEGO Minifigures mohou být femininní minifigurky opravdu čímkoli. Je tedy dobře, že toto dlouhotrvající téma v průběhu let začalo zobrazovat více femininních postav a průběžně opustilo i jejich stereotypní zobrazení. Díky tomu, že je téma přímočaré, lehce dostupné a ve srovnání s ostatními produkty levné, děti mohou svou LEGO sbírku obohatit o neobvyklé součástky a postavy, kterým se v jiných setech prostor nedostane.

### **3.7 LEGO Friends (2012–současnost)**

V prosinci 2011 vydala LEGO Group tiskovou zprávu, ve které představila nové téma, které mělo „poskytnout smysluplné možnosti hraní pro dívky po celém světě“ (Brickset, 2011). LEGO Friends bylo výsledkem čtyřleté antropologické studie s dívkami a jejich matkami, která měla porozumět tomu, co dívky očekávají při hraní se stavebnicemi. Podle Nanny Ulrich Gudum, senior kreativní ředitelky pro LEGO Group, chtějí dívky stejný zážitek ze stavění jako mají chlapci, ale způsobem, který naplňuje jejich unikátní touhu po stavění v kombinaci s realistickými tématy zaměřujícími se na přátelství a komunitu.

*„Oproti předchozím LEGO hračkám pro dívky, se LEGO Friends ve svém jádru neomlouvá za to, že je stavebnicí, a poprvé poskytuje možnosti stavění ve stejné míře jako naše klasická nabídka. LEGO Friends se liší tím, že poskytuje krásu, detaily, příslušenství, témata ze života a potřebu hraní s interiérem, které byly ve studii důležité pro dívky nad 5 let.“ (Brickset, 2011)*

Podle tehdejšího CEO, Jørgena Vig Knudstørpa, bylo načas prozkoumat předpoklad, že se dívky opravdu nezajímají o stavění, a následně vytvořit něco nového v kategorii hraček, která pro dívky většinou obsahuje prefabrikované možnosti hraní (Brickset, 2011).

Jak název napovídá, téma sleduje příběhy pěti kamarádek. Andrea, Emma, Mia, Olivie a Stephanie bydlí ve smyšleném městě Heartlake City a každá z nich má rozdílnou povahu a zájmy, které jsou reflektovány v jednotlivých setech.

*„Městečko se rozprostírá kolem jezera ve tvaru srdce nacházejícího se v jeho středu a má vše, co byste našli v každém opravdovém městě – jen v měřítku minipanenek. Jeho centrum je domovem kancelářských budov, nemocnice, obchodů, hotelů, parku a samozřejmě také pláže na břehu jezera. Mimo město mohou postavy LEGO Friends jezdit na koních, tábořit, plachtit nebo třeba vyrazit na túru.“ (The LEGO Group, 2021c)*

Zatímco populární téma LEGO City se zaměřuje více na povolání, LEGO Friends sleduje život ve městě spíše z pohledu každodenního života, volnočasových aktivit a osobních zájmů. První vlna setů z ledna 2012 obsahovala mimo jiné například městskou kavárnu, dům na stromě, obchod s doplňky, veterinářství či rodinný dům.

Vedle nových odstínů barev kostek (dvou zelených, dvou fialových a dvou modrých) představilo LEGO Friends i nové LEGO figurky, nazývané minipanenky (minidolls). Na žádosti dívek při výzkumu byly vytvořeny více realistické a stylizované figurky, které jsou podobně velké jako klasické minifigurky a jsou kompatibilní s jejich příslušenstvím a účesy/pokryvkami hlavy. Minipanenky byly později použity i v dalších čtyřech tématech – LEGO Disney Princess™ (od roku 2014), LEGO Elves (2015–2018), LEGO DC Super Heroes Girls™ (2017) a The LEGO Movie™ 2 (2019), které bylo založené na celovečerním filmu se stejným jménem a jehož sety poprvé obsahovaly současně minipanenky i minifigurky.



Obrázek 15 Anatomie minipanenky a minifigurky [Brickset.com]

Zatímco tělo minifigurky je více podobné kostce, minipanenky jsou štíhlejší a více se podobají klasickým panenkám. Nemají ani klasickou žlutou barvu hlavy a používají Lego barvy podobné barvám lidské pleti (barvy „light nougat“, „nougat“, „medium nougat“ a od roku 2022 také „reddish brown“). Minipanenky mají také vymodelované nosy, které minifigurky zcela postrádají, a femininní postavy ňadra, která bývají na minifigurkách naznačena tiskem. I když nebývá tisk upravující tělo minifigurky vždy ideální, zajišťuje alespoň částečnou variabilitu v tělesných proporcích. Oproti tomu minipanenky mají v horní části těla na výběr pouze ze dvou trupů, které se liší pouze velikostí ňader – ty jsou buď vystouplé nebo je část hrudi minipanenky plochá. Účesy a pokrývky hlavy vytvořené primárně pro minipanenky mají na několika místech otvory, do kterých se dají vložit doplňky.

Oproti minifigurkám nemají minipanenky samostatně pohyblivé nohy, obě se pohybují najednou a minipanenka může tedy jen vzpřímeně stát, předklonit se nebo sedět. Pohyblivá nejsou ani jejich zápěstí, která minifigurkám umožňují lépe manipulovat s příslušenstvím. Rozdíl je také v kompatibilitě s ostatními kostkami, část spojující trup s dolními končetinami lze u minifigurky spojit s běžnými kostkami (jedna z kostek byla například do roku 2018 používána jako sukně – viz Obrázek 14), tato část má však u minipanenek atypický spoj. Zatímco je tedy minipanenka „více realistická“, postrádá značný počet možností variace a kompatibility se stavebnicí a zdá se spíše jako štíhlá a zjednodušená verze minifigurky, která si může připevnit mašli do vlasů.

Třináct let před příchodem tématu LEGO Friends nesla stejný název i počítačová hra pro dívky, která se soustředila na kreativní spolupráci a komunikaci pomocí skládání hudby, choreografií tance a vytváření světelné show. Její příběh sledoval novou hudební skupinu složenou z pěti dívek, v mnohém se tedy podobala příběhu současného tématu. Hra vznikla v reakci na studii Eleny Catón z roku 1997, která zjistila, že si sice se stavebnicí LEGO hrají chlapci i dívky, v 8 letech ale začínají dívky hru se stavebnicí opouštět. LEGO Group chtěla využít zvětšujícího se trhu s počítačovými hrami, které děti v tomto věku začínali hrát. Stavebnice LEGO podle Catón nemá gender, problém ale vidí v marketingu výrobců hraček od 80. let, kteří hračky prezentovali jinak chlapcům a jinak dívkám. Vytvoření prostoru pouze pro dívky je podle ní v pořádku, nicméně přiřazovat k němu určité barvy a způsoby hry může být problematické (Catón in The LEGO Group, 2021a).

Na téma LEGO Friends se po jeho představení snesla vlna kritiky, která se zabývala především genderově stereotypním obsahem a použité barevné paletě. Mnoho rodičů i dětí se pozastavovalo nad tím, proč je potřeba vytvářet téma plné růžových a pastelových kostek a nové figurky podobné panenkám. Hlavní obavou bylo prohlubování genderových stereotypů vzhledem k zaměření tématu na volnočasové aktivity a úpravu vzhledu. Často se objevoval reklamní materiál (Obrázek 16) z roku 1981 s dívkou a její stavbou, který říká „What is it is beautiful.“ a který pro kritiky LEGO Friends představoval důkaz o genderově neutrální povaze stavebnice a jejímu zbytečnému dělení na stavebnice pro chlapce a stavebnice pro dívky (Shoemaker Richards a Cole, 2011; Cohen, 2011; Polo, 2012; Wade, 2012).

**What it is is beautiful.**

Have you ever seen anything like it? Not just what she's made, but how proud it's made her. It's a look you'll see whenever children build something all by themselves. No matter what they've created.

**Younger children build for fun.** LEGO® Universal Building Sets for children ages 3 to 7 have colorful bricks, wheels, and friendly LEGO people for lots and lots of fun.

**Older children build for realism.** LEGO Universal Building Sets for children 7-12 have more detailed pieces, like gears, rotors, and treaded tires for more realistic building. One set even has a motor.

LEGO Universal Building Sets will help your children discover something very, very special: themselves.

LEGO® is a registered trademark of Interlego A.G.  
© 1981 LEGO Group

**Universal Building Sets**

744  
112  
3-7 years old  
7-12 years old  
**LEGO**

Obrázek 16 Reklamní materiál z roku 1981 (Wade, 2012)

V reakci na odhalení prvních produktů LEGO Friends byla dokonce sepsána petice s názvem „Tell LEGO to stop selling out girls! #LiberateLego,“ která byla uzavřena s více než 68 000 podpisy (Shoemaker Richards a Cole, 2011). Členky feministického hnutí SPARK v petici žádaly LEGO Group, aby změnila marketingovou strategii a nedělila své produkty podle pohlaví. O LEGO Friends se také šířily mylné informace, které podněcovaly ještě větší rozhořčení. Mezi ně patřilo například to, že jsou produkty LEGO Friends zjednodušené či předem postavené, což zmiňovala i petice hnutí SPARK. Původem těchto informací mohl být předpoklad, že bude téma fungovat podobně jako předchozí témata zaměřená na dívky, LEGO Belville nebo LEGO Scala, která byla z pohledu stavby značně zjednodušená, především kvůli svým větším součástkám.

V lednu 2012, měsíc po oficiálním představení, vydala LEGO Group prohlášení, kde komentovala kritické ohlasy na LEGO Friends a vyvrátila chybné informace. Vzhledem k tomu, že má hra se stavebnicí pozitivní vliv na zručnost dětí, tak je podle Madse Nipperera, výkonného viceprezidenta marketingu, důležité, aby LEGO Group nabídla i produkty, které přivedou ke stavění více dívek. Podle studií však jejich tehdejší produkty u dívek nezvýšily zájem, rozhodly se tedy uspořádat již zmiňovaný výzkum, který vedl ke vzniku LEGO Friends. Mezi požadovanými změnami oproti tehdejším LEGO stavebnicím bylo více detailů, lepší interiér, jasnější barvy, realističtější figurky a zajímavý příběh.

*„Jsme nuceni objasnit nesprávné informace, které kolují o tom, co jsme vytvořili:*

- *Děti, které téma LEGO Friends zajímá, zažijí při stavění stejné zážitky se stejným přínosem pro vývoj, jako děti, které si vyberou kterékoli jiné LEGO téma.*
- *Produkty LEGO Friends vyžadují sestavení. Úroveň, rozsah a detaily stavění s LEGO jsou u této kolekce stejné jako u jiných LEGO témat a produktů.*
- *Jako u ostatních setů, využívá LEGO Friends vyzkoušený a věrný způsob balení LEGO elementů do sáčků a stejných instrukcí pro stavění, kterými jsme známi.*
- *Růžové kostky a elementy jsou obsaženy v LEGO setech po desetiletí. Nové barvy, které jsme v kolekci LEGO Friends představili, jsou dvě modré, dvě fialové a dvě zelené. Ty jsou výsledkem celosvětového výzkumu, který ukázal touhu po výraznější a jasnější barevné paletě, ze které se vytvoří ty nejzajímavější modely.*

- *Náš marketingový program pro LEGO Friends zrcadlí model, který používáme u každého LEGO tématu.*“ (The LEGO Group, 2012b)

V neposlední řadě se v prohlášení mluví i o domněnce, že je LEGO Friends jediným LEGO produktem pro dívky nebo že se jedná o produkty pouze pro dívky. LEGO Friends má být podle Nipperera pouze další součástí rozmanitosti LEGO produktů, ze kterých mohou rodiče vybírat stavebnice vhodné pro míru zručnosti a osobní zájmy svých dětí (The LEGO Group, 2012b). Tato domněnka se však zdá být celkem opodstatněná, vzhledem k tomu, že tisková zpráva mluvila o tématu především v souvislosti s možnostmi hraní pro dívky a jako o výsledku několikaleté studie s dívkami a jejich matkami.

Podle socioložky Lisy Wade (2012) je pro LEGO Group jednoduché prohlásit, že je téma výsledkem výzkumu s dívkami a použít ho jako výmluvu pro případné prohlubování genderových stereotypů. Snaha přilákat dívky zpět ke stavebnici by nebyla nutná, pokud by se firma v minulých letech držela svého pravidla a vyráběla stavebnice pro všechny děti, bez ohledu na gender. „Podle dívek není hračka pro ně, protože LEGO [Group] udělalo vše ve své moci, aby si tak myslely,“ píše Wade (2012) v reakci na článek „Lego is for girls“ z internetového magazínu Bloomberg Businessweek, který popisuje vznik tématu především z ekonomické stránky.

Na počátku 21. století měla LEGO Group finanční problémy a začala se soustředit primárně na stavebnice pro chlapce. Pro firmu se tento tah vyplatil a brzy se jí podařilo vrátit mezi nejúspěšnější výrobce hraček na světě. Snaha dostat ke hře se stavebnicí LEGO více dívek byla do vzniku LEGO Friends spíše neúspěšná, LEGO Group tedy investovala do několika měsíčního antropologického výzkumu. Podle tohoto výzkumu nemají dívky rády klasickou LEGO minifigurku a produkty pro ně nejsou vizuálně hezké. Problém se vzhledem minifigurky spočívá především v tom, že si s nimi chlapci hrají ve 3. osobě, zatímco dívky chtějí figurku, do které se mohou vžít a která jim bude podobná. Dívky si sice rády hrají se stavebnicí, ale jinak než chlapci – ti staví „lineárně“ a snaží se co nejrychleji dokončit produkt, který je vyobrazen na krabici. Dívky se oproti tomu při stavění zastavují a snaží se vyprávět příběh i s nedokončeným produktem. Podle článku si tým stojící za LEGO Friends uvědomuje, že zbořením starých stereotypů o dívčí hře může vytvořit nové (Wieners, 2011).

V reakci na petici hnutí SPARK se LEGO Group rozhodla sejít s jejími členkami za účelem probírat náměty a připomínky nadnesené v petici. Bailey Shoemaker Richards,

spoluautorka petice, se společně se třemi kolegyněmi z hnutí SPARK setkala 25. dubna 2012 se zástupci LEGO Group a tuto „příjemnou, produktivní a inspirativní“ schůzi zdokumentovala na webových stránkách hnutí (2012). Podle Richards bylo od začátku jasné, že jsou zástupci LEGO Group připraveni členky hnutí vyslechnout, chápou důvody k petici, a dokonce sdílejí některé jejich obavy. Zprvu bylo důležité probrat mediální zobrazení petice, kdy její autorky nevycházely z pocitu hněvu, jak bylo prezentováno, ale z pocitu zklamání. Hlavním cílem setkání bylo ale představit zástupcům společnosti tři požadavky. Zaprvé, zvýšit počet ženských postav ve všech LEGO produktech, kterých bylo výrazně méně než postav mužských. To vidí Richards jako potencionální důvod, proč si dívky nehrají tolik se stavebnicemi LEGO – necítí se vítané. Zadruhé, přidat dívky do více reklam na LEGO produkty a přidat chlapce do reklam na LEGO Friends, což by mohlo přivést děti k produktům, které by si běžně nevybrali. A zatřetí, rozšířit řadu LEGO Friends o produkty, které nejsou genderově stereotypní, a věnovat jim dostatek prostoru v reklamních materiálech. Podle zástupců LEGO Group byla část těchto požadavků již v řešení a členky hnutí SPARK odcházely ze setkání plné naděje.

I přes kritiku dokázalo LEGO Friends přilákat dívky a jejich rodiče a každoročně se od té doby řadí mezi nejprodávanější LEGO témata. Od počátku jsou menší sety vázané převážně k zájmům hlavních postav a ty větší představují budovy nebo události z města Heartlake. Zájmy a povahy pěti hlavních postav se během let výrazně neměnily – Andrea se zajímá především o zpěv a vystupování, Emma o umění a módu, Mia ráda tráví čas v přírodě a se zvířaty, Olivia vynalézá a Stephanie ráda sportuje.

Již zmiňovaná první vlna ze zimy 2012 obsahovala především sety, které uvedly děti do světa LEGO Friends. Letní vlna téhož roku rozšířila město Heartlake o letecký klub a tři sety z jezdeckého tábora. Podobné sety, kdy se ve vlně produktů objeví jednotné obsahové téma, začaly být od té doby běžné a hlavní postavy se díky nim vydávaly na společná dobrodružství. V letní vlně roku 2014 se například vydaly Andrea, Emma, Mia, Olivia a Stephanie v celkem pěti setech do džungle zachraňovat poraněná zvířata. V letní vlně následujícího roku přijela do města popová hvězda Livi, která se načas stala šestou hlavní postavou, a děti tak mohli s hlavními postavami prožít život pěvecké hvězdy. V zimě 2016 byl ukončen příběh s Livi a ve třech větších setech dostal prostor dobrodružný tábor, kde se hlavní postavy učily střelbu na terč a rafting. Polovina letních setů z roku 2016 se odehrávala



v zábavním parku, druhá polovina rozšířila město o uměleckou školu a další služby a podniky. Následující letní vlna obsahovala sety inspirované letními a zimními prázdninami a do města přibyla první nemocnice.

V roce 2018 prošlo LEGO Friends zásadní proměnou, především ve vzhledu postav. Designerský tým LEGO Friends nazval tyto změny evolucí tématu, která byla založena na ohlasu dětí a jejich rodičů.

*„Vycházeli jsme ze skutečného života a vytvořili postavy, které jsou vzhledově více rozmanité a mají barvitější osobnost. Samozřejmě stále bydlí v městě Heartlake, to je ale, stejně jako postavy, více různorodé a bohatší. Jsou zde různé čtvrti a ostatní obyvatelé hrají v příběhu aktivnější roli.“ (The Rambling Brick, 2017)*



Obrázek 17 Změny v designu postav v roce 2018 (zleva doprava: Andrea, Emma, Mia, Olivia a Stephanie) (ramblingbrick.com)

Největší změnou prošla Olivie, která má od roku 2018 tmavší barvu pleti, brýle a nový účes. Co se týče obsahu setů, rok 2018 přinesl především nové verze původních setů a barevnou paletu s výraznějšími barvami. Největším setem zimní vlny byl nový Dům přátelství, ve kterém se pět kamarádek setkává. V létě vyšlo pět setů, které se věnovaly závodění s motokárami a díky kterým mohli děti zažít s LEGO Friends nové dobrodružství, kterému se téma doposud nevěnovalo a které představovalo pozitivní změnu z pohledu genderově stereotypního obsahu setů.

Pro rok 2019 byly novinkou krabice ve tvaru srdce pro každou z hlavních postav, které obsahovaly minipanenku a příslušenství související se zálibami postavy. Velká verze



této krabice s Olivíí obsahovala pro LEGO Friends neobvyklé příslušenství. Vedle příslušenství pro princeznu, čarodějnici a pirátku zde totiž bylo i příslušenství pro hasičku, policistku, kosmonautku a vědkyni. Tyto profese bývají v setech LEGO City reprezentovány pravidelně, v setech z města Heartlake bychom je však (kromě vědeckých sklonů Olivie) hledaly marně. Právě tento set vrhá světlo na nedostatky setů LEGO Friends, které sice jsou o kamarádství pěti dívek a jejich zálibách, je ale také o životě ve městě, který se však podle obsahu setů zdá celkem omezený. To potvrzují i další sety v této vlně, které do města Heartlake přidávají již několikátou verzi veterinářství, stájí pro koně a kavárny. V letní vlně obsahovaly sety dvě nová podtémata – tři představily zábavní park na městském molu a čtyři se věnovaly záchraně mořských živočichů. Podtéma záchrany živočichů se v roce 2019 objevilo i v tématu LEGO City a bylo výsledkem partnerství mezi LEGO Group a National Geographic. Mělo za cíl zvýšit povědomí o lidském vlivu na životní prostředí a představit dětem kariéru v mořské biologii, strojírenství a ochraně přírody (The LEGO Group, 2019).

V zimě 2020 přibylo sice ve městě další kadeřnictví, děti se ale dočkaly i autobusu přátelství a nové nemocnice. Jedním ze setů bylo také „Luxusní kempování v přírodě“ („Nature Glamping“), ve kterém Mia a Olivia kempují ve velkém růžovém stanu s vířivkou. Glamping (glamorous camping) je elegantní verze kempování pro osoby, které chtějí trávit čas v přírodě pohodlně a spíše jako v hotelu. Vedle toho, že je set genderově stereotypní, nedává pro téma smysl. Nejen, že postavy nemají problém s normálním kempováním, jak se ukázalo v několika předchozích setech, do setu byla ale přidána i Mia, která „miluje přírodu a vše, co je venku“ a je „milovnicí kempování.“ Letní vlna představila další podtéma vzniklé ve spolupráci s National Geographic, tentokrát se ale Andrea, Emma, Mia, Olivia a Stephanie vydaly v pěti setech do džungle, kde zachraňovaly ohrožená zvířata jako slony, pandy, tygry, lenochody a alpaky (The LEGO Group, 2020). Rok 2021 přinesl do města Heartlake mnoho novinek. V setech LEGO Friends se poprvé objevily mikropanenky, které představují malé děti, a v setu s veterinářstvím se poprvé objevila i minipanenka se zrakovým postižením a vodícím psem (v LEGO City se ve stejné době objevila minifigurka s vodícím psem). Mezi budovami byl první park, kino a první verze školy od změny designu tématu v roce 2018.

Tabulka 4 Nejčastěji používané druhy budov a míst v Heartlake City v setech LEGO Friends

<b>Obsah setu</b>	<b>2012–2017</b>	<b>2018–2021</b>	<b>Celkem</b>
Veterinářství, záchrana zvířat	11	14	25
Stravovací zařízení (kavárna, restaurace, cukrárna)	9	7	16
Sportoviště a jiné sportovní aktivity	12	4	16
Jízdárna, stáje pro koně, převoz koňů	9	5	14
Zábavní park	4	8	12
Prázdninový dům, rekreační středisko	3	7	10
Pódium, show	6	4	10
Rodinný dům	4	3	7
Stánek s občerstvením	5	1	6
Koupaliště, bazén	4	2	6
Obchod s potravinami	4	2	6
Cestovní autobus, karavan	3	3	6
Obchody a služby spojené s úpravou vzhledu	2	3	5
Letiště, letecký klub	3	2	5
Umělecké studio	3	2	5
Obchody a služby pro domácí mazlíčky	2	3	5
Laboratoř, výzkumné vozidlo	3	1	4
Škola	2	1	3
Hotel	1	1	2
Obchodní dům	1	1	2
Nemocnice	1	1	2

Pokud se na sety LEGO Friends od roku 2012 do roku 2021 podíváme najednou (Tabulka 4), všimneme si, že nejčastějším tématem v setech bývá péče o zvířata, především v souvislosti s veterinářskou činností a jezdeckým na koni. Z města Heartlake se nejvíce objevují stravovací zařízení (např. kavárny a restaurace) a sportoviště. Služby a obchody spojené s úpravou vzhledu se tolik neobjevují, této kategorii se věnuje pouze 7 z 240 běžně dostupných setů s minipanenkami, mezi nimi tři kadeřnické salóny (roky vydání 2012, 2015 a 2020), dva obchodní domy (2014 a 2021) a dva obchody s oblečením a doplňky (2018 a 2020). Příslušenství na úpravu vzhledu (hřebeny, mašle apod.) se objevuje ve většině setů, bývá zde jako doplněk. Pokud vezmeme LEGO Friends jako téma cílené na dívky, více genderově stereotypním obsahem setů se vedle péče o vzhled zdá být péče o druhé, která je v setech všudypřítomná – přímé péči o zvířata se věnuje 61 z 240 setů, zvířata se ale objevují ve 162 setech. Péče o zvířata (zde často bezmocná a zraněná) je sice pozitivní činnost, LEGO

Friends se jí ale věnuje natolik, až se zdá, že je hlavním cílem tématu připravit dívky na mateřství a péči o druhé.

Přestože je LEGO Friends bohatě obsáhlým tématem, co se týče volnočasových aktivit a rozvíjení osobních zájmů, život ve městě Heartlake stále postrádá některé důležité momenty a místa. Na oficiálních stránkách tématu stojí:

*„[Hlavní postavy] dokážou být pečovatelkami i dělnicemi na stavbě, cukrářkami i pilotkami, zpěvačkami i vědkyněmi, umělkyněmi i trenérkami zvířat a vším ostatním. V podstatě vlastně čímkoli, co si vy (nebo vaše dítě) představíte. ...Čas od času se jim něco nevydaří, ale život není o dokonalosti. Je o využívání toho, co máme, o tom být zvědavý a nápomocný, vzájemně se podporovat a dávat do něj všechno.“*  
(The LEGO Group, 2021c)

Andrea, Emma, Mia, Olivia a Stephanie vyzkoušely velké množství různých povolání, stále ale zbývá mnoho dalších, kterým se téma věnuje pouze okrajově nebo vůbec. Text výše sice mluví o hře na jakékoli povolání, děti ale pro ni nemají v setech dostatek prostředků. Pro hru na policii, hasiče nebo kosmonauty sice existují především sety LEGO City, není ale důvod, proč podobné momenty nezasadit v nějaké míře i do města Heartlake a představit nové profese pro minipanenky (pro které tyto profese nejsou neznámé, jak značí již zmiňovaný set z roku 2019 s příslušenstvím pro policistu, hasiče a kosmonauta). I v LEGO Friends se totiž najdou běžné městské budovy, jako nemocnice nebo škola, které nesouvisí s volnočasovými aktivitami, je jich ale velmi málo. Jako pozitivní se může zdát, že v těchto setech zastupují profese jako je lékař pouze femininní minipanenky, to ale úzce souvisí s nízkým počtem minipanenek s těmito profesemi v setech a se zásadním problémem reprezentace v LEGO Friends.

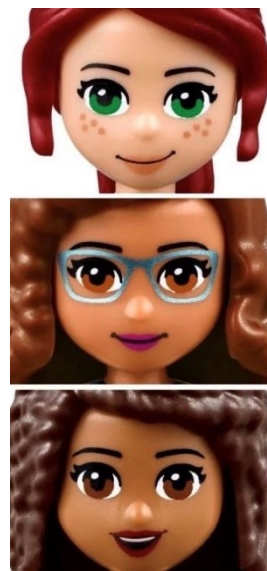
Jak si můžeme všimnout v Tabulce 5, LEGO Friends se potýká s přesně opačným problémem než jiná populární témata, v setech se totiž objevuje výrazně menší množství maskulinních minipanenek. Od roku 2012 do roku 2020 se v setech LEGO Friends objevilo ročně mezi 1 až 7 minipanenkami mužů a chlapců oproti 21 až 49 minipanenčkám žen a dívek. Minipanenky otců, bratrů a kamarádů hlavní pětice se také objevují převážně ve větších a dražších setech, čímž klesá jejich snadná dostupnost pro děti. Ano, téma je sice o pěti kamarádkách, pokud chce ale LEGO Group propagovat téma pro všechny děti, je nutné vytvořit možnosti hraní i pro chlapce. V tomto ohledu se lepší cestou vydalo další

téma s minipanenkami – LEGO Elves, které mělo jako hlavní postavy lidskou dívku, tři elfské dívky a jednoho elfího chlapce. U setů z roku 2021 je již situace lepší, počet maskulinních minipanenek a mikropanenek se zvedl na 13 ze 75, tedy 17,3 % celkového počtu. Prozatím nejlépe vypadá první vlna roku 2022, z dosud odhalených osmi setů obsahuje maskulinní minipanku nebo mikropanenku šest z nich, tři dokonce obsahují více než jednu.

Tabulka 5 Celkový počet femininních a maskulinních minipanenek v průběhu let a jejich procentuální podíl v setech LEGO Friends

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
F	n	33	21	27	35	41	36	39	40	49	62
	%	97,1	91,3	87,1	87,5	89,1	83,7	84,8	88,9	90,7	82,7
M	n	1	2	4	5	5	7	7	5	5	13
	%	2,94	8,7	12,9	12,5	10,9	16,3	15,2	11,1	9,26	17,3
Celkem		34	23	31	40	46	43	46	45	54	75

Vzhledem k použití barev podobných lidské pleti je zajímavý také poměr minipanenek s jednotlivými barvami. Vzhledem k novému designu LEGO Friends od roku 2018 a s ním spojenou změnou barvy pleti Olivie je Tabulka 6 rozdělená na období 2012–2017 a 2018–2021. Zde si můžeme všimnout, že se Andrea, jediná z kamarádek s barvou pleti „medium nougat,“ až do roku 2016 objevovala v menším počtu setů než její kamarádky s barvou pleti „light nougat.“ V letech 2012–2017 se Andrea objevila celkem ve 25 setech, Emma ve 27, Mia ve 32, Olivia ve 28 a Stephanie ve 33. Od roku 2018, kdy Olivia změnila barvu pleti na „nougat,“ do roku 2021 se v nejvíce setech objevily Mia (35), Emma (32), Stephanie (30), Olivia (29) a nejméně znovu Andrea (25). Počet užití hlavních postav s tmavší barvou pleti by se měl v LEGO Friends zcela jistě zprůměrovat na stejný počet, ve kterém se objevují zbylé hlavní postavy. U vedlejších postav (Tabulka 7) je situace velmi proměnlivá, barva „nougat“ byla na vedlejší postavě poprvé použita až v roce 2020, zatímco barva „medium nougat“ byla



Obrázek 18 Barvy obličejů, odshora: „light nougat,“ „nougat“ a „medium nougat“ (ramblingbrick.com)

použita v roce 2014 až na 40 % vedlejších postav, v letech 2019 a 2020 ale nebyla použita vůbec. V roce 2021 byla reprezentace barev pleti v LEGO Friends na dobré cestě, poprvé se totiž v setech objevila Andrey rodina a zvýšila tak počet vedlejších postav s barvou „medium nougat.“ V dosud odhalených setech roku 2022 se nově objevily i minipanenky s barvou pleti „reddish brown,“ která je v tématech založených na duševním vlastnictví běžně používána na postavy afro-amerického původu. Na Obrázku 18 je barva „reddish brown“ použita jako barva vlasů prostřední postavy.

Tabulka 6 Počet setů a procentuální podíl z celkového počtu setů během let, ve kterých se objevily jednotlivé hlavní postavy

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
A	n	3	2	3	4	7	6	7	5	7	6
	%	13	13,3	15,8	16,7	24,1	20,7	25	21,7	29,2	23,1
E	n	5	3	4	5	6	4	7	7	9	9
	%	21,7	20	21,1	20,8	20,7	13,8	25	30,4	37,5	34,6
M	n	5	3	5	5	6	8	7	9	9	10
	%	21,7	20	26,3	20,8	20,7	27,6	25	39,1	37,5	38,5
O	n	6	2	4	5	6	5	7	6	8	8
	%	26,1	13,3	21,1	20,8	20,7	17,2	25	26,1	33,3	30,8
S	n	5	4	5	5	7	7	8	7	8	7
	%	21,7	26,7	26,3	20,8	24,1	24,1	28,6	30,4	33,3	26,9
Počet setů		23	15	19	24	29	29	28	23	24	26

Tabulka 7 Počet a procentuální podíl z celkového počtu vedlejších postav během let podle použité barvy pleti

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
L. nougat	n	8	6	6	13	13	9	8	11	13	20
	%	72,7	66,7	60	81,3	92,9	69,2	80	100	92,9	57,1
Nougat	n	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	7,14	22,9
M. nougat	n	3	3	4	3	1	4	2	0	0	7
	%	27,3	33,3	40	18,8	7,14	30,8	20	0	0	20
Celkem		11	9	10	16	14	13	10	11	14	35



Obrázek 19 V levém sloupci sady z roku 2012: 3183: Senzační kabriolet Stephanie, 3061: Kavárna v parku, 3315: Olivia a její dům; v pravém sloupci sady z roku 2021: 41443: Olivia a její elektromobil, 41444: Bio kavárna v městečku Heartlake, 41449: Andrea a její rodinný dům (Brickset.com)

Co se týče barev kostek v setech, které byly od počátku kritizovány kvůli vysokému podílu růžových, fialových a pastelových barev, situace se zlepšila, především po změnách v roce 2018. Pro srovnání nám poslouží sady z let 2012 a 2021, které mají podobný obsah a ve kterých je vidět posun od světlých, pastelových barev s převažující růžovou, fialovou a červenou, k mnohem bohatší barevné paletě (Obrázek 19). V setech 3183: Senzační kabriolet Stephanie a 41443: Olivia a její elektromobil je vidět i obsahový posun, kdy v roce 2012 šlo především o fialový kabriolet plný doplňků, v roce 2021 se ale jedná o primárně modrý elektrický automobil s nabíjecím místem. Rozdíl je také poznat v designu balení, kdy



byl mezi lety 2012–2017 používán světlý, fialovo-růžový okraj, od roku 2018 se ale změnil na tmavě fialový se žlutými detaily, který na přední straně krabice zabírá méně prostoru.

Z pohledu marketingu LEGO Friends se pojdme nejprve podívat na reklamní materiály pro děti dobře dostupné – katalogy produktů. Ty se vždy v lednu a červenci objevují zdarma v hračkářstvích, která prodávají LEGO stavebnice. Témata zaměřená na dívky jsou ve většině případů zařazeny za stránkami s produkty pro nejmenší děti LEGO DUPLO® a sety se základními kostkami, po nich následují témata jako LEGO City a témata založená na duševním vlastnictví (IP). Katalog zakončují témata pro zručnější děti jako LEGO Technic nebo sety spojené s programováním. V letech 2014 až 2016 bylo LEGO Friends v obsahu uváděno v kategorii „Speciálně pro dívky“ (The LEGO Group, 2014; 2015; 2016), jinak se ale LEGO katalogy tomuto zařazení vyhýbají. Na stránkách určených tématu bývají sety ohraničené fialovým a růžovým okrajem s obrázkem hlavních postav v rohu, které korespondují se vzhledem balení setů. Přiložený text oslovuje děti přímo, většinou se v něm mají „přidat ke kamarádkám z LEGO Friends“ (The LEGO Group, 2016) a „stát se jednou z kamarádek“ (The LEGO Group, 2015). Zde si připomeňme, že pro chlapce by takové zapojení do příběhu mohlo být kvůli nízkému počtu maskulinních minipanenek (Tabulka 5) složitější. V několika případech je text mířený pouze na dívky, to může být ale především z důvodu skloňování rodů v českém jazyce – zcela jistě by se dal formulovat tak, aby byl genderově neutrální.



Obrázek 20 Příklady současného marketingu setů LEGO Friends na oficiálním obchodě ([LEGO.com])

Další snadno dostupnou součástí marketingu je oficiální internetový obchod LEGO.com, na kterém lze nakupovat aktuální LEGO produkty. Obchod již nerozděluje jednotlivá témata podle pohlaví, tato označení zmizela ze stránek někdy mezi roky 2014 a 2016 (Let Toys Be Toys, 2016). Zde je vidět snaha prezentovat LEGO Friends jako téma

pro všechny děti, jak v popisech setů, tak i v ilustračních fotografiích (Obrázek 20). Tyto ilustrační fotografie, na kterých si děti a jejich rodiče hrají se stavebnicemi LEGO, se zde začaly objevovat okolo roku 2019 a od té doby se objevují u všech produktů. Přímo u LEGO Friends sice na fotografiích stále převažují dívky, zapojení chlapců je ale krokem k tomu, aby téma přilákalo i chlapce a jejich rodiče a začalo být skutečně bráno jako genderově neutrální. Co se týče popisů setů a popisů témat, vždy je zde zmiňována hra dětí nebo hra dívek a chlapců se stavebnicí, nikdy pouze hra dívek nebo hra chlapců.

Jak bylo v reakci na kritiku LEGO Friends řečeno (Polo, 2012), LEGO Group se snažila vytvořit produkty, které by přilákaly k nákupu stavebnice další děti – prodávat co nejvíce produktů je přeci cílem podnikání. To je sice pravda, nelze však ignorovat potencionální negativní vlivy, které mohou tyto produkty mít, především prohlubování genderových stereotypů. Téma splnilo cíl přivést ke hraní se stavebnicemi LEGO více dívek a ty díky tomu mohou získat výhody, které hra se stavebnicí představuje pro jejich vývoj. LEGO Group se v posledních letech očividně snaží vytvořit více rozmanitý LEGO svět, podobný tomu skutečnému, a pokud se i v jiných tématech daří vyrovnat počet maskulinních a femininních figurek v setech, je načase, aby se v LEGO Friends udělalo to samé. Zaměření LEGO Friends na přátelství mezi dívkami a ženami je skvělým poselstvím, velmi nízký počet maskulinních minipanenek se však zdá být špatnou strategií, především při snaze přivést děti k tématům, která by si běžně nevybrali. Jednou z cest, jak představit do „dívčího“ světa LEGO Friends nové, nečekané zážitky a přivést k tématu více chlapců, jsou také podtémata, která jdou proti genderovým normám, jako například závody motokár z roku 2018. Ty by pomohly vyrovnat vysoký počet setů zaměřených na péči o druhé a časté genderově stereotypní sety, které bývají u LEGO Friends kritizovány. Téma LEGO Friends není ideální, postupem času je ovšem vidět zlepšení a od první vlny produktů v roce 2012 došlo téma daleko.

### **3.8 LEGO DOTS (2020–současnost)**

První informace o novém tématu s názvem LEGO DOTS se začaly objevovat již v roce 2019, ve kterém mělo jít do prodeje. První informace hovořily o novém tématu pro dívky zaměřeném na šperky, podobně jako předchozí LEGO Scala a LEGO Klikits. Z neznámého



důvodu bylo však téma přesunuto na rok 2020 a v lednu téhož roku poprvé představeno světu, s 1. březnem jako počátečním datem prodeje (The LEGO Group, 2020).

Oproti předchozím LEGO tématům zaměřených na šperky a doplňky do dětských pokojů je LEGO DOTS v mnoha ohledech lepší. Především využívá běžné LEGO kostky, vše je tedy kompatibilní s ostatními stavebnicemi, a je určeno pro všechny děti, nevyzdvihuje pouze zaměření na dívky jako předchozí témata. Nejvíce využívá téma malé, ploché kostky, které se připevňují na nové náramky nebo větší předměty sestavené z kostek. Většina setů také obsahuje nové kostky s tištěnými vzory, které se nelimitují pouze na přírodní a geometrické motivy. Nejvyšší zastoupení mají mezi sety náramky a přívěsky, větší sety obsahují úschovné krabičky, stojánky, rámy a tabule. S vysokým počtem různorodých malých součástek v setech se kreativně meze skutečně nekladou.



Obrázek 21 Set 41900: Rainbow Bracelet, 2020; Set 41904: Animal Picture Holders, 2020; Set 41913: Bracelet Mega Pack, 2021; Set 41926: Creative Party Kit, 2021 (Brickset.com)

LEGO DOTS je prvním tématem, které by z historického pohledu bylo prezentováno jako zaměřené na dívky, od počátku jsou však na setech a v reklamních materiálech zobrazovány dívky společně s chlapci. Jde o vítaný posun k tomu, aby si s hračkami, běžně označovanými jako femininní, začali hrát i chlapci a aby jim je jejich rodiče začali pořizovat. Právě rodiče se totiž cítí omezeni při výběru kreativních aktivit pro své syny (The Geena Davis Institute on Gender in Media, 2021). Produkty LEGO DOTS jsou ve své podstatě jednoduché, jsou ale bohaté nejen na počet a různorodost součástek, ale také na možnosti hry a kreativní využití, které poskytují dětem.

## 4 Závěr

I když měly být produkty stavebnice LEGO vždy „Pro děvčata a pro chlapce,“ ve skutečnosti se od této filozofie firma během let značně odklonila. A to zde mluvíme pouze o tématech zaměřených na hru dívek, při analýze ostatních produktů, především těch primárně pro chlapce, by se zdál odklon zcela jistě větší. Časy, kdy stavebnice LEGO znamenala pouze jednoduché kostky v základních barvách, již dávno pominuly.

Témata a sety zaměřené na hru dívek mají mnoho podobností. Co se týče tematiky, většina z nich se zabývala životem v domácnosti, péčí o děti a o zvířata, volnočasovými aktivitami a péčí o vzhled. Mezi výjimky by mohl patřit svět princezen LEGO Belville, který ale nakonec zmíněná témata obsahoval také, pouze v prostředí fantazie a kouzel. Až na některá podtémata LEGO Friends bývají tyto produkty bez dobrodružství a akce, které LEGO stavebnice běžně nabízejí. Jednotvárnost témat primárně zaměřených na dívky je jasná a pozitivní změny k zajímavější a bohatší tematice nastaly ve větší míře až v nedávné době.

Obsah setů z pohledu figurek a součástek má také své podobnosti. Jde především o větší figurky, které se nepodobají minifigurkám, ale panenkám (LEGO Belville, LEGO Scala, LEGO Friends), větší součástky, které snižují dobu stavění (LEGO Homemaker, LEGO Belville, LEGO Scala) nebo nové součástky, které postrádají dostatečnou kompatibilitu s běžnou stavebnicí (LEGO Scala, LEGO Klikits). Je zajímavé, že většina témat, která se nejvíce odchýlila od vzhledu běžné stavebnice, byla právě ta nejméně úspěšná. To potvrzuje i LEGO Friends, které pro LEGO Group znamenalo nebývalý úspěch a dodnes je jedním z nejprodávanějších témat.

Figurky v tématech zaměřených na dívky se postupně zmenšovaly, zvětšovaly a zase zmenšovaly, většinou však byly výrazně odlišné od klasických LEGO minifigurek a vyobrazovaly primárně femininní postavy. Především byly oproti minifigurkám méně kompatibilní se stavebnicí a jejich těla nebyla tak variabilní. Některé sice fungovaly na systému kulových kloubů, nedaly se ale rozebírat a kombinovat navzájem. Jejich úprava vzhledu spočívala primárně na oblékání látkových součástek a připevňování doplňků do oblasti hlavy. Figurky LEGO Scala dokonce nebylo možné ani samostatně upevnit na stavebnici, pokud neměly speciální obuv nebo nedržely stavebnici v ruce. Tyto figurky se tedy vydaly zcela odlišnou cestou než minifigurky, které komplementují stavební charakter

hračky. Ve srovnání s figurkami z LEGO Belville a LEGO Scala jsou v tomto ohledu minipanenky z LEGO Friends mnohem lepší, i tak mají ale své chyby.

Ať jde o kterékoli LEGO figurky, rozdíl mezi počtem maskulinních a femininních figurek je ve všech zkoumaných tématech vysoký. Také jejich vyobrazení bylo historicky rozdílné, kdy maskulinní figurky představovaly moc a dobrodružství, zatímco femininní byly upoutané k domovu a dětem. V současnosti se ale blýská na lepší časy a oblíbená témata jako LEGO Friends a LEGO City začínají rozdíl vyrovnávat. Oba typy figurek, tedy minipanenky a minifigurky, se ovšem stále potýkají s problémem vyobrazování lidských těl. Těla silnějšího typu se v LEGO City objevují výjimečně, v LEGO Friends vůbec. Zatímco minifigurka může tohoto cíle dosáhnout tiskem, minipanenko bude potřebovat novou součástku. Po deseti letech dvou štíhlých tvarů trupu by bylo vskutku načase.

Barevná paleta produktů a jejich balení je další vlastností, která zkoumaná témata spojuje. Použití růžové barvy jako primární barvy v tématech pro dívky je zde všudypřítomné, nové odstíny růžové byly pro některá témata dokonce speciálně vytvořeny. Dále v setech v průběhu let převažovaly barvy pastelové. Je ale nutné uznat, že některé sety pro dívky byly bohaté na všechny různé barvy a jejich barevná paleta obecně předčila paletu používanou u jiných setů. I obaly setů si prošly svým vývojem, ve kterém ale také převažovala růžová barva. Jasné barvy používané v probíraných produktech v poslední době jsou vítanou změnou, která „dívčí“ LEGO neuvrhne pouze do světa růžových hraček pro dívky.

V průběhu let se také významně změnila propagace témat, která se zabývají tradičně femininním světem. Dnes vidíme návrat k filozofii LEGO Group, která produkty nerozděluje na chlapecké a dívčí a reklamní materiály obsahují děti i dospělé, kteří si se stavebnicí hrají společně, bez ohledu na gender. Právě touto cestou lze napadnout genderové stereotypy spojené se hrou chlapců a dívek, ale i jejich budoucích pozic ve společnosti.

Genderové stereotypy obsažené v produktech stavebnice LEGO mohou ovlivnit životy dětí, které si s nimi hrají. Dívčí hra by neměla být zaměřena pouze na život v domácnosti, péči o ostatní a péči o vzhled. Zatímco v historii stavebnic zaměřených na dívky se tomu tak nedělo, nové produkty začínají obsahovat netradiční tematiku. Navíc jsou cílené na všechny děti a dělení témat a setů podle pohlaví již firma nepraktikuje. Stále mají ale produkty mezery, především ve výrazných rozdílech mezi počtem maskulinních

a femininních figurek. Nejde pouze o to, pro koho jsou LEGO stavebnice určeny a jakou tematikou se zabývají, je také důležité, co konkrétně obsahují, tedy jaké mají možnosti hry pro děti a jak samotné figurky reprezentují společnost. Sama LEGO Group se v roce 2021 v reakci na výzkum zpracovaný Geena Davis Institute on Gender in Media (2021) zapřísáhla, že odstraní genderové stereotypy obsažené ve svých produktech a stavebnice se stane více genderově neutrální (The LEGO Group, 2021b). Teď nezbyvá než čekat a doufat, že jeden z nejoblíbenějších a největších výrobců hraček dostojí svého slova.

## Použitá literatura

About BrickLink. *BrickLink* [online]. LEGO BrickLink Inc., ©2021a [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://www.bricklink.com/v3/about.page>.

*BrickLink* [online]. LEGO BrickLink Inc., ©2021b. Dostupné z: <https://www.bricklink.com/v2/main.page>.

LEGO Friends Press Release. *Brickset* [online]. Brickset Ltd., ©2011 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: <https://brickset.com/article/2106/lego-friends-press-release>.

Connecting Clikits and System parts together. *Brickset* [online]. Brickset Ltd., ©2019 [cit. 2020-07-05]. Dostupné z: <https://brickset.com/article/42998/connecting-clikits-and-system-parts-together>.

About Brickset. *Brickset* [online]. Brickset Ltd., ©2021a [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://brickset.com/article/52659/about-brickset>.

*Brickset* [online]. Brickset Ltd., ©2021b. Dostupné z: <https://brickset.com/>

WIENERS, Brad. LEGO is for Girls. *Bloomberg Businessweek* [online]. Bloomberg L.P. ©2011 [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2011-12-14/lego-is-for-girls#>.

BRINKMAN, Britney G. et al. Children's Gender Identity Development: The Dynamic Negotiation Process Between Conformity and Authenticity. *Youth & Society* [online]. 2014, 46(6), s. 835–852 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0044118X12455025>.

COHEN, Shawna. Lego For Girls Already Exists. It's Called Lego. *Mommyish* [online]. Yolla Media, LLC ©2011 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://mommyish.com/lego-for-girls-already-exists-its-called-lego-987/>.

CONRY-MURRAY, Claire a Elliot TURIEL. Jimmy's Baby Doll and Jenny's Truck: Young Children's Reasoning About Gender Norms. *Child Development* [online]. 2012, 83(1), s. 146–158 [cit. 2020-01-18]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/41416073>.

FARSHTHEY Gregory a Daniel LIPKOWITZ. *LEGO® Minifigure Year by Year: A Visual History*. Londýn: Dorling Kindersley Limited, 2013, 255 s. ISBN 978-1-4093-3312-8.

FINE, Cordelia. *Testosterone Rex: Unmaking the Myths of Our Gendered Minds*. Londýn: Icon Books Ltd, 2018, 265 s. ISBN: 978-178578-318-0

FRANCIS, Becky. Gender, Toys and Learning. *Oxford Review of Education* [online]. 2010, 36(3), s. 325–344 [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/25699588>.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Vydání revidované Phillipem W. SUTTONEM. Přeložil kolektiv překladatelek pod vedením Blanky KNOTKOVÉ-ČAPKOVÉ. Praha: Argo, 2013, 1049 s. ISBN 978-80-257-0807-1.

LAUER, J., Sibel D. ILKSOY & Stella F. LOURENCO. Developmental Stability in Gender-typed Preferences Between Infancy and Preschool Age. *Developmental Psychology* [online]. 2018, 54 (4), s. 613-620 [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/320305485>.

Little Girls think Big. The LEGO Group, ©1974 [cit. 2021-01-18]. Dostupné z: <https://images.brickset.com/library/Catalogues/c74ukhom.pdf>.

Katalog 1992. The LEGO Group, ©1992.

Katalog 1993. The LEGO Group, ©1993.

Nový katalog LEGO® květen 1998. The LEGO Group, ©1998.

Katalog 1999. The LEGO Group, ©1999.

Katalog 2000. The LEGO Group, ©2000.

Katalog January–June 2001. The LEGO Group, ©2001.

Katalog Leden–Květen 2004. The LEGO Group, ©2004a.

Katalog 2004. The LEGO Group, ©2004b.

Katalog 2005. The LEGO Group, ©2005.

Katalog Leden–Květen 2012. The LEGO Group, ©2012a.

LEGO Group commentary on attracting more girls to construction play. The LEGO Group, ©2012b [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <http://aboutus.lego.com/en-US/PressRoom/CorporateNews/article/393912.aspx>.

Katalog Červenec–Prosinec 2013. The LEGO Group, ©2013.

Katalog Leden–Červen 2014. The LEGO Group, ©2014.

Katalog Červenec–Prosinec 2015. The LEGO Group, ©2015.

Katalog Leden–Červen 2016. The LEGO Group, ©2016.

Katalog Leden–Červen 2018. The LEGO Group, ©2018.

The LEGO® Group launches LEGO® FRIENDS 'Sea life rescue' theme to inspire the marine biologists of tomorrow. *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2019 [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://www.lego.com/en-cz/aboutus/news/2019/june/lego-friends-launches-sea-life-rescue-theme-to-inspire-the-marine-biologists-of-tomorrow>.

The LEGO Group and National Geographic inspire kids to develop creative solutions for real life environmental challenges. *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2020 [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://www.lego.com/en-cz/aboutus/news/2020/june/national-geographic-partnership>.

Bits N' Bricks Season 1 Episode 7: LEGO® Friends: A Conversation (Transcript). *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2021a [cit. 2021-09-14]. Dostupné z: [https://www.lego.com/cdn/cs/set/assets/blt286410a1ba5b807a/bits\\_n\\_bricks\\_s01e07\\_lego\\_friends\\_a\\_conversation\\_feature\\_and\\_transcript.pdf](https://www.lego.com/cdn/cs/set/assets/blt286410a1ba5b807a/bits_n_bricks_s01e07_lego_friends_a_conversation_feature_and_transcript.pdf).

Girls are ready to overcome gender norms but society continues to enforce biases that hamper their creative potential. *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2021b [cit. 2021-11-24]. Dostupné z: <https://www.lego.com/en-us/aboutus/news/2021/september/lego-ready-for-girls-campaign>.

Informace o řadě LEGO® Friends. *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2021c [cit. 2021-01-07]. Dostupné z: <https://www.lego.com/cs-cz/themes/friends/about>.

Katalog Leden–Květen 2021. The LEGO Group, ©2021d.



The LEGO Group History. *LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2021e [cit. 2021-01-10]. Dostupné z: <https://www.lego.com/cs-cz/aboutus/lego-group/the-lego-group-history/>.

*LEGO* [online]. The LEGO Group, ©2021f. Dostupné z: <https://www.lego.com/cs-cz>.

Girls and Boys toy labels on the way out – survey results. *Let Toys Be Toys* [online]. 2016 [cit. 2020-01-29]. Dostupné z: <http://www.lettoysbetoys.org.uk/girls-and-boys-toy-labels-on-the-way-out-survey-results/>.

LET TOYS BE TOYS. *Who's in the picture? Gender stereotypes and toy catalogues* [online]. 2017 [cit. 2020-01-29]. Dostupné z: <http://www.lettoysbetoys.org.uk/wp-content/uploads/2020/10/LetToysBeToys-Catalogues-report-Dec17.pdf>.

LIPPA, Richard A. *Pohlaví: příroda a výchova*. Přeložili Jan HAVLÍČEK a Jaroslava VALENTOVÁ. Praha: Academia, 2009, 432 s. ISBN 978-80-200-1719-2.

LIU, Liquan et al. Factors affecting infant toy preferences: Age, gender, experience, motor development, and parental attitude. *Infancy* [online]. 2020, 25, s. 593–617 [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/infa.12352>.

MCNEILL, Alice. Girls, Boys and their Gendered Toys: Exploring the Role of Toys in Shaping Career Choices Later in Life. *Chwarae Teg* [online]. 2017 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.cteg.org.uk/girls-boys-gendered-toys/>.

NOVOTNÁ, Hedvika. Nevtrávané techniky. *Úvod do společenskovedních metod* [online]. FHS UK: 2009 [cit. 2020-08-04]. Dostupné z: <https://dll.cuni.cz/mod/resource/view.php?id=435411>.

POLO, Susana. Legos for Girls: A Reprise. *The Mary Sue* [online]. 2012 [cit. 2021-02-05]. Dostupné z: <https://www.themarysue.com/legos-for-girls-a-reprise/>.

RENZETTI, Claire M. a Daniel J. CURRAN. *Ženy, muži a společnost*. Přeložil kolektiv překladatelů pod vedením Petra PAVLÍKA. Praha: Karolinum, 2003, 642 s. ISBN 80-246-0525-2.

SELVIN, Molly. Life's Simple Pleasures: Recreation: Lego toys leave flash to others. Their enduring popularity among kids and adults is built brick by brick. *Los Angeles Times*

[online]. 1993 [cit. 2021-06-26]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1993-12-02-vw-63187-story.html>.

SHOEMAKER RICHARDS, Bailey a Stephanie COLE. Tell LEGO to stop selling out girls! #LiberateLEGO. *Change.org* [online]. 2011 [cit. 2021-01-08]. Dostupné z: <https://www.change.org/p/tell-lego-to-stop-selling-out-girls-liberatelego>.

SHOEMAKER RICHARDS, Bailey. The Meeting: When SPARK met LEGO. *SPARK Movement* [online]. 2012 [cit. 2021-01-08]. Dostupné z: <http://www.sparkmovement.org/2012/04/23/the-meeting-when-spark-met-lego/>.

SPARKYS s.r.o. *Sparkys* [online]. ©2021 [cit. 2021-12-04]. Dostupné z: <https://www.sparkys.cz/>.

THE GEENA DAVIS INSTITUTE ON GENDER IN MEDIA. *LEGO Group creative study* [online]. 2021 [cit. 2021-11-24]. Dostupné z: <https://seejane.org/wp-content/uploads/LEGO-ReadyForGirls-Creativity-Study.pdf>.

Do you know who your Friends are? (The official word on the new look for LEGO Friends in 2018). *The Rambling Brick* [online]. 2017 [cit. 2021-12-05]. Dostupné z: <https://ramblingbrick.com/2017/12/07/do-you-know-who-your-friends-are-the-official-word-on-the-new-look-for-lego-friends-in-2018/>.

WADE, Lisa. Beauty and the New Lego Line For Girls. *The Society Pages* [online]. 2012 [cit. 2021-02-04]. Dostupné z: <https://thesocietypages.org/socimages/2012/01/01/beauty-and-the-new-lego-line-for-girls/>.

WEISGRAM, Erica S., Megan FULCHER a Lisa M. DINELLA. Pink gives girls permission: Exploring the roles of explicit gender labels and gender-typed colors on preschool children's toy preferences. *Journal of Applied Developmental Psychology* [online]. 2014, 35(5), s. 401–409, [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2014.06.004>.

WEISGRAM, Erica S. a Samuel T. BRUUN. Predictors of Gender-Typed Toy Purchases by Prospective Parents and Mothers: The Roles of Childhood Experiences and Gender Attitudes. *Sex Roles* [online]. 2018, 79(5-6), s. 342–357 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/325532810>.

YEUNG, Sui Ping a Wang Ivy WONG. Gender Labels on Gender-Neutral Colors: Do they Affect Children's Color Preferences and Play Performance? *Sex Roles* [online]. 2018, 79, s. 260–272 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0875-3>.