

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Vzhled českých političek očima uživatelů/ek sociálních sítí

Diplomová práce

Autorka práce: Bc. Kristýna Michálková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

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

V Praze dne 1. srpna 2023.

Kristýna Michálková

Bibliografický záznam

MICHÁLKOVÁ, Kristýna. *Vzhled českých političek očima uživatelů/ek sociálních sítí*. Praha, 2023. 64 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Rozsah práce: 113 243 znaků

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá propojením tří oblastí: politické komunikace, sociálních sítí a genderu. Práce je zaměřena na vnímání vzhledu současných českých političek v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky. Cílem je analýza uživatelských komentářů na sociální síti Facebook týkajících se fyzické stránky političek. V teoretické části práce jsou prezentovány koncepty spojené s reprezentací, rolí žen v politické reprezentaci, genderovým rozdílem v přístupu k politice a historie zisku volebního práva pro ženy. Dále je pozornost věnována politické komunikaci, její definici, transformaci v průběhu času a jejímu časovému rozdělení. Představeno je i mediální vyobrazení političek v tradičních médiích a na sociálních sítích. Na tomto místě jsou rovněž uvedeny výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, které proběhly 8. – 9. října 2021. Analytická část se věnuje samotné realizaci výzkumu a jeho metodologickým východiskům. Je popsán výběr vzorku, sběr dat a postup při kódování komentářů. Následně jsou představena výsledná zjištění výzkumu a odpovědi na výzkumné otázky, kterých bylo docíleno pomocí kvantitativní četnostní analýzy a kvalitativní analýzy rámců.

Abstract

This diploma thesis explores the connection of three areas: political communication, social networks and gender. The thesis focuses on the perception of appearance of contemporary Czech female politicians in the Chamber of Deputies of the Parliament of the Czech Republic. The aim of the thesis is to analyse user comments on the social network Facebook concerning the physical appearance of female politicians. In the theoretical part of the thesis, concepts related to representation, the role of women in political representation, the gender difference in access to politics and the history of gaining the right to vote for women are presented. Furthermore, attention is paid to political communication, its definition, transformation over time and temporal distribution. Media portrayals of female politicians in traditional media and on social media are also presented. The results of the elections held on 8. - 9. October 2021 are also presented here. The analytical part is devoted to the actual implementation of the research and its methodological background. Sampling, data collection and the procedure for coding comments are described. Subsequently, the final research findings and the answers to the research questions, which were achieved through quantitative frequency analysis and qualitative frame analysis, are presented.

Klíčová slova

Politická komunikace, sociální sítě, ženy v politice, gender, Facebook

Keywords

Political communication, Social Media, Women in Politics, Gender, Facebook

Title

Appearance of Czech Female Politicians through the Eyes of Social Media Users

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především mé vedoucí diplomové práce PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. za cenné a praktické rady, odbornou expertízu a čas, který mi při psaní práce věnovala. Ráda bych také poděkovala mé rodině, partnerovi a přátelstvu za podporu v průběhu celého mého studia.

Obsah

Úvod	3
1. Teoretická část	5
1.1. Ženy-političky a jejich role v politické reprezentaci	6
1.1.1. Reprezentace v politice.....	6
1.1.2. Genderový rozdíl v přístupu k politice.....	8
1.1.3. První vlna feminismu.....	10
1.2. Politická komunikace a její proměny	14
1.2.1. Politická komunikace.....	14
1.2.2. Transformace politické komunikace.....	15
1.2.1.1. Tři věky politické komunikace.....	17
1.2.1.2. Čtvrtý věk politické komunikace.....	18
1.2.1.3. Vizualizace politické komunikace.....	19
1.2.3. Mediální vyobrazení političek.....	21
1.2.2.1. Mediální vyobrazení političek v tradičních médiích.....	22
1.2.2.2. Vyobrazení političek na sociálních sítích.....	24
2. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR od 2021	27
2.1.1. Volby.....	27
2.1.2. Výsledky voleb.....	27
2.1.3. Poslanci a poslankyně z hlediska genderu.....	27
3. Analytická část	29
3.1. Metodologie	30
3.1.1. Předchozí poznatky.....	30
3.1.2. Cíl výzkumu.....	30
3.1.3. Kvantitativní výzkum.....	31
3.1.4. Kvalitativní výzkum.....	32
3.1.5. Rámcová analýza.....	33
3.1.6. Etické hledisko výzkumu.....	34
3.2. Výzkumný proces	36
3.2.1. Výzkumný vzorek.....	36
3.2.2. Sběr dat.....	36
3.2.3. Kódování.....	37
3.3. Analýza výsledků	39

3.3.1. Analýza sentimentu	40
3.3.2. Analýza kategorie oblečení	40
3.3.3. Analýza kategorie fyzická stránka.....	41
3.3.4. Analýza kategorie obličej	42
3.3.5. Analýza kategorie vlasy	43
3.3.6. Analýza kategorie obecná hodnocení vzhledu.....	43
3.3.7. Analýza kategorie role genderu ve vzhledu.....	44
3.3.8. Limity výzkumu	45
3.3.9. Shrnutí výsledných zjištění a diskuze.....	46
Závěr.....	50
Reference.....	52
Teze diplomové práce.....	60
Přílohy	62
Příloha č. 1 – Jmenný seznam žen-političek v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR od 2021	62
Příloha č. 2 – Jmenný seznam žen-političek ve Vládě ČR od 2021	64

Úvod

Inspirací pro téma mé diplomové práce pro mě byl předmět *Média, moc a politika*, ve kterém bylo úkolem vypracovat seminární práci, která se bude věnovat jednomu z aspektů tzv. čtvrtého věku politické komunikace. Zvolila jsem téma role estetiky v politice, které pro mě bylo natolik zajímavé, že jsem jej chtěla rozšířit a dále se mu věnovat. Estetika v politické komunikaci otevírá množství aktuálních i provokativních otázek, což mě motivovalo k tomu se na téma zaměřit a systematicky ho prozkoumat.

Estetika, jako studium vnímání a krásy, hraje klíčovou roli v politice, nejen ve smyslu vzhledu politiků/ček a mediální prezentace, ale také ve formování a ovlivňování veřejného mínění a politických postojů. V postmoderní digitální době jsou vizuální aspekty a estetické prvky, ať už chceme nebo ne, stále důležitější v politické komunikaci a stávají se středem pozornosti.

V dnešní době je běžné, že se módní, lifestylová a bulvární média a jejich čtenáři/ky zabývají vzhledem, účesy, barvou vlasů, tvarem těla nebo outfity jednotlivých političek. Na druhou stranu je patrné, že se podobné pozornosti nedostává politikům. Vnímám to jako další z řady společenských předsudků a překážek, které způsobují, že je politika pro ženy méně přístupná. Přetrvávající důraz na jejich fyzický vzhled může odvádět pozornost od jejich schopností, odbornosti a politických postojů.

Předložená diplomová práce je zároveň částečným navázáním na mé předchozí bakalářské studium politologie a mezinárodních vztahů, neboť politická komunikace je interdisciplinárním oborem, kterému byl věnován čas i v mém předchozím studiu.

Tato diplomová práce spojuje tři oblasti: politickou komunikaci, sociální sítě a aspekt genderu. Cílem výzkumu v mé diplomové práci je analýza uživatelských komentářů na sociální síti Facebook týkajících se fyzické stránky političek působících v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR se zaměřením na otázky: *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?*; *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?* a *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

V teoretické části práce na základě literární rešerše představuji teoretický kontext svého výzkumu. Pro pochopení kontextu výzkumu uvádím teoretické koncepty související s tématem výzkumu. V první části je pozornost věnována političkám a jejich roli v politické reprezentaci. Tato část zahrnuje také poznatky ohledně genderového rozdílu v přístupu k politice a shrnutí historických událostí, které vedly k zrovnoprávnění volebního práva, jak ve světě, tak na

českém území. Dále se věnuji politické komunikaci, její definici a shrnuji, jak se v průběhu času transformuje. Pozornost je věnována také roli vizuálních prvků a důležitosti estetiky. V této části práce také shrnuji poznatky ohledně mediálního vyobrazení politiků, a to jak v tradičních médiích, tak na sociálních sítích. Představuji také výsledky voleb v roce 2021 do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky.

V analytické části práce se věnuji samotnému výzkumu. První podkapitola je věnována metodologickým východiskům, která tvoří základ mého výzkumu. V této části vysvětluji použité metody a postupy, které mi umožní získat relevantní výsledky. V druhé podkapitole prezentuji postup celého výzkumu. Popisuji výběr vzorku, sběr dat a následnou tvorbu kódovacího schématu. Třetí podkapitola je věnována analýze získaných výsledků a poznatků. Zaměřuji se na prvotní analýzu s využitím kvantitativních metodických prvků a následnou identifikaci klíčových rámců, které strukturují uvažování uživatelů/ek Facebooku. Díky této důkladné analýze a interpretaci dat mohu lépe porozumět komplexní povaze hodnocení vzhledu politiků na sociálních sítích.

Na tomto místě také uvádím změnu, ke které došlo ve vztahu k původním schváleným tezím diplomové práce. Původním záměrem bylo analyzovat uživatelské komentáře týkající se fyzické stránky politiků působících v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR v letech 2017-2021 a těch, které působí od 2021. Zdrojem uživatelských komentářů měla být sociální síť Facebook, a komentáře podle uvedených kritérií měly být sesbírány jednak z oficiálních profilů politiků, ale také z facebookových profilů nejčtenějších médií - Blesk.cz, iDnes.cz a Novinky.cz. Během podrobného náhledu do zkoumané problematiky a za podmínek vymezených v navrhovaných tezích práce se ukázalo, že původní návrh výzkumu je příliš komplexní pro potřeby diplomové práce. Základní záměr projektu diplomové práce nebyl změněn, pouze došlo ke změně ve výzkumném vzorku.

Výzkumný materiál vychází ze sociální sítě Facebook, ale pouze z oficiálních facebookových profilů českých politiků v časovém období před volbami v roce 2021, nikoliv z profilů médií Blesk.cz, iDnes.cz a Novinky.cz. Pro rok 2021, kdy se volby konaly 8. – 9. října, je zkoumaným obdobím 13. srpen až 10. září 2021. Tedy období, které začíná osmým týdnem před volbami a končí čtvrtým týdnem před volbami, tedy měsíc před jejich konáním.

Důvodem pro nezahrnutí avizovaného období před volbami, které proběhly v roce 2017 bylo velké množství dat, která pocházela z období před volbami 2021. Druhým důvodem, který vedl k tomuto rozhodnutí, bylo menší množství politiků aktivně komunikujících na Facebooku v roce 2017. Již prvotní mapování situace naznačilo, že jejich příspěvky negenerují signifikantní množství komentářů vyjadřujících se k vzhledu dané politiky.

1. Teoretická část

Pro potřeby první, teoretické části své diplomové práce jsem provedla literární rešerši, na jejímž základě jsem definovala důležitá teoretická východiska související s předmětem výzkumu. V první části diplomové práce představím témata pro pochopení kontextu mého výzkumu. Cílem této části diplomové práce je nastínit čtenáři/ce problematiku, definovat klíčová témata a teoretické rámce.

V této části práce se věnuji vysvětlení klíčových konceptů a teorií, které jsou základem pro téma mého výzkumu. Je to především politická reprezentace, její důležitost a její historie v souvislosti se ženami. Věnuji se také genderovému rozdílu, představám o něm a jakou roli hraje v politice. Součástí teoretické části je i krátké nastínění hnutí a boje za rozšíření volebního práva i na ženy, tedy jeho zrovnoprávnění.

V druhé části teoretického úvodu se věnuji politické komunikaci, její definici, a především tomu, jak se v průběhu času mění. Představím její rozdělení do tří věků politické komunikace, které definovali Jay G. Blumler a Dennis Kavanagh (1999) a také navazující myšlenky ohledně čtvrtého věku. V souvislosti s ním podrobněji představím roli vizualizace v politické komunikaci.

Zaměřuji se také na poznání v oblasti mediálního zobrazení političek, přičemž se zaměřuji na dvě klíčové perspektivy: na perspektivu tradičních médií a perspektivu sociálních sítí. V rámci této části představuji relevantní teoretické poznatky a studie, které se optikou médií zabývají.

Na konci teoretické části představuji výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, které proběhly ve dnech 8. – 9. října 2021. Věnuji se i genderovému rozložení této sněmovny.

Teoretická část diplomové práce přináší čtenáři/ce důležité poznatky, které mohou přispět k hlubšímu pochopení kontextu tematiky.

1.1. Ženy-političky a jejich role v politické reprezentaci

První podkapitola mé diplomové práce je věnována významnému pojmu politické teorie – reprezentaci. Tento koncept zkoumá, jak jednotlivci a skupiny získávají moc a jakou roli hrají v politickém procesu. Politickou reprezentací se zabývám z důvodu, že ženy, jakožto přibližně polovina populace, byly až do nedávna z tohoto procesu vyčleněny a nemohly jak o sobě jako o skupině, tak ani o veřejném dění rozhodovat.

V této kapitole se věnuji definici reprezentace z roku 1972 od Hanny Pitkin, která patřila mezi nejvýznamnější politology a politoložky zabývající se tímto konceptem. Také představuji myslitele, kteří se pojmem zabývali před ní, a historii tohoto konceptu. V souvislosti s reprezentací v politice se tato kapitola také věnuje genderovému rozdílu ve vztahu k politice a událostem, které ovlivnily politickou participaci žen.

Konkrétně se zaměřuji na první a druhou vlnu feminismu, které byly důležité v boji za zrovnoprávnění volebního práva. V souvislosti s reprezentací, tedy možností žen jak aktivně, tak pasivně volit, představuji první a druhou vlnu feminismu, které sehrály klíčovou roli v boji za zrovnoprávnění volebního práva. Zaměřím se také na situaci v českých zemích a rozšíření voličského práva i na ženy, které bylo definováno v ústavě z roku 1920.

1.1.1. Reprezentace v politice

Samotná definice pojmu reprezentace je složitá a ani akademici/čky, kteří se jím zabývají, nedisponují jednou jasnou definicí. Jedním z prvních teoretiků, který se reprezentací, jednak jako konceptem a jednak jako významem slova, zabýval, byl anglický filozof Thomas Hobbes (1651). Jeho základní myšlenkou je, že každá vláda má vždy reprezentativní charakter, neboť svojí činností reprezentuje své poddané subjekty, a stává se tedy suverénním vládcem. Podle některých patří Hobbes mezi myslitele, díky kterým se stala reprezentace moderním pojmem, klíčovým atributem tvořící identitu státu a předchůdcem pro modernější demokratické formy reprezentace. Jeho teorie ale bývá kritizována za to, že z dnešního pohledu je v zásadě antidemokratická – na Hobbesovu teorii navazuje a obhájí tím svoji teorii Carl Schmitt (2013). Podle Hanny Pitkin, která je jednou z nejvýznamnějších teoretiček zabývajících se reprezentací, je Hobbesova teorie nedemokratická kvůli tomu, že neumožňuje jedincům vyjádřit se k tomu, co jejich jménem dělá panovník. Dalším z významných teoretiků reprezentace je John Stuart Mill, který napsal knihu o reprezentativním vládnutí, ale se samotným vysvětlením konceptu nepřichází (Hobbes, 1651; Pitkin, 1972, s. 4; Runciman, 2016, s. 15–20).

Americká politoložka Hanna Fenichel Pitkin shrnula své poznatky v knize *The Concept of Representation*, ve které se zabývá definicí pojmu, atributy a samotným konceptem reprezentace. Podle ní je reprezentace velice složitý komplex, jehož význam se ale od 17. století příliš nezměnil. Definici pojmu stanovuje jako „*re-prezentaci – opětovné zpřítomnění*“, což můžeme chápat jako zpřítomnění něčeho, co doposud nebylo fakticky nebo doslovně přítomné (Pitkin, 1972, s. 8).

Reprezentaci rozděluje do 4 modelů: formalistický model, deskriptivní model, substantivní model a symbolický model.

Podle formalistického nebo také jinak nazývaného autoritativního modelu je reprezentujícím někdo, kdo k té funkci byl autorizován a má právo ji vykonávat. Podle tohoto modelu jsou reprezentujícími všichni úředníci, státní orgány apod. (Pitkin, 1972, s. 38–39).

Druhým modelem je model deskriptivní, ve kterém je celá legislativní složka vybrána a sestavena tak, že naprosto přesně reprezentuje složení celého národa včetně národnostních a etnických menšin, všech socioekonomických vrstev apod. Je tedy jakýmsi zrcadlem společnosti ve státě a veřejného názoru. Není důležitá autorita reprezentujícího, ale to, jaké má reprezentativní charakteristiky. Podle tohoto modelu nemůže reprezentace fungovat, pokud nezahrnuje všechny minoritní skupiny společnosti (Pitkin, 1972, s. 60–63).

Třetím modelem, který Pitkin definuje, je model symbolický. U tohoto zdůrazňuje roli symboliky a připodobňuje ji např. ke vztahu stát – vlajka. Tedy přesná reprezentace (jako u modelu deskriptivního) není cílem. Lidé, kteří jsou reprezentováni, neodpovídají těm, kteří je symbolizují. Ukazuje to na příkladu Velké Británie, kde reprezentujícím je monarcha, který reprezentuje autoritu a jednotu britského národa a každé části Commonwealthu (Pitkin, 1972, s. 92–97).

Posledním, čtvrtým, modelem reprezentace je model substantivní. Ten reprezentaci rozumí jako jednání za jiné; činnost ve jménu a zájmu někoho jiného. Ten, který reprezentuje, je tedy zástupcem nebo zmocněncem jiných a roli hrají jeho činy (Pitkin, 1972, s. 113–115).

Mezi reprezentací a demokracií je podle Pitkin složitý vztah, je totiž nutné si uvědomit, že samotná reprezentace není demokracií. Reprezentace jako politická idea se zjevila v novověku a ve své podstatě s demokracií nesouvisí (Pitkin, 2004, s. 335–342).

Podle některých by ženy měly být reprezentovány v politice jako zástupkyně znevýhodněné části populace a měly by reprezentovat „ženské“ zájmy (funkcionální reprezentace) a ženy jako sociální skupinu (sociální reprezentace). Ve společnosti převládá stereotyp žen-pečovatelek a žen-matek, které díky těmto rolím mají blíže k sociálním tématům, a měly by se tak věnovat oblastem, jako je zdravotnictví, školství nebo sociální politika.

Studie, které byly v minulosti publikovány jako důkaz pro genderové třídní rozdělení, již časem ztratily svoji platnost a relevanci (Gelnarová, 2010, s. 121–125; Šprincová, 2016, s. 12; Heyes, 2011, s. 134; Alexander, 1993; Huddy, 1993).

Historicky byly ženy, tvořící přibližně polovinu společnosti, z politického rozhodování vyloučeny. Ve středověku byla politická reprezentace založena především na geografickém principu, tedy na základě vlastnictví pozemků, což mohli jenom muži. Ženy byly vyloučeny z politického dění i v době osvícenství, i přesto, že přineslo revoluční myšlenky v pohledu na občanskou rovnost a práva. Ale v této době měl pojem „občan“ zcela jiný význam a ženy nezahrnoval. Na konci 18. století se podle Jürгена Habermase formuje v Německu tzv. veřejná sféra – „malá, avšak kriticky diskutující veřejnost“ (Habermas, 2000, s. 11). Jednalo se o skupinu osob, které se setkávaly a diskutovaly o veřejných záležitostech. Navzdory rétorice o přístupnosti se veřejná sféra podle představ Habermase opírala o řadu významných výjimek a vyloučení. Jedním z nich bylo třídní postavení, protože účastníky mohli být pouze členové buržoazní společnosti. V samotném jádru myšlenky veřejného sektoru byly zakořeněny maskulinní genderové konstrukty a formální vyloučení žen z politického dění. Na konci 19. století a počátku 20. století došlo k pomyslnému rozdělení společnosti na sféru veřejnou a sféru soukromou, které přispívalo k vyloučení žen z politické sféry. Muži patřili do sféry veřejné, byli zodpovědní za politiku, práci a zajištění financí pro domácnost. Ženy byly součástí sféry soukromé, protože se staraly o domácnost a pečovaly o rodinu, nemohly získat vzdělání a kvalifikovanou práci. Společenský systém v Habsburské monarchii tak pohlížel na ženu jako na nesvéprávnou osobu, která podle Všeobecného zákoníku občanského neměla majetková práva, nerozhodovala formálně o výchově dětí nebo byla povinná poslouchat příkazy svého manžela (Havelková, 2004, s. 172; Gelnarová, 2010, s. 122–123; Habermas, 2000, s. 11; Fraser, 1990, s. 58–61).

1.1.2. Genderový rozdíl v přístupu k politice

Lidé mohou projevat svoji identitu mnoha způsoby. Jedním z nich může být identifikace pohlaví na základě biologické danosti. Tyto identifikační prvky vyvolávají určité představy o osobnostních vlastnostech a vzorcích chování, které jsou s pohlavím spojovány. Lidské pohlaví má biologický základ, avšak společnost jej transformuje do kategorie nazývané „gender“. Každý/á jednotlivec/kyně jsou poté zařazeny do společenských charakteristik a předpoklady, avšak míra, jakou tyto charakteristiky vystihují danou osobu, se může lišit.

Lidé si obecně tyto genderové předpoklady internalizují jako platné a správné

a na základě toho se chovají odlišně ke konkrétním osobám. Rozlišování na základě genderu není omezeno pouze na osobní úroveň, ale odráží se také na strukturální úrovni celé společnosti. Tyto institucionalizované vzorce jsou označovány jako „pohlavně-genderový systém“ a projevují se i ve vnímání politické činnosti (Renzetti, 2003, s. 20–21).

Pohledy na to, jak by měla vypadat reprezentace žen v politice, jsou komplexní a různorodé z důvodu mnoha faktorů a perspektiv, které ovlivňují vnímání genderové nerovnosti a politické reprezentace. Diskuze o reprezentaci a roli žen v politice naráží na spoustu otázek a výzev, které je těžké zodpovědět a definovat, zejména, co se týče významu příslušnosti k ženskému genderu.

Podle Renzetti lze v politickém jednání vyzorovat tzv. genderový rozdíl, který vychází z odlišných představ o politice a z obecných životních priorit (2003, s. 381). Nejedná se o pouze o samotné volební chování, ale o celkový přístup k politickým otázkám na základě svých zkušeností. Ten je ovlivněn odlišnostmi, prioritami a jinými představami o řešení problémů. Např. tradičně jsou ve společnosti ženy považovány za ty, které projevují větší zájem o problematiku zdravotnictví, péče nebo ekonomické recese; zatímco muži preferují problematiku rozpočtu, daní, energetiky, obrany a zahraniční politiky. Tradiční genderový rozdíl lze i částečně vyzorovat v oblasti válečného konfliktu – ženy dávají přednost mírovým diplomatickým řešením. V dalších oblastech panuje shoda nebo se rozdíl neprojevuje zásadně. Jedná se např. o problematiku životního prostředí. Jsou ale i oblasti, kde se zásadně projevuje odlišnost, často v morálních tématech, která se týkají tělesné integrity a svobody rozhodování, jako např. umělé přerušování těhotenství na základě svobodného rozhodnutí. Nutno zde zmínit, že se ale nejedná o „přirozené“ biologicky determinované zájmy, ale o vliv kulturních konstruktů genderu. Představa o genderových rolích je uměle (kulturně a sociálně) vytvořena, a posléze ženami samotnými internalizována tak, že jim jeví jako přirozeně vlastní (Renzetti, 2003, s. 381–384).

I přes některé společné rysy je každá žena také individuální osobností. A při posuzování těchto aspektů je důležitá opatrnost, neboť žádná genderová skupina není homogenní. Politické chování a postoje jsou ovlivněny i jinými faktory, než je příslušnost k genderu, jako např. etnická příslušnost, socioekonomické zázemí, věk, vzdělání, postavení v zaměstnání nebo sexuální orientace (Renzetti, 2003, s. 384).

Genderový rozdíl bývá někdy vysvětlován jako důsledek vnitřně daných biologických rozdílů. Mezi ty může u žen patřit větší zaměření žen na péči, komunitu a spolupráci. U mužů pak biologické rozdíly mohou vést k větší soutěživosti a hájení práva jednotlivců. Ukazuje se ale, že roli nehrají pouze biologické odlišnosti, ale především odlišné životní podmínky

u různých skupin obyvatelstva. Hlavní podíl má především odlišná socializace, odlišná péče a výchova (Renzetti, 2003, s. 384–386).

Významná část výzkumů omezuje politickou činnost pouze na účast ve volbách. Existují ale další tři roviny politické činnosti, a sice tzv. divácká, přechodová a gladiátorská. Divácká činnost značí vizuální aktivity, jako je např. nošení oblečení nebo módních doplňků s politickými hesly. Přechodová činnost označuje finanční podporu politických subjektů nebo aktivní kontakt s veřejnými činiteli/kami. Jedná se o aktivity, které můžeme vnímat jako aktivistické a v těchto oblastech jsou rozdíly v zapojení jednotlivých genderů malé. Genderový rozdíl v zapojení se projevuje v gladiátorské sféře. Ta představuje nejvyšší úroveň politické činnosti a sice práci na politické kampani, aktivní úlohu v politické straně nebo kandidaturu. Tento typ politické činnosti vyžaduje maximální úsilí a oddanost (Renzetti, 2003, s. 387–388).

1.1.3. První vlna feminismu

První ženy, které usilovaly o aktivní účast v politickém životě, jsou považovány za výjimky a společenské anomálie. Předchůdkyní tzv. první vlny feministického hnutí byla Olympe de Gouges na konci 18. století, která v návaznosti na Velkou francouzskou revoluci požadovala stejná občanská práva i pro ženy. Organizované hnutí větších rozměrů, i s podporou mužů, za politickou reprezentaci i politickou participaci žen se začalo poté zvedat na konci 19. století (Gelnarová, 2010, s. 122–123).

Tzv. první vlna feminismu je spojovaná právě s bojem za rozšíření všeobecného volebního práva i pro ženy. Časově ji zařazujeme do období od poslední třetiny 18. století přibližně do roku 1930. Cílem žen bylo, aby i ony měly základní lidská práva, které moderní společnosti přisuzovaly všem občanům. Nejednalo se tedy pouze o boj za volební právo, ale také o boj za právo na formální vzdělání, vlastnictví majetku. Základním požadavkem bylo právo na osobní svobodu a možnost o sobě rozhodovat (Havelková, 2004, s. 169–170).

V tomto období člověk hned po narození získal příslušnost ke společenské vrstvě na základě svých rodičů. Pokud se jednalo o rodinu nevolníků, genderové rozdíly nehrály důležitou roli, neb se jednalo o politicky nevýznamné jedince. Pokud se jednalo o moderní měšťanskou společnost, byl genderový rozdíl již patrný. Tradičně byl muž brán jako autonomní osobnost, která působí ve společnosti a jejích institucích, tzn. může pracovat. Žena byla na muži závislá z toho důvodu, že neměla možnost pracovat. Vykonávala tak neplacenou práci v domácnosti, starala se o její management a musela se podřít svému okolí (Havelková, 2004, s. 171).

Dalším důležitým milníkem bylo napsání spisu *Obrana práv žen* Mary Wollstonecraft. Ve spisu reaguje především na myšlenky Jeana Jacquese Rousseaua ohledně výchovy dětí. Podle něj mají ženy a muži jiné schopnosti a intelektuální možnosti a způsob, jakým jsou vychováni, by se tomu měl přizpůsobit, tedy se lišit. Wollstonecraft ale odmítala narativ, že rozumové možnosti žen se liší od možností mužů, nebo to, že žena existuje pro jejich potěšení a není nezávislou osobou. Na základě tohoto tvrdila, že vzhledem k tomu, že mají obě pohlaví rozumové možnosti stejné, měli by mít i stejný a rovný přístup ke vzdělání (Bryson, 2016, s. 17–18).

Součástí boje za rovná občanská práva byly nejen ženy, ale i muži, a jedním z prvních byl John Stuart Mill. V polovině 19. století ve Velké Británii sepsal spis *Poddanství žen*. Myšlenky, které prezentuje v knize, navazují na osvícenství a rozšiřují ideály oné doby. Poddaná role žen ve společnosti je podle něj barbarským přežitkem minulosti. Není výsledkem přirozených vlastností žen, ale vznikla donucením, násilím. Nyní je považována za společensky schválenou, jeví se jako přirozená a přežívá díky zvyklostem. Ženy mají tak toto postavení pouze v důsledku společenského tlaku a chybné výchovy. Podle Milla by se mělo ženám dostávat stejných příležitostí jako mužům, pouze tak může společnost benefitovat z jejich nadání, talentu a rozumu. Zdůrazňuje i nesprávnost právního poddanství v institutu manželství, důležitost volného přístupu k formálnímu vzdělání a možnost aktivně se účastnit politického života a vykonávat politické funkce (Bryson, 2016, s. 46–47).

Do první vlny mezinárodního feministického hnutí byly v poslední třetině 18. století zapojeny i ženy na území českých zemí. Otázka rozšíření volebního práva pro ženy poprvé rezonovala především okolo revolučního roku 1848. Ve veřejném prostoru totiž poprvé působily jinak než jako manželky a matky – podílely se na vedení kampaní, bojovaly, aktivně se činily a projevovaly ve veřejném prostoru (Havelková, 2004, s. 169; Musilová, 2012, s. 210).

Primární aktivity žen ve veřejném prostoru byly filantropické. Spjovaly se za tímto účelem do mnoha klubů, první vzniklý byl klub *Jednota ku podporování ženské umělosti* v roce 1813. V podobných klubech se angažovaly ženy ze střední třídy dalších přibližně 50 let. Později začaly vznikat ženské kluby s liberální ideologií: *Americký klub dam* (1865), *Ženský výrobní spolek* (1871), *Ústřední spolek českých žen* (1897) nebo *Ženský klub český* (1903), a většina z těchto spolků také tvořila a produkovala vlastní noviny, jako např. *Ženské listy* nebo *Ženská revue* (Musilová, 2012, s. 209–210).

Změna přišla s industrializací, která přinutila ženy začít se účastnit pracovního procesu. Narušovalo to rozdělení sfér, kdy muž pracoval a zajišťoval finančně rodinu a žena se starala o domácnost, byla manželkou a vychovávala děti. Ženy začaly pracovat, ale neměly vzdělání

ke kvalifikované práci a zároveň musely stále zajišťovat chod domácnosti. První podskupinou, která upozorňovala na tento problém, byla skupina učitelek. Ty měly sice stejný finanční příjem jako učitelé muži, ale jejich celková společenská pozice byla horší a znevýhodňující – měly povinný celibát a větší pracovní vytížení. Za tímto účelem vznikl *Spolek pražských učitelek*, jehož součástí byly Karla Máchová, Františka Plamínková a Zdeňka Wiedermannová-Motyčková (Musilová, 2012, s. 211).

Na počátku 20. století byla společnost více otevřena tématům rozšíření politických práv a ekonomické participace žen. První politická strana, která ženy přijala mezi své členy, byla *Sociálně demokratická strana československá*, která umožnila vstup žen do svých řad již v roce 1892. Vznikl i první politický program, který se zabýval ženskou politickou situací ve společnosti a v rodině. Usiloval o stejná práva pro ženy, jako měli muži, právo na sebeurčení a rozhodování o vlastní budoucnosti (Musilová, 2012, s. 213–214).

V roce 1905 založila Františka Plamínková *Výbor pro volební právo žen*, který aktivně pomocí petic a pořádaných událostí usiloval o rozšíření volebního práva na ženskou část společnosti a byl primárním hnutím za volební právo žen na našem území. Hnutí bylo podporováno i některými českými poslanci v říšském parlamentu, především Tomášem Garrigueem Masarykem, Václavem Chocem a Bohuslavem Frantou. Navrhli i několik zákonných změn rozšiřující toto právo, ale žádná z nich nebyla schválena. Hnutí tak změnilo strategii a šlo cestou hledání děr v existujících zákonech. Všechny explicitně zakazovaly ženám volit, kromě zákonů na Moravě. V roce 1908 tak při volbách do Moravského zemského sněmu kandidovaly 3 ženy: Karla Máchová, Božena Zelinková a Marie Tůmová, nicméně bez úspěchu. První zvolenou ženou se stala později v roce 1921 Božena Viková-Kunětická, která získala mandát v Českém zemském sněmu. Místodržitel hrabě Thun ale její mandát odmítl a ten nebyl uznán, a Viková-Kunětická tak nemohla vykonávat politickou funkci (Musilová, 2012, s. 215; Honelová, 2020).

V roce 1918 při vzniku nezávislého československého státu se už počítalo s rozšířením volebního práva i na ženy. 30. ledna 1919 vešel v platnost zákon, který dal možnost volit všem občanům bez rozdílu pohlaví. Ústava z 29. února 1920 zahrnovala rovnoprávnost obyvatel nehledě na pohlaví, potvrdila tak získání volebního práva pro ženy: od 21 let mohly volit do parlamentu, kam mohly kandidovat od 30 let. Do senátu pak měly aktivní volební právo od 26 let a pasivní volební právo od 45 let. Poprvé ženy volily při komunálních volbách, které se uskutečnily 15. června roku 1919. V evropském kontextu řadíme Československo mezi země, které byly mezi prvními při narovnání tohoto občanského práva. Až po Československu následovala např. Francie, Itálie nebo Švýcarsko, které toto právo

narovnálo až v roce 1971. Prvním státem v Evropě, kde došlo k narovnání tohoto práva, bylo Finsko v roce 1907, celosvětově prvním byl Nový Zéland v roce 1892. (Musilová, 2012, s. 216; Honelová, 2020).

1.2. Politická komunikace a její proměny

Druhá podkapitola mé diplomové práce se zaměřuje na politickou komunikaci a její aspekty. Nejprve definuji politickou komunikaci a vysvětluji její klíčové funkce v kontextu médií a společnosti. Dynamika tohoto oboru se rychle mění, jak z hlediska akademického, tak z hlediska společenské praxe. Proto se zaměřuji na jeho vývoj a proměny v čase.

Následně představuji počátky politické komunikace a věnuji se tomu, jak ji ovlivnily nové technologie, jako jsou rádio, televize a internet. Podrobně se zaměřuji na dělení politické komunikace do čtyř věků, což poskytuje ucelený pohled na vývoj politické komunikace.

Další část je věnována vizualizaci a její roli v politické komunikaci, která s měnícími se technologiemi stále narůstá. Věnuji se její důležitosti, tomu, jak souvisí se vstupem mas do politiky a také zapojení nepolitických profesí do politického procesu, jakou jsou např. image makeři/rky nebo stylisté/ky. Vysvětluji, jakým způsobem tito profesionálové/ky pomáhají politikům/čkám prezentovat se v médiích a na veřejnosti.

V závěrečné části kapitoly se zaměřuji na klíčové poznatky ohledně mediálního vyobrazení političek. Věnuji se percepci tzv. tradičních médií a tomu, jak se média zapojují do procesu vytváření diskurzu ohledně žen v politice. V této části prezentuji také kategorizaci Krogstad a Storvik (2012), která poskytuje strukturovaný rámec způsobů, jakými tradiční média informují o političkách. Tato kategorizace identifikuje různé přístupy a vzorce, které média při prezentaci političek používají, čímž se podílí na vytváření společenského diskurzu.

Zaměřuji se také na nová digitální média a prezentuji poznatky ze studií, které se zabývají vlivem sociálních sítí na vzorce politické komunikace s ohledem na aspekt genderu. Tato oblast propojení sociálních sítí, genderu a politiky, není v akademické příliš rozsáhlá a dynamika těchto propojení není častým předmětem výzkumu.

1.2.1. Politická komunikace

Politická komunikace je klíčovým oborem mediálních a komunikačních studií. V rámci ní zastávají média dvě normativní funkce. Média mohou jednak pomoci vytvářet společenský diskurz, tj. chápání společenské situace, a v důsledku toho informované občany a občanky. Druhou funkcí, kterou média plní, je tzv. čtvrtý pilíř demokracie. To z důvodu, že fungují jako tzv. hlídací psi, kteří hlídají zájmy široké veřejnosti tím, že odhalují nedemokratické, nekalé nebo nezákonné politické procesy (Reinemann, 2014, s. 1; Hobbs, 2016, s. 375).

Politická komunikace jako taková se zabývá komunikačními procesy, které se pojí s distribucí moci, kolektivními rozhodnutími a alokací hodnot ve společnosti. Mezi nejčastější

předměty současného zkoumání řadíme volební kampaně, občanskou angažovanost a působení nových digitálních médií. Politika je silně závislá na komunikaci mezi politickými aktéry, obyvatelstvem a médii, a proto může být považována za předmět komunikačního oboru sama o sobě. Výzkum v oboru politické komunikace je svojí povahou interdisciplinární a podílí se na něm akademici/čky, kteří mají široké spektrum teoretických a metodologických přístupů a pochází z různých akademických disciplín. Tímto oborem se nezabývají pouze vědci/kyně, ale také instituce a lidé mimo akademickou sféru, jako např. nadace, průzkumy veřejného mínění, političtí/cké poradce/kyně, instituce nebo think-tanky (Reinemann, 2014, s. 1–2; Křeček, 2013, s. 8).

K politické komunikaci můžeme přistupovat jako k vědní disciplíně, ale také jako ke společenské praxi. V běžném životě pak v rozlišení toho, co lze a nelze považovat za politické komunikování, hraje roli nejen sdělení samo o sobě, ale jeho adresát, kanál, příjemce a účinek daného sdělení (Křeček, 2013, s. 9).

Aktéři/rky v politické komunikaci mohou být jak individuální, tak kolektivní. Mezi aktéry/ky individuální řadíme zástupce/kyně politického kolektivního aktéra, nezávislé kandidáty/ky, experty/ky, významné osobnosti nebo celebrity. Za kolektivní aktéry lze pak považovat politické strany, politická hnutí nebo občanská sdružení (Křeček, 2013, s. 12).

1.2.2. Transformace politické komunikace

Politika a s ní související komunikace se musí přizpůsobovat dobovému prostředí, tedy novým požadavkům, technologiím a trendům v komunikaci. Na druhé straně politika a politické chování má na komunikaci vliv, pomocí kterého může působit na to, jakým směrem se bude vyvíjet, a může ji i aktivně proměňovat (Negrine, 2017, s. 18).

Jedním z prvních období, kdy se dala vyzorovat první významná změna v politické komunikaci, bylo období po první světové válce. Do komunikačního prostředí (v tzv. západních moderních demokraciích) přišla nová technologie – rádio. Komunikace politiků a političek tak již nespočívala pouze ve fyzických setkáváních s voliči a novinových člancích, ale političtí aktéři/rky se museli přizpůsobit novému médiu a začít ho využívat. Poté se ke zvukové stopě přidala v 50. letech vizuální stopa, tedy televize. Spolu s jejím příchodem již politici a političky neřešili pouze svůj hlas, ale zaobírali se také svým vzhledem, prezentací na obrazovce, komunikací s novináři ve vysílání a celkovým ovládnutím situace. Jak politici/čky, tak novináři/ky se museli na tuto situaci adaptovat a být více profesionální. Politické strany a političtí jednotlivci, kteří dokázali tyto příležitosti ke změně uchopit, měli značnou výhodu

oproti konkurenci. Poslední významný technický milník transformace politické komunikace je internet. Ten ji významně proměnil a určuje její trendy, které se mění skoro každým dnem. S nástupem nových digitálních technologií, jako jsou online platformy a sociální média, se tradiční média, jako je rádio a televize, postupně dostala do pozadí a změnil se jejich význam (Negrine, 2017, s. 19–22).

Největší změnou, kterou lze pozorovat od konce 20. století, je profesionalizace celé sféry politické komunikace. Politické strany a jejich představitelé/ky jsou závislí na komunikačních profesionálech/kách. Profesionálové a profesionálky z oblastí public relations, public affairs, marketingu a spin doctoringu, mají čím dál větší podíl na celkovém politickém prostředí. Důvodem je i to, že političtí aktéři/rky by si ideálně neměli vybírat jedno médium, se kterým budou pracovat, ale použít ke komunikaci všechna a ideálně koordinovaně tak, aby jim obsah přizpůsobili (Negrine, 2017, s. 1, 20–21, 32; Křeček, 2013, s. 105).

Jesper Strömbäck a Frank Esser (2014) popisují změny v politické komunikaci v návaznosti na přechod k demokratickým státním zřízením v evropském kontextu. Podle nich byla role médií v těchto transformačních procesech zásadní. Média totiž hrála důležitou roli jako informační zdroj, kanál pro komunikaci mezi politickými aktéry/kami a občany/kami nebo mezi jednotlivými částmi politického systému a kvůli svému vlivu na veřejné mínění (s. 3–4).

Důležitým konceptem v porozumění role médií v rámci transformace politické komunikace je mediatizace. Pojem značí změny ve společnosti, kdy se média stávají vlivnými a hluboce zakořeněnými v různých sférách společnosti. Jedná se jednak o extenzi jejich vlivu do všech sfér společnosti a sociálního dění, ale také na druhé straně podřízení společnosti médiím a jejich logice a postupům. Tento dlouhodobý koncept, který zvyšuje význam médií, má čtyři dimenze. První dimenze se vztahuje k tomu, do jaké míry jsou média nejdůležitějším zdrojem informací o politice a společnosti. Druhá dimenze se vztahuje k míře závislosti médií na politických a společenských institucích. Pozorujeme ji, když se politika stává více medializovanou a pro politické aktéry/ky a instituce je stále více důležité využívat média k oslovení větších skupin společnosti. Třetí dimenze se týká míry, do jaké se mediální obsah a zpravodajství o politice a aktuálním dění řídí buď mediální, nebo politickou logikou. Tedy jestli jsou pro média důležitější vlastní standardy a postupy nebo logika fungování politiky. Čtvrtá dimenze odkazuje na to, do jaké míry se samotné politické organizace a její aktéři/ky řídí mediální nebo politickou logikou. Když se toto stane a dostaneme se do tohoto bodu, političtí/cké aktéři/ky si uvědomují, že aby média oslovili a mohli je přímo i nepřímo ovlivňovat, musí se přizpůsobit jednotlivým médiím a jejich logice

(Strömbäck, 2014, s. 4–8).

Mediatizace, jak bylo uvedeno již výše, prostupuje do všech sfér privátního, společenského, politického, ekonomického a kulturního života a lze identifikovat čtyři procesy, které z toho vyplývají. Za prvé, média rozšiřují své komunikační schopnosti napříč časem a prostorem, to znamená, že se lidé už nemusí fyzicky setkávat, aby mohli komunikovat, a političtí/cké aktéři/rky nemusí fyzicky cestovat, aby se setkali se svými voliči/kami. Média rovněž nahrazují (jak plně, tak částečně) společenské aktivity a instituce, které v minulosti vyžadovaly osobní interakci nebo fyzickou přítomnost. V důsledku toho např. nemusíme jít na zmíněné fyzické setkání s politiky/čkami v našem městě, ale můžeme si pustit videozáznam v televizi nebo pomocí internetu. Za třetí se média a informace získané z nich prolínají s reálným životem. Přestože se většina z nás s předním politikem nebo političkou nesetkala, z jejich komunikace v televizi nebo na sociálních sítích můžeme mít pocit, že je osobně známe. Posledním procesem sociální změny spojené s mediatizací je rostoucí význam médií, který vede k tomu, že se političtí/cké aktéři/rky přizpůsobují médiím a mediálním obsahům (Strömbäck, 2014, s. 9–10).

Transformace a změny v politické komunikaci se dějí díky vlně nových mediálních technologií čím dál rychleji. A to jak ve zmíněných klíčových západních moderních demokraciích, tak i v demokraciích „druhého“ a „třetího“ světa. V následujících podkapitolách představím rozdělení politické komunikace do tří věků podle Blumlera a Kavanagha (1999), včetně toho, čím se vyznačují a co je pro ně typické. V současné době digitálních médií a sociálních sítí již mluvíme o tzv. čtvrtém věku, ten bude představen v podkapitole 1.2.1.2. (Moog, 2001, s. 30; Blumler, 2001, s. 201–209; Aagard, 2016, s. 1–18).

1.2.1.1. Tři věky politické komunikace

Rozdělení politické komunikace do tří věků provedli a definovali Jay G. Blumler a Dennis Kavanagh v roce 1999. Rozlišují období politické komunikace v demokratických zemích dle dobového společenského kontextu a dostupných technologických možností (Blumler, 1999, s. 209).

První fázi časově zařazují do doby tzv. zlatého věku politických stran, přibližně do prvních dvou dekad po druhé světové válce. Tato doba je charakteristická velkou silou politických stran, které byly primárním zdrojem iniciativ pro dění ve státě. Stranický systém byl úzce spjat se zakořeněným dělením sociálních struktur ve společnosti a mnoho voličů mělo více či méně dlouhodobou osobní stranickou identifikaci. Politická komunikace se v této době

vyznačovala jasnými věcnými politickými sděleními, které jednoduše pronikaly do masových médií (Blumler, 1999, s. 211–212).

Druhý věk politické komunikace se datuje od 60. let 20. století, kdy se celostátní televize stala dominantním médiem politické komunikace. Důvodem bylo to, že televize poskytovala divákům méně prostoru pro naladění na vlastní stranu argumentů, což vedlo ke snížení vlivu stranické propagandy a komunikace a důvěry v politické strany. S tímto vývojem musela média důsledněji dodržovat striktní normy, jako jsou férovost, neutralita a nestrannost. Zpravodajská média získala větší vliv, jelikož měla přímý dopad na plánování politických událostí, jazyk politiky a personalizaci její prezentace (Blumler, 1999, s. 212).

Třetí věk je v porovnání s prvním a druhým obdobím více komplexní a dochází v něm k několika změnám. Mezi ty řadíme významné rozšíření působnosti televize, která se stala propracovaným novinářským médiem. Nabízela již nejen nejdůležitější zprávy, ale i kontinuální 24hodinové vysílání a rozsáhlé množství jak zpravodajských, tak publicistických formátů. Běžně již lidé ve svých domovech vlastnili televizi, rádio, nahrávací zařízení, CD přehrávače, a také osobní počítače, které měly vliv na to, jak lidé politiku vnímají. V tomto období lze charakterizovat 5 hlavních trendů v politické komunikaci. Prvním je zvýšená míra profesionalizace, kdy politici/čky mají za sebou celý tým poradců/kyň nebo asistentů/tek, bez kterých by již svoji funkci nemohli vykonávat. V tomto období také dochází ke zvýšené míře soutěživosti napříč politikou a zvýšené míře popularizace anti-elitářství a populismu. Také dochází k diverzifikaci komunikace vzhledem ke zvýšenému množství kanálů a mediálních obsahů. Posledním charakteristickým rysem tohoto období je měnící se vnímání politiky. Politická komunikace totiž často splývá s proudem jiných mediálních obsahů (Blumler, 1999, s. 213–223).

1.2.1.2. Čtvrtý věk politické komunikace

Nyní v postmoderní době se již nacházíme ve věku tzv. čtvrté politické komunikace a třetí věk, tak jak jej definovali Blumler s Kavanaghem (1999), je již překonán. Čtvrtý věk je charakterizována nástupem digitalizace, větší mírou mediatizace, zvětšenou soutěživostí o pozornost u veřejnosti a rozdělenou společností. Pro politiku jsou nyní důležité jiné atributy než v předchozích obdobích. V souvislosti se čtvrtým věkem politické komunikace hovoříme o důležitosti role profesionálů, jako jsou public affairs konzultanti/ky, komunikační experti/tky nebo mediální experti/tky. Dochází k přesunu důrazu na personifikaci politiky, přesunutí soustředění na skandály, konflikty a dramatické události, a rozmach tzv. infotainmentu

– spojení informací a zábavy. Součástí je i estetizace politiky, která má svoji důležitost v symbolické rovině. Zvýšená digitalizace komunikace vede k podpoření významu dat v komunikaci, díky nimž lze vysledovat, jak politici/cké aktéři/rky reagují na události, jako jsou politická prohlášení nebo návrhy zákonů apod. Komunikovat a ovlivňovat společnost a její mínění a politické preference prostřednictvím sociálních a masových médií je tak velmi důležitá součást práce nynějších politiků/ček. (Aagard, 2016, s. 1–8).

1.2.1.3. Vizualizace politické komunikace

Vizuální symboly byly vždy pro politickou komunikaci důležité. Jejich význam se zvedl ještě více s příchodem televize, která se stala důležitým médiem a hlavním zdrojem informací o politickém dění. Běžnému/é občanu/ce, který/á má nízký zájem o politiku, nabízejí vizuální materiály kognitivní zkratku k zisku informacím. Publikum totiž zpracovává vizuální symboly rychleji a efektivněji než psaný text nebo mluvený projev. Mohou také obsahovat více informací než jiné formy komunikace a být lépe zapamatovatelné (Schill, 2012, s. 118–120; Lilleker, 2019, s. 37).

Vizuální prvky v politické komunikaci plní deset důležitých funkcí. Mohou plnit argumentační funkci a mít dopad, který pomůže přesvědčit obecnost o postojích politika/čky. Např. pokud politik/čka sdílí na sociálních sítích fotografie ze setkávání se s voličstvem, se svojí rodinou nebo z práce v kanceláři, mohou tyto fotografie pomoci přesvědčit obecnost o vhodnosti pro výkon veřejné funkce a pozitivních povahových rysech. Vizuální prvky mohou také pomoci plnit funkci nastolování agendy, tj. ovlivňovat, čemu se budou zpravodajská média věnovat. Politici a političky mohou také využít vizuálních prvků pro dramatizaci situace a zdůraznění důležitosti. Dále mají také jedinečnou schopnost vyvolat u obecnosti emocionální odezvu a zprostředkovat celé spektrum emocí. Dopomáhají tvořit tzv. politickou image, která může pomoci obecnosti se s politikem/čkou sžít a podpořit pocit toho, že je znají a rozumí jim. Plní také dokumentační funkci, která autenticky zachycuje události. Dále také společensky symbolickou funkci, která může dokládat morální nebo emoční sílu, tedy např. využívání prvků na fotografiích, jako je národní vlajka nebo prvky armádního oděvu. Pomocí již zmíněných funkcí mohou vizuály pomoci přenést obecnost v prostoru nebo čase, tedy např. pomocí fotografie z události, které se nemohlo zúčastnit. Mohou také plnit funkci, která vede k nejistotě nebo k více interpretacím. Tato nejednoznačnost umožňuje politikům a političkám oslovit širší spektrum publika, protože různí lidé mohou různá sdělení interpretovat odlišně (Schill, 2012, s. 122–132).

S používám vizuálních prvků souvisí jejich estetická stránka. Ta představuje v politické komunikaci v posledních desetiletích stále větší důležitost a v postmoderní společnosti je stále aktuálnější. Politická komunikace je v dnešní době velmi vizuální a emocionální, a proto estetické prvky, jako jsou barvy, obrazy, zvuky a gesta, hrají významnou roli v tom, jak politické zprávy a myšlenky oslovují publikum.

Politická komunikace již tedy dávno není pouze praktickým nástrojem předávání informací o činnosti a názorech politika/čky, ale plní také estetickou funkci. Rieff již v 50. letech zdůrazňoval, že politika ztratila své hodnoty a dala do popředí pouze svoji estetickou stránku. To z důvodu, že politika je řízena pocity: lidé chtějí vidět a poslouchat, co je jejich uchu nebo oku líbivé, a nechťejí pouze debatovat nebo naslouchat argumentům. Podle Neila Postmana se politika stala součástí zábavní sféry, stejně jako sport, náboženství nebo umění. Klíčové pro úspěch politického kandidáta nebo politické kandidátky je, že především umí své publikum, tedy voličstvo, pobavit a také dobře vypadat. Dochází tedy ke změně v politické sféře, která není definována primárně rozměrem kompetence k rozhodování ve věcech státu a jeho obyvatelstva nebo vztahem ke komunitě. Ale schopností politika/čky se veřejně prezentovat jako člověk, který si zaslouží nést politickou zodpovědnost. Tato nutnost audiovizuální prezentace je znakem estetizace politiky (Rieff, 1953, s. 480–482; Postman, 1999, s. 12–13; Hillach, 1979, s. 119).

Nejjednodušším vyjádřením jak politické, tak sociální funkce, která souvisí se zvýšením významu estetiky v politice, je oblečení. Vstup mas do politiky dokazoval důležitost módy, která vyjadřovala soudržnost s postavením ve společnosti nebo se společenskou třídou. Příkladem počátku této estetizace může být např. důraz na uniformitu v období nacistického Německa. Ta dokazovala jejich soudržnost s pracující třídou a prezentovala je jako obyčejné jedince. Díky tomu si Adolf Hitler udržoval veřejnou sebereprezentaci bojovníka za práva mas a pracující třídy. I jako pozdější hlava státu se oblékal stroze – např. dlouhý trenčkotový kabát bez klobouku nebo jiných doplňků, které by jakkoliv mohly implikovat bohatství (Rieff, 1953, s. 482–485).

Se zvýšením důrazem na estetičnost vizuální stránky politické komunikace souvisí zapojení profesí, které ne vždy přímo souvisí s politikou, do politického procesu. Patří mezi ně např. image makeři/rky, kteří/é pomáhají politikovi/čce vytvářet požadovanou image před obyvatelstvem a médii. Mohou fungovat buď tak, že zdůrazňují vlastnosti a atributy, které kandidát/ka již má, nebo naopak zdůrazňovat vlastnosti a atributy, které si obyvatelstvo myslí, že má a dopomoci jim k určitému veřejnému obrazu. Soukromé myšlenky politika/čky o politických otázkách a problematice jsou druhořadé vzhledem k názorům a představám image

makera/rky. Ti jim pomáhají dotvořit celkový obraz jejich osobnosti pro prezentaci veřejnosti, včetně toho, jak mají vystupovat v médiích a jak vypadat a oblékat se. S touto oblastí souvisí i role tzv. spin doktorů/ek, jejichž pracovní náplň je těžko definovatelná. Často se jedná o osoby, které mají pracovní zkušenost z mediální nebo komunikační oblasti. Jejich úkolem je ovlivňovat veřejné mínění tzv. spinem, tedy nějakou falší tak, aby novináři/ky zpracovali informace ve prospěch toho, kdo spin doktora/ku financuje, nebo naopak v neprospěch jeho/její protivníka/ce. Řada politiků a političek také využívá služby stylisty/ky, kteří/ré jim pomáhají sestavit šatník a vytvořit esteticky příjemný vzhled (Nimmo, 1976, s. 34–35; Křeček, 2013, s. 108–117).

1.2.3. Mediální vyobrazení političek

Politické řemeslo a feminita byly a někdy stále jsou ve společenském diskurzu vnímány jako antiteze; jako dvě věci, které nikdy nemohou být v symbióze. Tento silný tradiční genderový diskurz výrazně ovlivňuje vztah žen k politické sféře, ať už se jedná o politiku aktivní, pasivní nebo o občanskou angažovanost a zájem v širším slova smyslu. Do tohoto procesu vytváření diskurzu, podporování a rámcování jsou média hluboce zapojena tím, že konstruují tento kontrast mezi feminitou a politikou (Sreberny, 1996, s. 1–3).

Politická činnost už dávno není pouze předmětem seriózního zpravodajství. Proniká i do popkulturní a lifestylové sféry mediálního světa, jako jsou např. podcasty, talkshows, módní nebo lifestylové časopisy. Díky těmto faktorům dochází k popularizaci politiky, ale také výrazné personalizaci jednotlivých aktérů a akterek (Sreberny, 1996, s. 1–3).

Podle Adcock (2010) byly v minulosti základem informování novinářů/ek o ženách v politice stereotypizované a idealizované obrazy ženství. Deklaruje, že ke zlepšení situace by vedla větší profesionalizace politiky a mediálních formátů, diverzifikace komunikačních forem a technologií a změna ve vnímání publika. V médiích však dochází k přesunu směrem k trendům, jako jsou: senzacechtivost, trivializace (informací i publika), cynismus, stranický přístup a zábava na úkor informované debaty. Pro média i jejich uživatele/ky jsou atraktivnější taková sdělení, která se zabývají proniknutím do privátní sféry života. Takovým typickým sdělením může být např. sexuální život mužského politika, díky čemuž média vyvolávají otázku, jaký je vztah mezi soukromou morálkou v privátním životě a kompetencí pro vykonávání veřejné role. Ženy, nejen političky, jsou pak často médiem prezentovány jako sexuální objekt, nehledě na jejich profesi, znalosti, vzdělání nebo jinou hodnotu. U žen tedy stále pozorujeme veliký zájem ze strany médií o jejich fyzickou stránku, čímž přispívají

k tvorbě zmíněného genderovaného společenského diskurzu. (Ross, 1996, s. 80–89; Adcock, 2010, s. 136–138).

Podle Lühiste a Banducci (2016) kandidáti/ky, kteří/ré jsou více medializovaní/né a více probíraní/né v mediálních obsazích, mají větší šanci ke zvolení. Vede k tomu větší důraz na personalizaci v politice a osobnostní způsob vedení kampaně. Naopak role stranické příslušnosti a její důležitost klesá. Kandidáti/ky jsou tak na médiích závislí/é, protože je v jejich zájmu, aby média jejich sdělení a myšlenky předávala dál. Rozdílná mediální prezentace, založená na genderu kandidáta/ky, může bránit ve voličském úspěchu, a tím také přispívat k nízkému zastoupení žen v politice. V tomto ohledu podle Lühiste a Banducci mohou být vinny jednotlivé postupy práce, které jsou zavedené v daných médiích, ale také umístění kandidátek na kandidátních listinách. Novináři/ky nejsou jen pasivními předavateli/kami sdělení a informací, ale rozhodují na základě svých hodnot, které informace se do daného média dostanou. Z hlediska novinářské etiky mají povinnost předávat objektivní informace, ale zároveň si musí udržet pozornost uživatelů média a předkládat jim atraktivní informace. Mediální pokrytí je pak ovlivněno umístěním kandidáta/ky na kandidátní listině, což je faktor, o kterém rozhoduje politická strana, a vytváří tím jednu z bariér pro reprezentaci žen v politice (Lühiste, 2016, s. 223–228).

1.2.2.1. Mediální vyobrazení političek v tradičních médiích

Ve všech zemích světa je situace genderového zastoupení v politice značně rozdílná a proměnlivá. To je ovlivněno specifickými národními a kulturními identitami daných zemí. Ty pak mohou ovlivňovat vizuální strategii politiků/ček a stejně tak hodnocení mediálního publika. Krogstad a Storvik (2012) rámcují sedm kategorií a způsobů, jakými média reprezentují političky. Jsou to: (1) muži v sukních a kamenné dámy; (2) svůdnice; (3) matky; (4) hrdinky minulosti; (5) ženy v červeném; (6) okouzlující ženy a (7) ženy ironicky využívající svoji ženskou stránku (s. 130–134).

První kategorii mužů v sukních a kamenných dam tvořily především první ženy, které vstoupily do politiky. Byly mediálně vnímány tímto způsobem především proto, že politickému prostoru dominovali tradičně výhradně muži a najednou do něho začaly zasahovat i ženy. Vizuálně tyto političky se soustředily především na zdůraznění profesionality a nekladly přílišný důraz na styl, eleganci nebo noblesu. Snažily se mezi své mužské kolegy zapadnout, a i proto si vysloužily toto označení (Krogstad, 2012, s. 134).

Druhá kategorie svůdnic zahrnuje ženy, které byly v průběhu svého působení vnímány

jako vysoce atraktivní nebo sexy. Média ve svých sděleních dávala tyto atributy do popředí a zmiňovala krátké sukně, výrazné náušnice apod. S jejich vzhledem se často pojily názory, které dehonestovaly jejich vzdělání, znalosti a odbornost a otázky, které média a společnost zvedaly, jako jakým způsobem se dostaly do úřadu apod. Na základě těchto mediálních hodnocení tyto političky často svoji fyzickou stránku upozadily, aby na ni média přestala upozorňovat a byla věnována větší pozornost jejich politické činnosti (Krogstad, 2012, s. 135–136).

Další kategorií je kategorie, která prezentuje političky jako různé typy matek. Média pak posuzují schopnosti dané političky podle počtu a způsobu vychovaných dětí apod. Těm, které jsou matky, jsou přitakávány povahové rysy jako komunitně založené, „nohama na zemi“ nebo pečující, a díky tomu mají jiné politické priority než muži (Krogstad, 2012, s. 136–137).

Pátou kategorií jsou tzv. hrdinky minulosti. Stejně tak jako muži se i ženy začaly přirovnávat k velkým národním osobnostem minulosti, např. kandidátka na francouzskou prezidentku Ségolène Royal se prezentovala jako Johanka z Arku vizuálním stylem kampaně, svojí volbou oblečení a rázným vystupováním (Krogstad, 2012, s. 137–138).

Kategorie žen v červeném je výrazně ovlivněna kulturním prostředím národa. Jedná se ale o ženy, které pomocí zakomponování červené barvy do svého vzhledu dávají najevo jasné nebo jácné stanovisko nebo se použitím červené barvy snaží vyniknout v politickém davu (Krogstad, 2012, s. 138).

Další kategorií jsou političky, o kterých novináři/ky začali psát ve smyslu přínosu stylu, elegance a tzv. glamouru do politické sféry. Toto postavení a přílišný zájem o extravagantní vzhled jim bývá někdy vyčítáno (Krogstad, 2012, s. 139).

Poslední kategorií jsou ženy, které pracují s hravou estetickou sebeprezentací, tedy ženy ironicky využívající svoji ženskou stránku. Jedná se např. o netypické prostředí při fotografiích pro kampaň, jako jezírko s lekníny nebo stylizace do postavy baleríny. Tato sebeprezentace způsobuje jistou míru kontroverze a vyvolává diskuzi, zdali je tato forma adekvátní sebeprezentací pro účast na veřejné funkci. Podle některých tato sebeprezentace vede k oproštění se od důležitých politických témat (Krogstad, 2012, s. 140–141).

Některé z popsaných mediálních obrazů političek lze interpretovat jako výsledky snahy žen přizpůsobit se národnímu kulturnímu charakteru. V 80. letech, když první ženy vstoupily do politiky a přizpůsobily se dobové kultuře a standardům, byly kritizovány za to, že vypadají jako muži v sukních. Když se později začaly stylizovat více elegantně a esteticky zajímavěji, bylo jim vyčítáno, že nevěnují příliš pozornosti své veřejné politické roli. Pokud se tedy ženy snaží prezentovat způsobem, jakým se prezentují muži, nejsou hodnoceny stejně, pokud se však

ženy snaží svojí vizuální stránkou odlišit, pro veřejnost se často jeví jako nevhodné pro danou práci (Krogstad, 2012, s. 141–146).

Studie se shodují, že političky bývají společensky a médií posuzovány na základě jiných standardů a kritérií než jejich mužští kolegové. Místo soustředění se na jejich činy, práci, hodnoty a odbornost, se společnost a média věnují kategoriím, jako je vzhled nebo výběr oblečení. I relativně pozitivní názory a pohledy na fyzickou stránku političek mohou pro ně být nevhodné, neboť mohou zastínit jejich politickou agendu a činnosti. Tuto důležitost estetické prezentace u medializované prezentace politiky zvedají především nová digitální média a sociální sítě, která jsou na vzestupu (Walsh, 2015, s. 1026–1032).

1.2.2.2. Vyobrazení političek na sociálních sítích

Propojení oblastí politické komunikace, sociálních sítí a genderu se stalo relativně novou oblastí vědeckého zájmu, která se neustále rozšiřuje. Přestože výzkum tohoto propojení není tak rozsáhlý jako v jiných oblastech, studie začaly zkoumat komplexní dynamiku a důsledky těchto propojení. Na základě literární rešerše zde představuji několik studií, které se zabývaly úlohou sociálních sítí při utváření vzorců politické komunikace s ohledem na aspekt genderu. Tyto studie zkoumají, jak politici/čky na online platformách komunikují i jak je o nich komunikováno. Kromě toho výzkum v této oblasti také zkoumá, jak může politická komunikace na sociálních sítích posilovat nebo zpochybňovat tradiční genderové normy a mocenskou dynamiku.

Autorka Tsfira Grebelsky-Lichtman (2017) se věnovala komunikačnímu modelu, který v minulosti dovedl političky k volebnímu úspěchu. Autorka provedla výzkum, který se zaměřoval na analýzu vzorců chování a komunikace političek a v rámci své studie představuje teoretický rámeček genderově podmíněné komunikace. Výsledkem studie je zjištění, že v minulosti k úspěchu v politice pro političky byla potřeba kombinace maskulinní verbální a feminní neverbální komunikace (s. 272).

Autoři Valeriya Mechkova a Stevel L. Wilson (2021) se zabývali analýzou příspěvků na sociální síti Twitter v kontextu voleb v roce 2018 ve Spojených státech amerických. Jejich výzkum přináší důležité zjištění, že kandidátky, které se zabývaly tzv. ženskými tématy, ale zároveň měly agresivní rétoriku, byly veřejností spojovány s vyšší pravděpodobností zvolení do funkce. Zároveň se političky, které vyznávají tento přímější a agresivnější způsob komunikace v důsledku toho setkávají s vyšší mírou soukromých zpráv nebo reakcí. Ty mají převážně urážlivý charakter a jsou zejména od jiných žen. Výzkum také potvrzuje,

že i na sociální síti, v tomto případě na Twitteru, se ženy-političky setkávají s dilematem, jestli se mají prezentovat jako méně feminní, více agresivní, direktivní a vůdčí, a tím pádem více vhodné pro veřejnou politickou funkci. V tento moment ale zároveň riskují, že jim uživatelé/ky mohou tyto vlastnosti vyčítat a vnímat je kriticky kvůli nedostatečné feminitě (Mechkova, 2021, s. 1).

Příspěvkům na sociální síti Twitter se věnovaly i Shannon McGregor a Rachel R. Mourão (2016). Zkoumaly, jestli se v příspěvcích o politických kandidátkách projevují genderové stereotypy a předsudky. Navzdory potenciálu sociálních sítí narušit genderové stereotypy ve společnosti, zjištění studie ukazuje, že gender ovlivňuje strukturu komunikace i na sociální síti Twitter – kandidátky mají větší zastoupení i více reakcí, pokud kandidují proti mužům. Jejich výsledky naznačují, že pokud žena oponuje muži, konverzace se soustředí primárně na ni a její osobnost (s. 1–3).

Pokud se ženy-političky zabývají tzv. typickými ženskými tématy a přivlastní si je, může to pro ně představovat politický benefit. Ale může to i podporovat negativní stereotyp, že ženy nejsou schopné se zajímat o velká témata, ale pouze o ta témata, která zajímají ženy jako sociální skupinu. Tedy i na této sociální síti hrají roli genderové stereotypy, které významně ovlivňují, jak jsou ženy-političky vnímány z hlediska toho, čeho jsou schopny ve funkci dosáhnout. Typicky se voliči domnívají, že mužští kandidáti zvládnou lépe mužské otázky, jako je zahraniční politika, kriminalita, ekonomické otázky, než ženy, které lépe zvládají sociální otázky – například zdravotní péči a vzdělávání (Mechkova, 2012, s. 1–3).

Autoři Moran Yarchi a Tal Samuel-Azran (2018) zkoumali schopnost politiků a političek zapojit uživatele na svých sociálních sítích během volební kampaně a zdali se to více daří politikům či političkám. Studie byla provedená v době parlamentních voleb v Izraeli v roce 2005 na sociální síti Facebook. Věnovali pozornost všem typům reakcí – „to se mi líbí“, sdílení příspěvku, komentování a celkové participaci v diskuzích u profilů politických osobností na Facebooku. Výsledkem studie bylo zjištění, že příspěvky političek generovaly větší uživatelské zapojení v porovnání se zapojením u příspěvků mužských politiků (s. 979, 986).

Podle autorů sociální sítě poskytují bezpečné a podporující prostředí, které je vzhledem k tomu velmi vhodné pro ženy-političky. Výsledky ukazují, že sociální sítě poskytují političkám možnost mobilizovat veřejnost a mohou jim být nápomocné při propagaci během volební kampaně. Sami autoři výsledky vysvětlují tak, že důvodem, proč ženy generují větší množství zapojení uživatelů a uživatelek, je, že k tomu, aby uspěly v maskulinní politické sféře, musí být velmi talentované a charismatické (Yarchi, 2018, s. 989–990).

Autoři provedli i další výzkum, který se zabýval volbami v Izraeli, a sice těmi, které

probíhaly v roce 2021. Zkoumali komentáře na Facebooku v čase před volbami a věnovali se rozdílu v komunikaci o politicích a politických z pohledu uživatelstva. Jejich analýza ukázala, že většina příspěvků se sice týká politiků, ale větší podporu mají příspěvky, kde jsou zmíněny političky. Tyto příspěvky mají jednak větší míru uživatelského zapojení, jako je využívání reakcí, komentování příspěvků a sdílení, tak vykazují i větší podpůrný charakter (Samuel-Azran, 2023, s. 1–2).

2. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR od 2021

V této kapitole se zabývám výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, které proběhly v roce 2021. Kromě samotných výsledků voleb se zaměřuji také na genderové rozložení dolní komory.

2.1.1. Volby

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky se konaly ve dnech 8. – 9. října 2021. Volební účast dosáhla 65,43 % obyvatel s aktivním volebním právem, byla tedy o 4,59 % vyšší než v minulých parlamentních volbách (Český statistický úřad, 2021a; Seznam Zprávy, 2021).

2.1.2. Výsledky voleb

Celkové výsledky zisku hlasů politických stran byly následující (jsou uvedeny pouze strany, které překonaly potřebnou hranici 5 % pro získání mandátu, hranici 8 % při dvoučlenné koalici a hranici 11 % při vícečlenné koalici):

- (Koalice) SPOLU (ODS, KDU-ČSL, TOP 09): 27,79 %
- ANO 2011: 27,12 %
- (Koalice) Piráti + STAN: 15,62 %
- Svoboda a přímá demokracie – SPD: 9,56 %

Konečný zisk mandátů, tedy složení parlamentu dle politických stran, na základě přepočtu dle d'Hondtovy metody:

- (Koalice) SPOLU (ODS, KDU-ČSL, TOP 09): 71 poslanců/kyň
 - o Skládající se z 34 poslanců/kyň za ODS, 23 poslanců/kyň za KDU-ČSL a 14 poslanců/kyň za TOP09.
 - ANO 2011: 72 poslanců/kyň
 - (Koalice) Piráti + STAN: 37 poslanců/kyň
 - o Skládající se z 4 poslanců/kyň za Piráty a 33 poslanců/kyň za STAN.
 - Svoboda a přímá demokracie – SPD: 20 poslanců/kyň
- (Český statistický úřad, 2021a; iRozhlas, 2021; Severa, 2021)

2.1.3. Poslanci a poslankyně z hlediska genderu

Do poslanecké sněmovny se ve volbách v roce 2021 dostalo 150 mužů a 50 žen,

v procentech 75 % mužů a 25 % žen. Oproti předchozímu volebnímu období došlo k mírnému nárůstu počtu žen zastávající tuto funkci, tedy o 6 více. Míra zastoupení žen v dolní komoře se oproti předchozímu období zvedla o 3 % (Český statistický úřad, 2021b).

3. Analytická část

V analytické části své diplomové práce představuji výzkum, který se zabývá propojením genderu, politické komunikace na sociálních sítích a rolí estetiky a vizuální stránky. Výzkum se zaměřením na uživatelstvo nebyl za těchto podmínek v českém prostředí dosud proveden. Výzkumným problémem v této práci jsou rámce a schémata přemýšlení českých uživatelů/ek Facebooku o vizuální stránce českých političek.

První výzkumnou otázkou je *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?* Druhou výzkumnou otázkou je *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?* Třetí výzkumnou otázkou je *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

Nejprve se zaměřuji na teoretické uchopení použitých výzkumných metod – kvantitativní, kvalitativní a analýzy rámců a schémat. Použití rámcové analýzy je poměrně novým přístupem používaným ve výzkumu obsahu sociálních sítí. V druhé podkapitole uvádím podrobný postup výzkumu a také limity, se kterými jsem se v rámci svého výzkumu setkala.

V třetí podkapitole podrobně analyzuji získané výsledky. Vysvětluji nastavení kódovacího schématu s ohledem na sentiment a příslušné kategorie. Následně se věnuji analýze jednotlivých kategorií a identifikuji rámce přemýšlení uživatelů/ek Facebooku o vzhledu českých političek. V závěru detailně prezentuji výsledná zjištění výzkumu.

3.1. Metodologie

V této kapitole představuji metodologický přístup k mému výzkumu, důležité teorie a fakta s ním se pojící. Uvádím zde předchozí poznatky a výzkumy v oblasti, která propojuje politickou komunikaci, sociální sítě a gender. Věnuji se také teorii kvantitativního a kvalitativního přístupu, s jejichž prvky ve svém výzkumu pracuji. Představuji také hlavní metodu použitou v mém výzkumu, a sice rámcovou analýzu. Tato metoda mi umožňuje identifikovat klíčové vzorce a schémata přemýšlení uživatelů/ek Facebooku o vzhledu českých političek. Věnuji se také etickému hledisku výzkumu.

3.1.1. Předchozí poznatky

Předchozí výzkumy, které zkoumaly propojení oblastí politické komunikace, sociálních sítí a genderu, byly představeny v kapitole 1.2.2.2. Tyto studie přinesly cenné poznatky do nepříliš rozšířené oblasti vědeckého poznání. Důraz byl kladen na celkovou dynamiku a propojení těchto oblastí, analýzu komunikace samotných politiků/ček nebo naopak jakým způsobem o nich komunikují uživatelé online platform. Tyto studie přispěly k porozumění dopadů politické komunikace na sociálních sítích a faktorům ovlivňujícím její účinnost. Studie se zaměřily i na to, jak politická komunikace na sociálních sítích ovlivňuje genderové normy. Bylo zkoumáno, jaké jsou postupy a strategie politiků/ček při budování jejich image a jaký vliv má jejich gender na vnímání jejich sdělení. Předmětem zkoumání byly i reakce uživatelů na politickou komunikaci a jak se liší v závislosti na genderových představách a předsudcích. Výzkumy také ukázaly, že politická komunikace na sociálních může být nástrojem, který buď posiluje genderové stereotypy, nebo naopak přispívá k jejich zpochybňování.

3.1.2. Cíl výzkumu

Výzkum v mé diplomové práci se zaměřuje na unikátní oblast zájmů, která doposud nebyla předmětem výzkumu v českém prostředí. Tomuto fenoménu, fyzické stránce žen působících v politice, nebyla doposud z uživatelského hlediska věnována pozornost. Cílem výzkumu je detailní analýza komentářů, které čeští/é uživatelé/ky zanechávají na sociální síti Facebook, jakkoliv se vztahujících k fyzickému vzhledu českých političek a zodpovědět na výzkumné otázky. Ty jsou následující:

1. VO: *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?*
2. VO: *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek*

Facebooku, které hodnotí vzhled političek?

3. VO: *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

Důležitost tohoto výzkumu je založena nejenom na jeho unikátnosti v českém prostředí, ale i dalších faktorech. Identifikací rámců může výzkum přispět k pochopení genderových aspektů v politické komunikaci. Může také odhalit případné předsudky a genderové stereotypy, které ovlivňují hodnocení političek na základě jejich fyzické stránky a poznatky o tom, jak je vizuální stránka političek vnímána a jak ovlivňuje politickou kulturu a veřejnou diskuzi.

Sociální síť Facebook byla zvolena jako zdroj dat z důvodu velkého množství uživatelů/ek využívající tuto sociální síť. V České republice se Facebook dlouhodobě řadí na první příčku v počtu uživatelů a je nejrozšířenější a nejsilnější sociální sítí. Podle průzkumu agentury Median z ledna 2022 má Facebook celkem 4,9 mil českých uživatelů/ek. Díky rozsáhlé uživatelské základně poskytuje Facebook široké a různorodé spektrum názorů, což z něj činí ideální platformu pro tento výzkum (AMI Digital, 2022; MediaGuru, 2022).

Rozhodnutí zaměřit se na ženy-političky bylo záměrné, neboť cílem práce je představit specifické zkušenosti a výzvy, kterým ženy v politické funkci čelí. I přes *de iure* genderovou rovnost, ženy se v politickém prostředí stále často setkávají s odlišnými sociálními a kulturními normami ve srovnání s muži. Tyto faktory mohou ovlivnit vnímání a hodnocení žen v politice. Hodnocení jejich vzhledu, jenž je předmětem výzkumu v této diplomové práci, může mít dopad na jejich politickou kariéru a veřejný obraz, a proto považují za důležité porozumět, jakým výzvám v tomto ohledu ženy v politice čelí.

3.1.3. Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum se zaměřuje primárně na měření proměnných, testování hypotéz nebo vysvětlování vztahů. Klade důraz na numerická data a kategorizaci dat. Důležitou roli hrají zásada objektivity, deduktivní uvažování, reprezentativnost a zobecnitelnost zjištění (Scharrer, 2021, str. 4).

Kvantitativní přístup ve výzkumu sociálních věd čerpá inspiraci z metod užívaných v přírodních vědách. Tradiční postup při použití kvantitativních metod je následující: nejprve dochází k definici a analýze teoretického rámce, který slouží jako základní pilíř výzkumu. Na této teorii je poté založena formulace hypotéz, která definuje vztah dvou proměnných. Následně dochází k definici cíle výzkumu a ke zvolení postupu. V dalším kroku je provedeno měření, testování platnosti hypotézy a její verifikace (Hendl, 2005, s. 46).

Výhody použití kvantitativních metod spočívají v jejich schopnosti testovat a potvrzovat teorie, které následně lze zobecnit na celou populaci. Výzkumník/ce také může konstruovat situace tak, že eliminuje působení rušivých proměnných. Sběr dat je zpravidla rychlý a přímočarý a poskytuje přesná a numerická data. Výsledky získané kvantitativním způsobem zpravidla nebývají ovlivněny osobními vlastnosti a názory výzkumníka/ce, což zvyšuje jeho spolehlivost a důvěryhodnost získaných poznatků. To vše ho činí užitečným nástrojem při zkoumání velkých skupin. Celkově lze konstatovat, že kvantitativní přístup výzkumu má v akademickém prostředí zásadní význam pro objektivní a systematické zkoumání širokého spektra fenoménů a je klíčovým nástrojem pro získání přesných a generalizovatelných dat (Hendl, 2005, s. 48).

Kvantitativní metody s sebou ale nesou i řadu nevýhod. Obecná teorie a kategorizace nemusí vždy odpovídat lokálním specifickým fenoménům a může opomenout lokální zvláštnosti, které jsou pro výzkum důležité. Výzkumník/ce je také omezen na reduktivní získávání dat, což může vést k opomenutí některých aspektů zkoumaného jevu (Hendl, 2005, s. 48).

3.1.4. Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum je výzkumným způsobem, který pracuje s malým množstvím velmi podrobných dat. Někdy bývá chybně prezentován jako opak výzkumu kvantitativního, který je typickým zejména v přírodních vědách. Označením „kvalitativní výzkum“ se myslí široká množina různých přístupů, které jsou založeny na kvalitě vs. kvantitě dat. Neexistuje jeden správný postup, jak kvalitativní výzkum vykonávat a jak při něm postupovat. Podle Hendla (2005) je činnost výzkumníka/ice v kvalitativním zkoumání podobná činnosti detektiva/ky – vyhledává a analyzuje informace a provádí induktivní závěry. Tento typ výzkumu a jeho plán se zároveň může v průběhu měnit, neboť může být ovlivněn poznáním, ke kterému v jeho průběhu dojde. Má několik výhod, mezi něž může patřit např. podrobný popis situace při zkoumání konkrétního fenoménu, který je zkoumán ve svém přirozeném prostředí; možnost zkoumat a studovat procesy; možnost navrhnout teorie; schopnost reagovat na aktuální situaci a podmínky a pomoc při počáteční exploraci komplexních fenoménů. Důležité je představit i nevýhody, které může kvalitativní výzkum představovat. Mezi ně patří to, že získané poznání nemusí být zobecnitelné na širokou populaci; je těžké provádět kvantitativní predikce; je obtížné pomocí tohoto přístupu testovat hypotézy a teorie; analýza dat a jejich sběr jsou časově náročné a výsledky mohou být ovlivněny subjektivním vnímáním výzkumníka/ce.

Celkovým cílem při zkoumání kvalitativní metodou je popis zvláštností a unikátních jevů daného fenoménu, generování hypotéz a rozvíjení teorií. Celkově lze říci, že kvalitativní výzkum nabízí hloubkový popis daného případu (Hendl, 2005, s. 49–63).

3.1.5. Rámcová analýza

Rámcová analýza nebo také rámcování se vztahuje k procesům, pomocí kterých organizujeme naši každodenní realitu. A sice tak, že kategorizujeme události určitým způsobem, věnujeme pozornost některých aspektům, rozhodujeme, co zážitek nebo událost znamená a jak k nim došlo. Pojem rámec se používá např. v kontextu toho, jak článek v novinách rámuje naše představy o dané události. Novinová zpráva neřekne čtenáři/ce vše o dané události, ale novinář/ka svým způsobem výběru důležitých informací, faktů a vyzdvihováním určitých informací příběh rámuje a představuje nám způsob, jak o dané události přemýšlet. V rámci mediálních a komunikačních studií se rámcová analýza používá, když se výzkumníci/ce snaží odhalit procesy, pomocí kterých je rámec vytvořen (Kitzinger, 2007, s. 129).

Samotné rámcování má mnoho přístupů a existuje také mnoho variant toho, kdo jako první přišel s definicí a použitím rámcové teorie. Sociologická tradice stojí za tím, že prvním, kdo použil rámcovou analýzu, byl Erving Goffman (1986). Psychologická tradice má delší historii, kterou lze vysledovat až k Jeanovi Piagetovi (1929). Podle americko-kanadského sociologa Goffmana je rámec jakýmsi výsekem z proudu probíhajících činností. Umožňuje nám lokalizovat, vnímat a identifikovat různé jevy, s nimiž se setkáváme v průběhu našeho života. Samotné rámce lze rozlišit na mediální a individuální. Pokud vnímání fenoménu organizují a určují média, jedná se o mediální rámce. Na druhé straně rámce individuální souvisí s interními strukturami mysli. Podle švýcarského filozofa a psychologa Piageta (1929) jsou rámce ekvivalentem ke schématům. Schéma se snaží vysvětlit nějaký objekt nebo konstrukt tak, aby byl popsán velice obecně. Ty později podrobně definoval experimentální psycholog Frederic C. Bartlett (1995). Podle něj si každý jedinec v procesu zapamatování informací všechny údaje zařazuje do koordinovaných a organizovaných schémat. Jejich mechanismus uspořádání souvisí s ideály a zájmy daného jedince (Qin, 2015, s. 167; Goffman, 1986; Piaget, 1929; Kitzinger, 2007, s. 130; Bartlett, 1995, s. 309).

Pro účely svého výzkumu se budu věnovat sociologické tradici rámcové analýzy. Goffman ji aplikoval na svůj výzkum sociální interakce ve společenském prostředí, kde se setkávaly staromódní zvyky s modernizačními procesy, které vedly ke změnám v politickém,

pracovním a každodenním životě. Tato metoda pro studium skutečností byla vyvinuta tak, aby byla orientována spíše na praktickou stránku. V 90. letech 20. století se používala při výzkumu sociálních hnutí, ale také již v rámci mediálních studií či při procesu implementace politických rozhodnutí. Cílem metody analýzy rámců je rozbor textů a ústních projevů jednotlivých skupin a organizací. (Goffman, 1986; Persson, 2019, vii; Kavková, 2005, s. 219).

Výzkumníci/ce pracující s touto metodou se zabývají odpověďmi na čtyři základní otázky, tj. *Jak je problém definován? Jak jsou vykresleni klíčoví aktéři/rky? Kdo je prezentován jako odpovědný/á? Jaká řešení jsou navrhována?* Výzkumníci/ce používají celou škálu přístupů a metod, které se vyskytují také v obsahové a diskurzivní analýze, aby identifikovali rámce. Rámce jsou často tak explicitní, že k jejich odhalení stačí selský rozum. Ty nejsilnější rámce mohou být naopak obtížně odhalitelné, neboť se mohou jevit pouze jako obyčejný popis reality. Při analýze rámců tak hraje důležitou roli pozornost věnovaná detailům a souvislostem. Důležité také je, jak zdůrazňuje Kitzinger (2007), vystoupit ze svého osobního chápání světa a historického a kulturního kontextu (Kitzinger, 2007, s. 133, 142–143).

3.1.6. Etické hledisko výzkumu

Na tomto místě je nutné uvést, že uživatelé/ky, kteří jsou předmětem předloženého výzkumu, neměli možnost dát informovaný souhlas k tomu, že jejich vyjádření v komentářích na Facebooku budou použita pro výzkumné účely. Jejich data proto budou anonymizována a nebudou zde prezentována jejich jména nebo jiné osobní informace.

Informovaný souhlas je koncept, který je spojen především s etikou v medicíně, tedy např. když pacient/ka dává souhlas k navrhované léčbě. Časem se stal součástí výzkumné etiky v jakémkoliv výzkumu, kde hraje roli lidský faktor, tedy včetně výzkumů ve společenských vědách. V tradičním výzkumu je většinou přímý kontakt mezi výzkumníkem/cí a zkoumaným subjektem, který umožňuje udělení informovaného souhlasu. Výzkum v technologickém prostředí (v tomto případě sociální síť Facebook) toto neumožňuje, a toto prostředí značně oslabuje schopnost subjektů souhlas poskytnout. Etika výzkumu v těchto případech je oblastí, která stále posouvá své hranice a stále se snaží objevit nejlepší způsob, jak s těmito podmínkami nakládat (Flick, 2016, s. 14–18).

Veškeré informace o tom, k čemu mohou být data uživatelů/ek na Facebooku použita, jsou v *Podmínkách používání služby* (2022) uvedené velmi vágně, obecně a nejasně. Podle Catherine Flick (2016) tak společnost činí záměrně. Informace o nakládání s daty není v podmínkách úmyslně obsažena. Ty obsahuje dokument *Zásady ochrany osobních údajů*

(2023), ve kterém je uvedeno, že autorovi/ce obsahu na sociální síti (např. fotografie nebo publikovaný text) zůstávají autorská práva k veškerému obsahu. Společnost Facebook je ale držitelem licence k „*hostování, používání, distribuci, úpravě, spouštění, kopírování, veřejnému předvádění nebo vystavování, překladu a vytváření odvozených děl k obsahu.*“ V podmínkách není nadále upřesněno, jak s obsahem mohou nakládat třetí strany nebo jestli a jakým způsobem je obsah třetím stranám poskytován (Meta, 2022; Meta, 2023; Flick, 2016, s. 20).

3.2. Výzkumný proces

V této části práce představuji proces samotného výzkumu. Popisuji, z čeho se skládá výzkumný vzorek a jak probíhal sběr dat. Dále představuji vytvoření tematického kódovacího schématu.

3.2.1. Výzkumný vzorek

Do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky se v říjnových volbách v roce 2021 dostalo celkem 50 političek (Jejich jmenný seznam je uveden v příloze č. 1 a příloze č.2.). Všechny tyto političky mají oficiální facebookový profil nebo používají svůj osobní profil k informování veřejnosti o své politické činnosti.

Základem pro výzkumný vzorek jsou uživatelské komentáře, které se objevily pod příspěvky na oficiálních facebookových profilech političek. Jedná se o příspěvky, ve kterých se nacházela fotografie, text, sdílení příspěvku z jiné facebookové nebo webové stránky či jejich kombinace.

Komentáře, které hodnotily jejich fyzickou stránku, se ve vymezeném období objevily na facebookových stránkách celkem 18 političek. Další 32 političek, které se dostaly do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR ve volbách 2021, negenerovalo pod svými příspěvky žádné komentáře týkající se jejich vzhledu. Potenciálním důvodem mohla být nízká míra komunikace na těchto profilech.

3.2.2. Sběr dat

Veškerý sběr dat pro následnou analýzu proběhl ručně. Algoritmus sociální sítě Facebook zobrazuje pod příspěvky „nejdůležitější“ komentáře, které jsou vyselektovány na základě personálního uživatelského chování. Proto jsem u každého příspěvku volila filtr zobrazení „všechny komentáře“, aby žádný neunikl. Na základě těchto kritérií jsem postupně zaznamenala všechny komentáře, které se týkaly vzhledu političek. Celkem jsem sesbírala 1944 komentářů, které se nacházely na profilech 18 političek. Jednalo se Janu Černochovou (ODS), Kláru Dostálovou (ANO 2011), Romanu Fischerovou (ANO 2011), Pavlu Golasowskou (KDU-ČSL), Marii Jílkovou (KDU-ČSL), Věru Kovářovou (STAN), Helenu Langšádlovou (TOP09), Vladimíru Lesenskou (SPD), Ivanu Mádlovou (ANO 2011), Karlu Maříkovou (SPD), Janu Mračkovou Vildumetzovou (ANO 2011), Moniku Obornou (ANO 2011), Markétu Pekarovou Adamovou (TOP 09), Olgu Richterovou (Piráti), Alenu Schillerovou (ANO 2011), Lucii Šafránkovou (SPD) a Barboru Urbanovou (STAN). U ostatních političek se na jejich

facebookových stránkách nenacházely komentáře hodnotící jejich vizuální stránku.

3.2.3. Kódování

Následně jsem na základě datového souboru vytvořila tematické kódovací schéma. Tematické kódování je metodou analýzy dat, která umožňuje identifikovat, pojmenovat a kategorizovat klíčová témata nebo vzorce v datech. Vytvořila jsem strukturovaný systém hodnotících sentimentů a kategorií, které popisují různé rámce hodnocení vzhledu političek. Ten mi umožnil systematicky a objektivně posoudit hodnocení vzhledu političek a odpovědět na výzkumné otázky č. 1 a 2, a to díky kvantitativní analýze sledování četnosti.

Následujícím krokem při práci s daty bylo rozdělení komentářů, které obsahovaly více hodnocení, např. komentář „*vyhodte fotografa! fakt nelichotivej zaber. kadernici taky! ty blond blby.*“ byl rozdělen následně na dvě části, protože hodnotí jak celkový vzhled, tak vlasy. K rozdělení došlo z důvodu přesnější možnosti následné identifikace rámců.

Dalším krokem bylo určení sentimentu hodnocení v daném komentáři. Určila jsem tři kategorie sentimentu: pozitivní, negativní a neutrální / nelze určit. Sentiment byl stanoven na základě hodnocení fyzické stránky, např.: „*Nejste sice můj šálek kávy /jako politička/, ale co se týče vzhledu, jste usla kus cesty, Moc vám to sluší,*“ byl zařazen do kategorie pozitivního sentimentu, protože uživatel/ka hodnotí fyzickou stránku pozitivně. Ostatní hodnocení (v tomto případě politické činnosti) nebyla brána v potaz, pokud nebyla důležitá pro pochopení kontextu komentáře.

V kategorii s pozitivním sentimentem se objevila hodnocení vyjadřující jasný kladný postoj, např. „*Krásná žena.*“ V kategorii negativní se objevila jasně negativní hodnocení, např. „*Dejte ji pryč je hnusná*“ nebo ironické komentáře, jako např. „*To mne vůbec nezajímá, ani ty, nádhero.*“ Do kategorie neutrální / nelze určit byly zařazeny převážně komentáře, které si pohrávaly s bohatostí jazyka tak, že sentiment bylo obtížné určit bez vlastního subjektivního hodnocení a přisuzovat tak uživateli/ce nějaký názor. Bylo tomu tak např. u komentáře „*Sama vypadáš jako rajče.*“ nebo „*Blondýna...*“ V těchto případech nelze bez znalosti kontextu uživatele/ky určit, jestli toto sdělení vyjadřovalo pozitivní nebo negativní postoj k fyzické stránce političky.

Následně došlo k rozdělení komentářů do šesti kategorií, které byly určeny po sběru všech komentářů na základě témat, která se v komentářích objevovala. Kategorie byly následující:

1. hodnocení outfitu (např. oblečení, boty, pokrývka hlavy),

2. hodnocení těla (např. tvar, váha),
3. hodnocení obličeje (např. make-up, úsměv),
4. hodnocení vlasů (např. barva, účes),
5. celkové hodnocení vzhledu bez jasných specifikací,
6. hodnocení vzhledu související s genderovou identitou a představami o ní (např. připodobnění vzhledu k jinému genderu).

Všem hodnocením vizuální stránky političek jsem přiřadila specifický sentiment a odpovídající kategorie. Zprvu jsem se v každé kategorii zaměřila na kvantitativní četnostní analýzu předem daných proměnných. Díky zjištění počtu výskytu jednotlivých proměnných jsem získala odpověď na výzkumnou otázku č.1 a č. 2.

V druhém kroku jsem pracovala s postupně formovanými předem neexistujícími kategoriemi. Na základě induktivně vytvořených kategorií jsem provedla kvalitativní analýzu, která zodpověděla výzkumnou otázku č. 3.

3.3. Analýza výsledků

Jak již bylo uvedeno v předchozí kapitole, pro potřeby tohoto výzkumu jsem pracovala s celkem 1944 komentáři, které byly podrobeny důkladné analýze. Komentáře byly identifikovány na 18 oficiálních facebookových profilech. V tabulce níže uvádím počet komentářů u jednotlivých političek pro přehled o rozložení jednotlivých hodnotících komentářů. Jejich jména jsou seřazena podle počtu identifikovaných komentářů, od nejvyššího k nejnižšímu.

Jméno političky	Počet komentářů
Alena Schillerová	1703
Markéta Pekarová Adamová	68
Jana Mračková Vildumetzová	63
Olga Richterová	31
Lucie Šafránková	16
Jana Černochová	13
Helena Langšádlová	13
Ivana Mádlová	12
Renata Oulehlová	7
Klára Dostálová	4
Karla Maříková	4
Monika Oborná	4
Romana Fischerová	1
Pavla Golasowská	1
Marie Jílková	1
Věra Kovářová	1
Vladimíra Lesenská	1
Barbora Urbanová	1

Tabulka 1 - Počet komentářů hodnotících vzhled na oficiálních profilech političek na Facebooku v období 13. 8. – 10. 9. 2021.

V případě, že komentář obsahoval vyjádření k více než jedné kategorii, byl do výzkumného vzorku započítán dle obsažených kategorií. Přestože analyzovaných komentářů bylo 1944, finální soubor dat obsahoval 2003 hodnocení.

V této kapitole diplomové práce se zaměřuji na podrobnou analýzu dat s ohledem na sentiment a příslušné kategorie. Analýza sentimentu umožňuje získat hlubší vhled do emocionálního zbarvení komentářů a identifikaci postoje u uživatelů/ek Facebooku. Zaměřuji se také na analýzu kategorií, do kterých jsou jednotlivá hodnocení přiřazena, provádím jejich kvantitativní rozbor a identifikuji rámce přemýšlení uživatelů/ek Facebooku o vzhledu českých političek.

3.3.1. Analýza sentimentu

Jak již bylo popsáno v předchozích kapitolách, každému hodnocení vzhledu byl přiřazen sentiment daného hodnocení. Identifikace sentimentů jednotlivých hodnocení mi umožnila pochopit emocionální zabarvení komentářů a pochopit postoj uživatelů/ek Facebooku ke vzhledu političek. Kvantitativní početní analýza proměnných, tedy sentimentu, mi pomohla odpovědět na výzkumné otázky č.1 a č. 2. Pro účely tohoto výzkumu jsem definovala tři sentimenty – pozitivně hodnotící, negativně hodnotící, neutrálně hodnotící / neurčitý sentiment.

Početní analýza ukázala, že z celkového počtu 2003 hodnocení bylo 742 pozitivních, 1047 negativních a 215 neutrálních / s neurčitým sentimentem. To ukázalo, že nadpoloviční většina komentářů, které se vyjadřovaly k vzhledu političek, byla negativní. Tyto komentáře převažovaly nad těmi, které se ke vzhledu političek vyjadřovaly kladně. Pouze v malé části komentářů byl projev neutrální názor upozorňující na fakt ohledně vzhledu nebo takový, který lze těžce bez znalosti kontextu uživatele/ky definovat.

V následujících podkapitolách představuji jednotlivé kategorie společně se sentimentem a jeho provázáním s uživatelskými názory. Za účelem porozumění specifických aspektům vzhledu a tomu, jakým způsobem jsou hodnoceny, je každá kategorie kvantitativně i kvalitativně analyzována. Role sentimentu je v tomto ohledu klíčová pro celkové porozumění.

3.3.2. Analýza kategorie oblečení

První kategorie definovaná pro potřeby kódovacího schématu zahrnovala hodnocení ohledně oblečení. Do této kategorie byly zařazeny komentáře hodnotící všechny aspekty celkového outfitu, tedy např. i hodnocení bot či pokrývky hlavy.

Do této kategorie bylo zařazeno celkem 185 hodnocení. Kvantitativní analýza odhalila, že 83 hodnocení bylo pozitivních, 83 negativních a 19 neutrálních / s neurčitým sentimentem. Počet pozitivních a negativních hodnocení byl stejný, což naznačuje názorovou pestrost uživatelů/ek.

Kvalitativní analýza kategorií ukázala, že komentáře obsahovaly pochvaly za celkový styl v oblékání („*Máte dobrého stylistu, vždy Vám to sluší perfektně!*“), pochvaly za celý outfit („*slušivej obleček*“) nebo pochvaly konkrétních kousků oblečení („*Moc hezke saty a hlavne strih !!*“). Negativní hodnocení zahrnovala hodnocení, která se v kontextu komentáře ukázala jako ironická („*No tvl ta se zase vymódila*“). Poté hodnocení, která negativně posuzovala jednotlivé kousky oblečení („*ten zelený kabát je strašlivý...*“) nebo celý outfit („*No ale dnes to oblečení moc nevychytala*“). Hodnocení, kterým byl přiřazen třetí sentiment (neutrální /

nelze určit), zahrnovala neurčité komentáře, ze kterých nebylo možné usoudit, jak uživatel/ka hodnotí vizuální stránku. Jednalo se např. o komentář „*drahé šaty*,“ který upozorňoval na finanční aspekt šatů, ale nehodnotil, jak a jestli jejich cena souvisí s pozitivním či negativním názorem.

V analýze kategorie oblečení političek jsem identifikovala několik strukturujících rámců, které se objevovaly v hodnoticích komentářích. Uživatelé/ky vyjadřující se ať už pozitivně nebo negativně k oblečení političek, vyjadřují své názory na outfit nebo konkrétní kousek oblečení. Hodnocení s negativním názorem jsou často psána ironickým jazykem. Pokud uživatel/ka nehodnotí oblečení političky ani pozitivně, ani negativně, většinou upozorňuje na konkrétní aspekt oblečení a vyjadřuje ho bez projevu osobního názoru. Mezi počtem uživatelů/ek vyjadřující buď pozitivní, nebo negativní postoj není rozdíl, což dokazuje, že uživatelé/ky mají různé názory závislé na jejich osobním vkusu.

3.3.3. Analýza kategorie fyzická stránka

Druhou definovanou kategorií byla kategorie hodnotící fyzickou stránku dané političky. Do této kategorie byla zařazena hodnocení, která se věnovala stavbě těla, jeho tvaru nebo jednotlivým tělesným částem.

V této kategorii bylo identifikováno 466 hodnocení. Na základě kvantitativní analýzy lze konstatovat, že 28 hodnocení bylo pozitivních, 428 bylo negativních a 10 bylo zařazeno v kategorii neutrální / nelze určit.

Kvalitativní analýza ukázala, že identifikovaná pozitivní hodnocení se kladně vyjadřovala k tělesné stavbě („*Vždycky je lepší ženskou za něco chytit než kosti potažené kůží...*“), k úbytku tělesné hmotnosti („*fakt za poslední měsíce docela shodila...*“) nebo ke konkrétním částem těla („*Určitě, když vím to hezké poprsí*“). Negativní hodnocení se vyjadřovala k vysoké tělesné hmotnosti („*obézní paní*“) nebo částem těla („*A navlečeš to vůbec na ty párky kterému říkáš prsty?*“). Do třetí kategorie jsem zařadila těžko identifikovatelná hodnocení. Ta se vyjadřovala k množství oblečení zakrývající tělo („*A kde jsou bradavky...*“), ale bez hodnocení či názoru na tělo nebo danou část těla. Kategorie také zahrnovala hodnocení diskutující tělesnou hmotnost („*A kolik váží ????*“).

Kategorie zahrnující názory na fyzickou stránku političek byla se svým počtem hodnoticích komentářů druhou nejpočetnější. Vzhled těla a fyzická stránka političek jsou pro uživatele/ky Facebooku důležitými faktory při hodnocení vzhledu političek. Uživatelé/ky se ve svých komentářích vyjadřují k tělesným aspektům političek většinou negativně.

Předmětem kritiky je vysoká tělesná hmotnost nebo tvar konkrétních částí těla. Pokud se uživatelé/ky vyjadřují pozitivně, hodnotí kladně tělesnou hmotnost, její úbytek nebo konkrétní části těla, nejčastěji prsa. Existuje také skupina uživatelů/ek, která se vyjadřuje neutrálně a nemá konkrétní pozitivní ani negativní názor na tělo političek. Tato část uživatelů/ek se zaměřuje na další aspekty, jako je míra oděni nebo diskuse o tělesné hmotnosti, aniž by však sama vyjádřila hodnocení. Zjištění prezentovaná v této podkapitole potvrzují význam fyzického vzhledu političek v rámci uživatelských hodnocení komentářích na Facebooku. Sklony k negativnímu hodnocení v této kategorii mohou poukazovat na genderově podmíněná sociální očekávání od vzhledu těla žen, která mohou ovlivňovat vnímání a hodnocení ženských politických osobností.

3.3.4. Analýza kategorie obličej

Třetí kategorií, kterou jsem v rámci kódovacího schématu definovala, byla kategorie vyjadřující se k obličejí – make-upu, očím, rtům nebo výrazu.

V rámci této kategorie se nacházelo 94 hodnocení. Získané číselné údaje odhalily 20 pozitivních hodnocení, 69 negativních hodnocení a 5 hodnocení se sentimentem neutrálním nebo těžko identifikovatelným.

Kvalitativní analýza kategorie ukázala, že hodnocení s pozitivním sentimentem v této kategorii zahrnovala pochvaly úsměvu („*Ale zase má miloučký úsměv.*“), očí („*Máš hezký oči, Alenko*“) nebo make-upu („*Právě tady mate oc hezky make-up*“). Negativně laděná hodnocení se vyjadřovala též k úsměvu („*Se jako usmíváš jo? Tak to si nechci představit když jsi nasraná ...*“), k výrazu v obličejí („*Ten Tvuj vysklebující ksicht*“), k vzhledu zubů („*Co ty zuby ty...*“) nebo make-upu („*... s tunou make-upu*“). Pokud se jednalo o hodnocení ve třetí kategorii s neutrálním sentimentem nebo nelze určitelným sentimentem, vyjadřovala se též k make-upu („*A jestli je nalíčená? Je to žena.*“) nebo celkovému výrazu („*ten výraz, no stejně ti nevěřím*“).

V této kategorii se sešel druhý nejmenší počet komentářů, méně měla pouze poslední kategorie – hodnocení související s genderovou identitou a představami o ní (viz. 3.3.6.). Vzhled obličejí tak nehraje důležitou roli pro facebookové uživatele/ky hodnotící vzhled političek. Pokud jej uživatelé/ky hodnotí pozitivně, pak chválí úsměv, oči nebo make-up. Pokud je uživatelé/ky hodnotí negativně, což tak bylo ve většině případů, pak se věnují také úsměvu, výrazu v obličejí, zubům nebo make-upu. Komentáře s neutrálním sentimentem nebo takové, u kterých bylo těžké jej identifikovat, se též vyjadřují k make-upu nebo k celkovému výrazu v obličejí. Na základě získaných výsledků lze usoudit, že uživatelé/ky Facebooku, kteří/ré

hodnotí vzhled političek, nekladou přílišnou pozornost na vzhled obličeje. Avšak pokud se uživatelé/ky vyjadřují k tomuto aspektu a mají jakýkoliv názor, ať už pozitivní, negativní či neutrální, většinou se zaměřují na make-up. To naznačuje, že se uživatelé/ky zabývají vizuálním dojmem, který je s použitím make-upu spojen a vyjadřují stanovisko k jeho kvalitě, stylu, množství nebo vhodnosti pro danou příležitost.

3.3.5. Analýza kategorie vlasy

Čtvrtá kategorie zahrnovala hodnocení týkající se vlasů. Pro tento konkrétní aspekt jsem, vzhledem k četnosti hodnocení vyjadřujících se k tomuto vizuálnímu prvku, vytvořila samostatnou kategorii. V rámci určených kategorií byl aspekt vlasů třetím nejčastěji hodnoceným.

Celkový počet hodnocení vyjadřujících se k vzhledu vlasů byl 315. Kvantitativní zpracování hodnocení ukázalo, že pozitivních hodnocení byl v této kategorii 77, negativních 119 a neutrálních / obtížně určitelných 119.

Na základě kvalitativní analýzy lze tvrdit, že pozitivní hodnocení se nejčastěji vyjadřovala k barvě vlasů („*Moc Vam to sluší nova barva...*“) nebo ke změně barvy vlasů („*Změna barvy vlasů, blond perfektní*“). Negativní hodnocení se týkala také barvy vlasů („*K té barvě vlasů – no nic moc*“) nebo změně jejich délky („*Ty prodlouzeny vlasy zase strihnete*“). Hodnocení zařazená do třetí kategorie upozorňovala na změnu, ale bez posuzování („*nový účes?*“) nebo využívala společenský předsudek spojený s blondatou barvou vlasů („*Blond mit nemusí. I bez nich je blbá*“), ale bez pozitivního či negativního hodnocení barvy vlasů.

Analyzovaná data ukazují, že vzhled a úprava vlasů jsou důležitými prvky při hodnocení vzhledu političek pro uživatele/ky Facebooku, hojně se k němu vyjadřují. Důležitým prvkem je barva vlasů, ke které se uživatelé/ky vyjadřují při pozitivním, negativním i neutrálním názoru. K změně barvy vlasů se uživatelé/ky vyjadřují pozitivně či neutrálně. O změně jejich délky uživatelé/ky uvažují negativně. Některá hodnocení také odrážela společenské předsudky spojené s barvou vlasů, např. že ty ženy, které mají světlou barvu vlasů, nejsou inteligentní. Tato hodnocení nevyjadřují pozitivní / negativní / neutrální hodnocení barvy vlasů, ale ukazují existenci předsudků spojených s vizuálním prvkem.

3.3.6. Analýza kategorie obecná hodnocení vzhledu

Do páté kategorie byla zařazena obecná hodnocení vzhledu bez přesnějších specifikací, upozorňujících na konkrétní prvky vzhledu. Do této kategorie bylo zařazeno nejvíce dat,

celkem 926. Kvantitativní analýza potvrdila, že se jedná téměř o polovinu z celkového počtu hodnocení. Z tohoto počtu bylo 534 hodnocení pozitivních, 335 negativních a 57 neutrálních nebo obtížně určitelných.

Na základě kvalitativní analýzy kategorie lze usoudit, že pozitivní komentáře vyjadřují obecné pochvaly vzhledu („*Moc vám to sluší.*“). Obecná vyjádření ke vzhledu se nachází i v negativních hodnoceních („*Dejte ji pryč je hnusná*“). Neutrální hodnocení nebo hodnocení, u kterých nelze určit sentiment, se často vyjadřují k úpravám fotografií („*je zase retušovaná*“), kdy bez znalosti kontextu uživatele/ky nelze určit, jak danou věc (v tomto případě retuš fotografie) vnímá. Další komentáře připodobňují vzhled k politické činnosti dané političky („*sluší jí to upřímně zhruba stejně jako myslí*“). V těchto případech opět nelze identifikovat názory uživatele/ky na politickou činnost a myšlení političky. Další hodnocení zahrnují neurčitá připodobnění („*vypadáte jako modrá velryba*“), která v kontextu naznačují obecnou urážku, ale nenaznačují pozitivní či negativní sentiment související se vzhledem (v tomto případě modré velryby).

Na základě analyzovaných dat lze vytvořit závěry o této kategorii, do které byla zařazena hodnocení celkového vzhledu, a definovat rámce pro účely tohoto výzkumu. Ze všech sesbíraných dat jsou hodnocení zařazená do této kategorie nejpočetnější skupinou. Tato hodnocení představují téměř polovinu ze všech hodnocení. To naznačuje, že značná část uživatelů/ek komentujících vzhled političek na Facebooku se zaměřuje na obecné posuzování celkového vzhledu.

Pokud uživatelé/ky hodnotí celkový vzhled političek, činí tak ve většině případů pozitivně. Pokud jej hodnotí negativně, jejich hodnocení často obsahují urážky nebo hanlivá označení. Komentáře, které jsou neutrální nebo u nich nelze určit kontext, upozorňují na úpravy fotografií, připodobňují vzhled političek k jejich činnosti nebo obsahují neurčitá přirovnání, ze kterých nelze vyvodit názor uživatele/ky na vizuální stránku.

3.3.7. Analýza kategorie role genderu ve vzhledu

Poslední definovanou kategorií byla kategorie, která odrážela roli genderu v souvislosti se vzhledem. Tato kategorie byla ze všech šesti vymezených kategorií nejméně početnou, jak ukazuje četnostní analýza. Hodnocení zařazených v této kategorii bylo celkem 17. Pozitivní hodnocení se v této kategorii nenacházelo, negativních bylo 12 a neutrálních nebo těch, u kterých nebylo možné určit sentiment, bylo 5.

Kvalitativní analýza ukázala, že identifikovaná negativní hodnocení posuzovala vzhled

na základě úmyslného odlišného genderového zařazení („*Co to je za hnusného chlapečka*“). Neutrální hodnocení byla také založena na úmyslném odlišném genderovém zařazení, ale bez vyjádření subjektivního názoru („*Vypadá jak chlap...*“).

Ze získaných dat lze usoudit několik závěrů a definovat rámce týkající se role genderu ve vztahu k vzhledu političek. V této kategorii, v porovnání s pěti předchozími, se nacházel nejmenší počet dat – 17 hodnocení. To naznačuje, že hodnocení vzhledu na základě genderové identity není mezi uživateli/kami tak časté jako jiné faktory související se vzhledem političek. V této kategorii převažovala negativní hodnocení, která vyjadřují kritiku na základě úmyslné odlišné genderové identifikace. To poukazuje na existenci genderově podmíněných standardů krásy a očekávání od vzhledu. Ale na základě nízkého počtu hodnocení lze tvrdit, že tyto předsudky nehrají velikou roli a představy o vzhledu ženy již nejsou ve facebookových uživateli/kách silně zakořeněné.

3.3.8. Limity výzkumu

Na tomto místě považuji za důležité uvést limity, se kterými jsem se v rámci svého výzkumu setkala. Hlavním úskalím při identifikaci a kategorizaci sesbíraných dat byla otázka jazyka v jeho psané formě. Díky bohatosti českého jazyka a rozšířené slovní zásobě obecné nebo nespisovné češtiny a kvůli psané formě jazyka bylo v některých případech obtížné rozeznat sentiment daného komentáře. V některých případech bylo také obtížné definovat, jestli se jedná o ironický komentář. V těchto případech dopomáhalo k identifikaci použití emotikonů. I přesto jsem narazila na komentáře, kdy bylo obtížné sentiment analyzovat, a tyto hodnotící komentáře byly proto zařazeny do kategorie třetího sentimentu – neutrální / nelze určit.

Za další limit výzkumu považuji nevyvážený počet komentářů u příspěvků jednotlivých političek (viz. Tabulka 1). Z celkového počtu 1944 komentářů se 1703 komentářů objevilo pod příspěvky na facebookovém profilu Aleny Schillerové a zbývajících 241 komentářů se vyskytovalo pod příspěvky ostatních sedmnácti političek. Druhý největší počet komentářů generovaly příspěvky na facebookové stránce Markéty Pekarové Adamové, a sice 68, tvořící signifikantní početní rozdíl. Tato nerovnováha přispívá ke potencionálnímu zkreslení celkové závěrečné analýzy při hodnocení vzhledu političek.

Tento významný početný rozdíl vyvolává otázky, proč k němu došlo. Jedním z možných faktorů ovlivňující tuto skutečnost je množství příspěvků, které se na samotné facebookové stránce nacházejí. Na některých profilech byly příspěvky zveřejňovány několikrát denně, na některých v řádu dnů. To může vycházet např. z odlišné strategie související se sociálními

médii, osobní angažovanosti ve vztahu k uživatelům nebo z povahy politických aktivit. Nutno také podotknout, že výzkum se zaměřuje pouze na uživatele/lky, kteří/ré jsou aktivní na sociální síti Facebook a aktivně na ní projevují svoje názory na obsah příspěvků. Je tedy důležité mít na paměti, že výsledky a závěry tohoto výzkumu se vztahují pouze k těmto uživatelům/kám a nelze je obecně aplikovat na celou českou populaci.

3.3.9. Shrnutí výsledných zjištění a diskuze

Výzkum realizovaný a představený v této diplomové práci přinesl zajímavá zjištění, jejichž shrnutí se věnuji v této kapitole. Představuji také odpovědi na výzkumné otázky získané z kvantitativní a kvalitativní analýzy dat.

1. VO: *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?*

Na základě kvantitativního výzkumu jsem definovala hlavní rámce, které uživatelé produkují ve svých hodnoticích komentářích. Jedná se o rámce a schémata, v jakých je nejčastěji vzhled političek hodnocen.

1. Rámec negativního hodnocení

Uživatelé/ky věnující se v komentářích na oficiálních profilech političek na Facebooku jejich vzhledu jej hodnotí negativně. Tento sentiment se objevil v 1047 z 2003 hodnocení. Potvrzují to komentáře, jako např. „...vypadáš tlustě a blbě!“ nebo „Tváří se jak dement.“

2. Rámec obecného hodnocení

Uživatelé/ky věnující se v komentářích na oficiálních profilech političek na Facebooku jejich vzhledu jej hodnotí v obecné rovině. Kvantitativní analýza ukazuje, že těchto hodnocení bylo 926 z celkových 2003. Dávají tak přednost před hodnocením konkrétních aspektů. Příkladem komentářů obecného hodnocení jsou „... slyší vám to moc všem.“ nebo „ženský vobludy teda to je hrozný.“

3. Rámec hodnocení vlasů

V případě, že uživatelé/ky věnující se v komentářích na oficiálních profilech političek na Facebooku jejich vzhledu hodnotí konkrétní aspekt vizuální stránky, je to vzhled vlasů. Takových hodnocení bylo celkem 315 z 2003 hodnocení. Toto schéma se často pojí se změnou

nějakého z aspektů vlasů nebo s barvou vlasů, jak ukazují komentáře „*Ty experimenty s barvou vlasů milá paní Alenko bych nedělal.*“ nebo „*Až na ty blond vlasy ty vám nesluší.*“

2. VO: *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

Výsledky kvantitativní četnostní analýzy ukazují, že převažujícím sentimentem projevovaným v hodnoticích komentářích na oficiálních Facebookových profilech političek je sentiment negativní. Z celkového počtu 2003 hodnocení bylo 1047 hodnocení negativních.

3. VO: *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

Kvantitativní analýza všech hodnoticích kategorií ukazuje, že nejčastěji hodnocenou je kategorie obecných hodnocení vizuální stránky. Druhou nejčastěji hodnocenou kategorií je kategorie těla, třetí kategorie vzhledu vlasů, čtvrtou kategorie oblečení, pátou kategorie vzhledu obličeje a šestou kategorie vzhledu související s aspektem genderu.

Nyní představím výsledky kvalitativní analýzy, která odpovídá na část otázky, jak jsou jednotlivé kategorie hodnoceny.

Pokud uživatelé/ky hodnotí v komentářích celkový vzhled političek, většinou mají pozitivní názor. Pokud jej hodnotí negativně, taková hodnocení často obsahují hanlivá označení nebo urážky. Ostatní hodnocení, neutrální nebo taková, u kterých je těžké určit sentiment, často komentují úpravy fotografií, připodobňují vzhled političek k jejich politické činnosti nebo náhodným předmětům.

Druhým nejčastěji hodnoceným aspektem vzhledu političek je aspekt fyzické stavby těla. Uživatelé/ky se ve zkoumaných komentářích vyjadřují k tomuto aspektu většinou negativně a kritizují tělesnou hmotnost nebo tvar jednotlivých částí těla. V případě, že hodnotí atribut fyzické stránky pozitivně, hodnotí kladně tělesnou hmotnost, její úbytek nebo konkrétní části těla, nejčastěji prsa. Pokud se uživatelé/ky vyjadřují neutrálně, zaměřují se na další aspekty, jako je míra oděnění, nebo diskutují o tělesné hmotnosti.

Třetí nejpočetnější kategorií je kategorie, do které jsou zařazena hodnocení týkající se vzhledu vlasů političek. I přesto, že se jedná o samostatnou specifickou část vzhledu, byla pro hodnocení vyjadřující se k vlasům identifikována vlastní kategorie z důvodu vysokého počtu hodnocení. To dokazuje, že vzhled a způsob úpravy vlasů jsou důležitými prvky při hodnocení vzhledu političek. Největší roli v hodnocení vlasů hraje jejich barva, ať už se jedná o pozitivní, negativní či neutrální názor uživatele/ky. Pokud se uživatelé/ky vyjadřují

pozitivně či neutrálně, činí tomu tak v souvislosti s proměnou barvy vlasů. Změnu délky vlasů hodnotí uživatelé/ky negativně. Některá hodnocení také obsahují společenské předsudky spojené s barvou vlasů, např. že blondaté ženy jsou méně inteligentní.

Další aspekt vzhledu, ke kterému se uživatelé/ky vyjadřují, je aspekt celkového outfitu, tzn. oblečení včetně doplňků. Při identifikaci rámců v této kategorii se ukázala široká názorová pestrost uživatelů/ek. Uživatelé/ky hodnotící v komentářích oblečení, ať už pozitivně či negativně, se vyjadřují k celkovému stylu oblékání, outfitu nebo konkrétnímu kousku oblečení. Mezi uživateli/kami vyjadřujícími buď pozitivní, nebo negativní postoj není značný rozdíl, což ukazuje rozmanitost uživatelů/ek založenou na osobním estetickém vnímání. Uživatelé/ky poukazující na oblečení bez jasného postoje většinou upozorňují na konkrétní kousek oblečení, ale bez vyjádření názoru.

Nejméně hodnocenými faktory vzhledu političek jsou kategorie vzhledu obličeje a kategorie vzhledu související s genderovou identitou a představami o ní. To dokazuje, že vzhled obličeje političky a s ním související make-up nebo úsměv nejsou pro uživatele/ky Facebooku důležitým hodnotícím kritériem v souvislosti se vzhledem političek. Pokud se uživatelé/ky vyjadřují k této kategorii vzhledu, projevují nejčastěji hodnocení vyjadřující se k použití make-upu, a to nehledě na sentiment hodnocení. V souvislosti s poslední kategorií lze na základě sesbíraných a analyzovaných dat tvrdit, že existence genderově podmíněných standardů krásy a očekávání od vzhledu nehraje pro uživatele/ky důležitou roli. Pokud se vyjadřují ke vzhledu v této souvislosti, pak je jejich hodnocení negativní či neutrální.

Tento výzkum představuje důkladnou kvantitativní a kvalitativní analýzu proměnných souvisejících se vzhledem političek a kategorií hodnocení vzhledu, což umožňuje identifikaci klíčových rámců a schémat, které produkují čeští/ké uživatelé/ky o vzhledu političek. Provedený výzkum má význam pro oblast mediálních studií, protože se zabývá aktuálním a důležitým tématem souvisejícím s prolínáním politiky, genderu a sociálních médií. Výzkum prezentuje poznatky, které vedou k pochopení hodnotících rámců uživatelů/ek Facebooku o hodnocení vzhledu političek, a přispívá k pochopení toho, jak sociální média formují politickou komunikaci a reprezentaci.

Na tomto místě bych na základě provedeného výzkumu ráda uvedla doporučení, která mohou sloužit jako inspirace pro další zkoumání tématu hodnocení vzhledu političek na sociálních sítích. Budoucí výzkum by se mohl věnovat komparaci hodnocení vzhledu političek a politiků a zjistit, v jaké míře a v jakých oblastech se liší. Tento přístup by mohl odhalit detaily, které se mohou promítat do hodnocení politických reprezentantů/ek. Výzkum by mohl také být rozšířen o faktor stranické příslušnosti a zkoumat, zda se hodnocení

v závislosti na ní liší. Tato analýza by mohla potvrdit či vyvrátit, zdali existují politicky motivované rozdíly v hodnocení vzhledu političek. Dalším možným směrem výzkumu by také mohlo být provedení analýzy na dalších sociálních médiích, které by vedlo k analýze jiné demografické skupiny uživatelů/ek. Např. na Instagramu, druhé nejpoužívanější sociální síti, se nacházejí především mladí uživatelé do 30 let (AMI Digital Index, 2022). Výzkum by se také mohl zaměřit na porovnání s jinými zeměmi, což by umožnilo identifikaci kulturních a společenských národnostních faktorů. K identifikaci dlouhodobých trendů by bylo vhodné sledovat uživatelská hodnocení v dlouhodobém časovém horizontu. Tyto navržené směry pro budoucí výzkum by mohly rozšířit poznatky o hodnocení vzhledu političek na sociálních sítích a přispět k lepšímu porozumění rolím genderu, médií a politiky ve společnosti.

Závěr

Předložená diplomová práce se věnuje propojení tří oblastí: politické komunikace, sociálních sítí a genderu. Cílem výzkumu v mé diplomové práci bylo provést analýzu uživatelských komentářů na sociální síti Facebook týkajících se fyzické stránky političek působících v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR. Definované výzkumné otázky byly:

1. VO: *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?*
2. VO: *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*
3. VO: *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?*

V první části diplomové práce jsem představila teoretický rámec související s předmětem výzkumu. Věnovala jsem pozornost ženám a jejich roli v politické reprezentaci. Tu teoreticky definovala Hanna Fenichel Pitkin v díle *The Concept of Representation* v roce 1972 jako zpřítomnění něčeho, co doposud nebylo fakticky nebo doslovně přítomné. Dále jsem se soustředila na získání volebního práva pro ženy. Konkrétně na první vlnu feminismu, v rámci které poprvé ženy a muži usilovali o možnost aktivní participace žen v politice. Mezi ně patřili např. Olympe de Gouges, Mary Wollstonecraft a John Stuart Mill. Představeny byly i aktivity žen na českém území. O volební právo pro ženy se zasadil zejména *Výbor pro volební právo žen* v čele s Františkou Plamínkovou. V roce 1919 bylo tak Československo jednou z prvních zemí, ve které bylo právo volit a být volen/a přiznáno oběma pohlavím. V roce 1920 se toto právo stalo také součástí ústavy.

V druhé části této kapitoly jsem se věnovala politické komunikaci. Ta se zabývá komunikačními procesy, které se pojí s distribucí moci, kolektivními rozhodnutími a alokací hodnot ve společnosti. Soustředila jsem se na její transformaci v čase a dělení do tří politických věků, které definovali v roce 1999 Blumler a Kavanagh na základě společenského kontextu a dostupných technologií. Pozornost byla věnována i navazujícímu čtvrtému věku, který je charakteristický digitalizací politické komunikace, mediatizací a rozdělenou společností. V závěru teoretické části jsem se zaměřila na mediální vyobrazení političek v tradičních médiích a na sociálních sítích.

V analytické části své diplomové práce jsem představila předchozí poznatky v této oblasti výzkumu. Definovala jsem cíl výzkumu a výzkumné otázky. Představila jsem metody, se kterými jsem ve svém výzkumu pracovala – kvantitativní a kvalitativní analýzu se zaměřením na rámcovou analýzu. Tu poprvé použil sociolog Erving Goffman v roce 1986.

Podle jeho definice rámec umožňuje identifikovat, vnímat a lokalizovat různé jevy. Zabývala jsem se také etickým hlediskem výzkumu.

Dále jsem se soustředila na výzkumný proces, popsala jsem zdroj zkoumaných dat a to, jakým způsobem došlo k jejich sběru. Shromáždila jsem 2003 hodnocení, která pocházela z 18 oficiálních facebookových profilů českých političek. Poté jsem upřesnila proces kódování a definovala kódovací schéma. Následně jsem provedla kvantitativní četnostní analýzu proměnných a kvalitativní analýzu kategorií.

Výsledkem byla zjištění, která vedla k odpovědím na výzkumné otázky. První výzkumná otázka *Jaké jsou nejčastější rámce a schématické interpretace, které čeští/ké uživatelé/ky na Facebooku produkují v souvislosti s vizuální stránkou českých političek?* vedla k definici rámců, které produkují uživatelé/ky: rámec negativního hodnocení, rámec obecného hodnocení, rámec hodnocení vlasů. Odpověď na druhou výzkumnou otázku *Jaký je převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?* jsem získala na základě kvantitativní četnostní analýzy. Převažující sentiment projevující se v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek je negativní. Na třetí otázku *Jaké kategorie jsou nejčastěji hodnoceny a jak v komentářích uživatelů/ek Facebooku, které hodnotí vzhled političek?* jsem získala odpověď pomocí kvantitativní četnostní analýzy a kvalitativní analýzy kategorií. Nejčastější kategorií, která je používána v souvislosti s vzhledem, je kategorie obecných hodnocení. Následně kategorie těla, vlasů, oblečení, obličeje a vzhledu související s genderovou identitou. Na druhou část výzkumné otázky odpověděla kvalitativní analýza kategorií. Kategorie obecného vzhledu byla nejčastěji hodnocena pozitivně; kategorie těla byla nejčastěji hodnocena negativně a pojila se s kritikou tělesné hmotnosti nebo konkrétní části těla; v kategorii vlasů hrála roli především jejich barva bez ohledu na sentiment daného komentáře; v kategorii oblečení převažovala názorová pestrost ve které uživatelé/ky hodnotili celkový styl oblékání nebo jednotlivé kousky oblečení; v kategorii obličej uživatelé/ky nejčastěji hodnotili make-up, nehledě na to, s jakým sentimentem; v kategorii vzhledu související s genderovou identitou převažovala negativní nebo neutrální hodnocení.

Reference

- 1) AAGARD, Peter, 2016. The Fourth Age of Political Communication: Democratic Decay or the Rise of Phronetic Political Communication? *Nordicum-Mediterraneum*. 11.(3), s. 1–18 [cit. 2023-04-14]. DOI:10.33112/nm.11.3.8
- 2) AALBERG, Toril; JENSSEN, Anders Todal, 2007. Gender Stereotyping of Political Candidates: An Experimental Study of Political Communication. *Nordicom Review*. 28(1), s. 17–32 [cit. 2023-02-16]. ISSN 2001-5119. DOI:10.1515/nor-2017-0198
- 3) ADCOCK, Charlotte, 2010. The Politician, The Wife, The Citizen, and her Newspaper: Rethinking Women, Democracy, and Media(ted) Representation. *Feminist Media Studies*. 10(2), s. 135–159 [cit. 2023-02-11]. ISSN 1468-0777. DOI:10.1080/14680771003672254
- 4) Alena Schillerová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/SchillerovaAlena>
- 5) ALEXANDER, Deborah; ANDERSEN, Kristi, 1993. Gender as a Factor in the Attribution of Leadership Traits. *Political Research Quarterly*. 46(3), s. 527 [cit. 2023-04-28]. ISSN 1065-9129. DOI:10.2307/448946
- 6) AMI DIGITAL, 2022. Sociální síť v roce 2022. In: *AMI Digital* [online]. 2022 [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://amidigital.cz/wp-content/uploads/2022/08/ami-digital-index-2022.pdf>
- 7) ARISTOTELÉS. *Politika*, 1998. 2. vyd. Praha: Rezek. ISBN 80-860-2710-4.
- 8) BARTLETT, Frederic Charles, 1995. *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. 2. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 0-521-48356-5.
- 9) BLUMLER, Jay G., 2001. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Journal of Public Affairs*. 1. 7. 1999, 1(3), s. 201–209 [cit. 2023-04-22]. ISSN 1472-3891. DOI:10.1002/pa.66
- 10) BRITO VIEIRA, Mónica, 2017. Pitkin versus Hobbes on Political Representation. In: BRITO VIEIRA, Mónica, ed. *Reclaiming Representation: Contemporary Advances in the Theory of Political Representation*. New York: Routledge, s. 25–49. ISBN 978-1-138-92851-0.
- 11) BRYSON, Valerie, 2016. *Feminist Political Theory*. 3rd edition. 3. Palgrave. ISBN 978-1-137-43904-8.
- 12) CICERO, 2014. *De Inventione*. Createspace Independent Publishing Platform. ISBN 1496181204.
- 13) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2017a. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 20. 10. – 21. 10. 2017 (promítnuto usnesení NSS). *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/ps2017nss/ps?xjazyk=CZ>
- 14) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2017b. Poslanci dle věku a pohlaví. *Český statistický úřad*

- [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/ps2017nss/ps122?xjazyk=CZ&xkraj=0&xstrana=0&xv=2>
- 15) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2021a. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 8. 10. – 9. 10. 2021. *VOLBYhned.cz* [online]. 9. 10. 2021 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: https://www.volbyhned.cz/ps2021/ps_celk_cz.html
 - 16) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2021b. Poslanci dle věku a pohlaví. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/ps2021/ps12?xjazyk=CZ&xv=22>
 - 17) ČUNÁTOVÁ, Tereza, 2021. DOKUMENT: Koaliční smlouva uzavřená mezi ODS, KDU-ČSL, TOP 09, Piráty a STAN. *IDnes.cz* [online]. 8. 11. 2021 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koalicni-smlouva-vlada-program.A211108_130245_domaci_cun
 - 18) EDWARDS, Janis L., 2009. *Gender and Political Communication in America: Rhetoric, Representation, and Display*. Plymouth, Velká Británie: Lexington Books. ISBN 978-0-7391-3109-1.
 - 19) FLICK, Catherine, 2016. Informed Consent and the Facebook Emotional Manipulation Study. *Research Ethics*. **12**(1), s. 14–28 [cit. 2023-06-20]. ISSN 1747-0161. DOI:10.1177/1747016115599568
 - 20) FRASER, Nancy, 1990. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*. (25/26) [cit. 2023-06-22]. ISSN 01642472. DOI:10.2307/466240
 - 21) GELNAROVÁ, Jitka, 2010. Reprezentace žen v politice z pohledu politické teorie aneb „Co všechno znamená, když se řekne, že ženy jsou v politice podreprezentovány?“. *Acta Politologica* [online]. Univerzita Karlova, **2**(2), s. 119–135 [cit. 2022-11-11]. ISSN 1803-8220. Dostupné z: <https://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00073.pdf>
 - 22) GOFFMAN, Erving, 1986. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston, USA: Northeastern University Press. ISBN 0-930350-91-X.
 - 23) GREBELSKY-LICHTMAN, Tsfira, 2017. Female Politicians: A Mixed Political Communication Model. *The Journal of International Communication*. **23**(2), s. 272–297 [cit. 2023-06-01]. ISSN 1321-6597. DOI:10.1080/13216597.2017.1371625
 - 24) HABERMAS, Jürgen, 2000. *Strukturální přeměna veřejnosti: Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia. Morální a politická filosofie. ISBN 80-700-7134-6.
 - 25) HAVELKOVÁ, Hana, 2004. První a druhá vlna feminismu: podobnosti a rozdíly. In: *Abc feminismu*. Brno: Nesehnutí, s. 168–183 [cit. 2022-11-11]. ISBN 80-903228-3-2.
 - 26) HAYES, Danny, 2011. When Gender and Party Collide: Stereotyping in Candidate Trait Attribution. *Politics & Gender*. **6**. 6. 2011, **7**(2), s. 133–165 [cit. 2023-04-28]. ISSN 1743-9248. DOI: 10.1017/S1743923X11000055

- 27) Helena Langšádlová - ministryně, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/langsadlova.helena>
- 28) HENDL, Jan, 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-.
- 29) HILLACH, Ansgar; WIKOFF, Jerold; ZIMMERMAN, Ulf, 1979. The Aesthetics of Politics: Walter Benjamin's "Theories of German Fascism." *New German Critique*. Duke University Press, (17), s. 99–119. DOI:10.2307/488012
- 30) HOBBS, Thomas, 1651. *Leviathan*.
- 31) HOBBS, Mitchell, 2016. The Sociology of Spin: An Investigation into the Uses, Practices and Consequences of Political Communication. *Journal of Sociology*. **52**(2), s. 371–386 [cit. 2023-06-28]. ISSN 1440-7833. DOI:10.1177/1440783314562414
- 32) HONELOVÁ, Michaela, 2020. Před 100 lety se československé ženy dočkaly volebního práva. *Padesatprocent.cz* [online]. [cit. 2022-11-11]. Dostupné z: <https://padesatprocent.cz/cz/pred-100-lety-se-ceskoslovenske-zeny-dockaly-volebniho-prava>
- 33) HUDDY, Leonie; TERKILDSSEN, Nayda, 1993. Gender Stereotypes and the Perception of Male and Female Candidates. *American journal of political science*. Austin: University of Texas Press, 37(1), s. 119–147 [cit. 2023-04-28]. ISSN 0092-5853. DOI:10.2307/2111526
- 34) IROZHLAS, 2017. Parlamentní volby 2017: složení Poslanecké sněmovny. *IROZHLAS* [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/volby/parlamentni-volby-2017/slozeni-snemovny>
- 35) IROZHLAS, 2021. Parlamentní volby 2021. *IROZHLAS* [online]. 9. 10. 2021 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/volby/parlamentni-volby-2021>
- 36) Ivana Mádlová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/madlovaivana1>
- 37) Jana Černochová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Jana.Cernochova>
- 38) Jana Mračková Vildumetzová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Vildumetzova>
- 39) JAY, Martin, 1992. "The Aesthetic Ideology" as Ideology; Or, What Does It Mean to Aestheticize Politics? *Cultural Critique*. 21, s. 41–61 [cit. 2023-04-14]. DOI:10.2307/1354116
- 40) JÜNGER, Ernst, 1930. *War and Warrior*.
- 41) Karla Maříková, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057956566567>
- 42) KAVKOVÁ, Jana, 2005. Metoda rámcové analýzy a její využití. *Politologická revue*. (2), s. 219–225.
- 43) KELLNER, Douglas, 2020. Theory Wars, Ideology Critique, and Media/Cultural Studies. In:

- KELLNER, Douglas. *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics in the Contemporary Moment*. 2. New York: Routledge, s. 15–51. ISBN 0-429-53444-2.
- 44) KITZINGER, Jenny, 2007. Framing and frame analysis. In: DEVEREUX, Eoin, ed. *Media Studies: Key Issues and Debates*. SAGE Publications, Limited, s. 129–150. ISBN 9781412929820.
- 45) Klára Dostálová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/KlaraDostalovaPSP>
- 46) KROGSTAD, Anne; STORVIK, Aagot, 2012. Picturing Politics: Female Political Leaders in France and Norway. *Historical Reflections/Reflexions Historiques*. Berghahn Journals, **38**(3), s. 129–152 [cit. 2023-02-16]. ISSN 0315-7997. DOI:10.3167/hrrh.2012.380308
- 47) KŘEČEK, Jan, 2013. *Politická komunikace: Od res publica po public relations*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3536-8.
- 48) LILLEKER, Darren G., 2019. The Power of Visual Political Communication: Pictorial Politics Through the Lens of Communication Psychology. *Visual Political Communication*. Cham: Springer International Publishing, 2019-06-21, 37-51 [cit. 2023-06-24]. ISBN 978-3-030-18728-6. DOI:10.1007/978-3-030-18729-3_3
- 49) Lucie Šafránková. *Facebook* [online]. 2021: Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/LucieSafrankovaSPD>
- 50) LÜHISTE, Maarja; BANDUCCI, Susan, 2016. Invisible Women? Comparing Candidates' News Coverage in Europe. *Politics & gender*. 3. 5. 2016, 12(02), s. 223–253 [cit. 2023-02-16]. ISSN 1743-923X. DOI:10.1017/S1743923X16000106
- 51) MACHIAVELLI, Niccolò, 2007. *Vladař*. Praha: XYZ. ISBN 978-80-87021-73-6.
- 52) Marie Jílková, poslankyně, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/marie.jilkova.poslankyne>
- 53) Markéta Pekarová Adamová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/marketa.pekarova.adamova.top09>
- 54) MCGREGOR, Shannon C.; MOURÃO, Rachel R., 2016. Talking Politics on Twitter: Gender, Elections, and Social Networks. *Social Media Society*. 2.(3) [cit. 2023-06-09]. ISSN 2056-3051. DOI:10.1177/2056305116664218
- 55) MEDIAGURU, 2022. Lidí na sítích v Česku přibylo, vedou YouTube a Facebook. *MediaGuru* [online]. 22. 2. 2022 [cit. 2023-07-27]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/02/lidi-na-sitich-v-cesku-pribylo-vedou-youtube-a-facebook/>
- 56) MECHKOVA, Valeriya; WILSON, Steven L., 2021. Norms and Rage: Gender and Social Media in the 2018 U.S. Mid-term Elections. *Electoral Studies*. 69 [cit. 2023-06-01]. ISSN 02613794. DOI: 10.1016/j.electstud.2020.102268
- 57) META, 2022. Podmínky používání služby. In: *Facebook* [online]. 4. 1. 2022 [cit. 2023-07-05].

- Dostupné z: <https://www.facebook.com/terms.php>
- 58) META, 2023. Zásady ochrany osobních údajů. In: *Facebook* [online]. 5. 4. 2023 [cit. 2023-07-05]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/privacy/policy/version/6554427741237119>
 - 59) MILL, John Stuart, 1890. *Poddanství žen*. Časopis českého studentstva.
 - 60) Monika Oborná, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ObornaMonika>
 - 61) MOOG, Sandra; SLUYTER-BELTRAO, Jeffrey, 2001. The Transformation of Political Communication? In: AXFORD, Barrie; HUGGINS, Richard ed. *New Media and Politics*. SAGE Publications, s. 30–63 [cit. 2023-05-27]. ISBN 9781446218846. <https://sk-sagepub-com.ezproxy.is.cuni.cz/books/new-media-and-politics/n2.xml>
 - 62) MPSV. Základní informace o OECD. *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/zakladni-informace-o-oecd>
 - 63) MUSILOVÁ, Dana, 2012. Mothers of the Nation: Women's Vote in the Czech Republic. In: RODRÍGUEZ-RUIZ, Blanca; RUBIO-MARÍN, Ruth, ed. *The Struggle for Female Suffrage in Europe: Voting to Become Citizens*. Leiden: Brill, s. 207–223 [cit. 2022-11-11]. ISBN 978 90 04 22991 4.
 - 64) NEGRINE, Ralph M., 2017. Media and Politics: How, and Why, Political Parties Communicate Politics. In: NEGRINE, Ralph M. *The Transformation of Political Communication: Continuities and Changes in Media and Politics*. Bloomsbury Publishing, s. 18–43. ISBN 9781137021397.
 - 65) NIMMO, Dan, 1976. Political Image Makers and the Mass Media. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 427(1), s. 33–44 [cit. 2023-06-24]. ISSN 0002-7162. DOI:10.1177/000271627642700105
 - 66) OECD. Gender Equality in Politics. *OECD iLibrary* [online]. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/b4beed4b-en/index.html?itemId=/content/component/b4beed4b-en>
 - 67) Olga Richterová - místopředsedkyně Sněmovny, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/olga.piratka.richterova>
 - 68) Pavla Golasowská, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/pgolasowska>
 - 69) PERSSON, Anders, 2019. *Framing Social Interaction: Continuities and Cracks in Goffman's Frame Analysis*. Routledge. ISBN 978-1-4724-8258-7.
 - 70) PIAGET, Jean, 1992. *The Child's Conception of the World: A 20th-Century Classic of Child Psychology*. ISBN 9780822602132.
 - 71) PITKIN, Hanna Fenichel, 1972. *The Concept of Representation*. Berkeley, USA: University of California Press. ISBN 0-520-02156-8.
 - 72) PITKIN, Hanna Fenichel, 2004. Representation and Democracy: Uneasy Alliance. *Scandinavian Political Studies*. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 27(3), s. 335–342


- [cit. 2022-10-28]. ISSN 0080-6757. DOI:10.1111/j.1467-9477.2004.00109.x
- 73) PLATÓN, 2000. *Gorgias*. 4., opr. vyd. Praha: Oikoymenh. Platónovy spisy. ISBN 80-729-8005-X.
 - 74) POSTMAN, Neil, 1999. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta. Souvislosti (Mladá fronta). ISBN 80-204-0747-2.
 - 75) PSP ČR, 2017. Parlament České republiky, Poslanecká sněmovna 2017–2021. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2023-05-03]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=192&o=8>
 - 76) PSP ČR, 2023. Poslanci. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=192>
 - 77) QIN, Jie, 2015. Hero on Twitter, Traitor on News: How Social Media and Legacy News Frame Snowden. *The International Journal of Press/Politics*. 7. 1. 2015, 20(2), s.166–184 [cit. 2022-09-12]. DOI:10.1177/1940161214566709
 - 78) RAICHEVA-STOVER, Maria; IBROSHEVA, Elza, ed., 2014. *Women in Politics and Media: Perspectives from Nations in Transition*. Bloomsbury Academic. ISBN 978-1-62892-087-1.
 - 79) REINEMANN, Carsten, ed., 2014. Political communication research. A brief history of the field and the idea of this handbook. In: REINEMANN, Carsten. *Political Communication*. Berlin/Boston: Walter De Gruyter Mouton, s. 1–18. ISBN 978-3-11-023816-7.
 - 80) Renata Oulehlová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/OulehlovaANO>
 - 81) RENZETTI, Claire M.; CURRAN, Daniel J., 2003. Gender, politika, vláda a armáda. In: RENZETTI, Claire M.; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Nakladatelství Karolinum, s. 380–416. ISBN 80-256-0525-2.
 - 82) RIEFF, Philip, 1953. Aesthetic Functions in Modern Politics. *World politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1953, 5(4), s. 478–502 [cit. 2023-04-22]. ISSN 0043-8871. DOI:10.2307/2009180
 - 83) Romana Fischerová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/fischerovaromana>
 - 84) ROSS, Karen; SREBERNY, Annabelle, 1996. Women in the House: Media Representation of British Politicians. In: SREBERNY, Annabelle; ZONEN, Liesbet van, ed. *Gender, Politics and Communication*. New Jersey: Hampton Press, s. 79–99. ISBN 1-57273-242-3.
 - 85) RUNCIMAN, David, 2012. Hobbes's Theory of Representation: Anti-democratic or Proto-democratic? SHAPIRO, Ian; STOKES, Susan C.; WOOD, Elisabeth Jean; KIRSHNER, Alexander S., ed. *Political Representation*. New York: Cambridge University Press, 2010-1-14, s. 15–34 [cit. 2022-11-12]. ISBN 9780521111270. DOI:10.1017/CBO9780511813146.003
 - 86) SAMUEL-AZRAN, Tal; YARCHI, Moran, 2023. The “Gender Affinity Effect” Behind Female Politicians' Social Media Support: Facebook Civil Talk during Israel's 2021 Elections. *Online*

- Information Review*. [cit. 2023-06-09]. ISSN 1468-4527. DOI:10.1108/OIR-04-2022-0199
- 87) SEVERA, Daniel, 2021. Jak se strany, hnutí nebo koalice dostanou do Poslanecké sněmovny? *Seznam Zprávy* [online]. 6. 9. 2021 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/volby-2021-jak-se-dostat-do-poslanecke-snemovny-173743>
- 88) SEZNAM ZPRÁVY, 2021. Rozložení Poslanecké sněmovny. *Seznam Zprávy* [online]. 9. 10. 2021 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/p/vysledky-voleb/2021/parlamentni-volby/rozdeleni-kresel>
- 89) SCHARRER, Erica; Srividya RAMASUBRAMANIAN, 2021. *Quantitative Research Methods in Communication: The Power of Numbers for Social Justice*. New York: Routledge. ISBN 1-00-309165-2.
- 90) SCHILL, Dan, 2012. The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review of Communication*. **12**(2), s. 118–142 [cit. 2023-06-23]. ISSN 1535-8593. DOI:10.1080/15358593.2011.653504
- 91) SCHMITT, Carl, 2013. *Pojem politična: text z r. 1932 s předmluvou a se třemi korolárii*. 2. vydání. Praha: OIKOYMENH. ISBN 978-80-7298-491-6.
- 92) SREBERNY, Annabelle; ZOONEN, Liesbet van, 1996. Gender, Politics and Communication: An Introduction. In: SREBERNY, Annabelle; ZOONEN, Liesbet van ed. *Gender, Politics and Communication*. New Jersey: Hampton Press, s. 1–19. ISBN 1-57273-242-3.
- 93) STORIE, Leysan; MARSCHLICH, Sarah, 2022. Identity, Social Media and Politics: How Young Emirati Women Make Sense of Female Politicians in the UAE. *The International Journal of Press/Politics*. **27**(4), s. 789–807 [cit. 2023-06-01]. ISSN 1940-1612. DOI:10.1177/19401612221078795
- 94) STRÖMBÄCK, Jesper; ESSER, Frank, 2014. Mediatization of Politics: Towards a Theoretical Framework. In: ESSER, Frank; STRÖMBÄCK, Jesper, ed. *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. Palgrave Macmillan UK, s. 3–28 [cit. 2023-05-26]. ISBN 9781137275844.
- 95) SUN TZU, 2008. *Umění války: The Art of War*. Brno: B4U. ISBN 978-80-903850-6-1.
- 96) ŠPRINCOVÁ, Veronika; MOTTLOVÁ, Markéta, 2016. *Více žen – jiná politika*. Fórum 50 % [cit. 2022-11-11]. ISBN 978-80-904447-8-2.
- 97) Urbanová, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/UrbanovaBarboraSTAN>
- 98) Věra Kovářová · vidím, slyším, řeším, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/kovarova.v>
- 99) VLÁDA ČR, 2018. II. vláda Andreje Babiše. *Vláda české republiky* [online]. [cit. 2023-05-03]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1993-2018-cr/andrej-babis-ii/prehled-clenu-vlady-andreje-babise-27-6-2018-trva-175411/>

- 100) VLÁDA ČR, 2023. Členové vlády. *Vláda ČR* [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/vlada/>
- 101) Vladmíra Lesenská, 2021. *Facebook* [online]. Meta, 2021 [cit. 2023-07-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/vladka.lesenska>
- 102) WALSH, Clare, 2015. Media Capital or Media Deficit?: Representations of Women in Leadership Roles in Old and New Media. *Feminist Media Studies*. 5. 11. 2015, 15.(6), s. 1025–1034 [cit. 2023-02-16]. ISSN 1471-5902. DOI:.1080/14680777.2015.1087415
- 103) WOLLSTONECRAFT, Mary, 1904. *Obrana práv žen*. Praha: Jan Laichter.
- 104) YARCHI, Moran; SAMUEL-AZRAN, Tal, 2018. *Women Politicians are More Engaging: Male versus Female Politicians' Ability to Generate Users' Engagement on Social Media During an Election Campaign*. 21(7), s. 978–995 [cit. 2023-06-01]. ISSN 1369-118X. DOI:10.1080/1369118X.2018.1439985

Teze diplomové práce

SCHVÁLENO 16.9.22

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Bc. Michálková Kristýna	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2021	
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 11662502@fsv.cuni.cz	
Studijní program/forma studia: Mediální studia/prezenční	
Název práce v češtině: Vzhled českých političek očima uživatelů sociálních sítí	
Název práce v angličtině: Appearance of Czech Women Politicians through the Eyes of Social Network Users	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezi) LS 2022/2023	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Práce je zaměřena na vnímání vzhledu současných českých političek v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky. Bude se soustředit na političky ve funkci v letech 2018–2021 a od 2021. Pomocí kvalitativního výzkumu budou zkoumány názory na jejich estetickou stránku objevující se v internetových diskuzích pod vybranými příspěvky s fotografií nebo odkazem na článek na sociálních sítích. Teoretickým východiskem pro diplomovou práci bude tradice žen v politice, jak z hlediska politologie, tak mediálních studií a vnímání estetiky při politické komunikaci. Součástí práce bude i nastínění dobového politického kontextu, který je důležitý pro kategorizaci uživatelských názorů. Zmapování tohoto fenoménu z pohledu internetových uživatelů nebylo doposud v českém prostředí provedeno.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Hlavním cílem závěrečné práce bude zmapovat názory internetových uživatelů na vizáž českých současných političek. Cílem výzkumu je identifikace rámců strukturujících vnímání významu vzhledu u žen-političek.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Teoretická část 1.1. Reprezentace žen-političek z hlediska politologie 1.2. Reprezentace žen-političek z hlediska mediálních studií 1.3. Role estetiky v politické komunikaci 2. Uvedení dobového kontextu politické situace 2.1. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR 2018–2021 2.2. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR od 2021 3. Výzkumná část práce 3.1. Popis výzkumné metody 3.2. Popis procesu výzkumu 3.3. Analýza výsledků výzkumu	
Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Analyzované budou uživatelské komentáře týkající se političek působící v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR v letech 2018–2021 a těch, které působí od roku 2021. Zdrojem uživatelských komentářů bude sociální síť Facebook – příspěvky s fotografiemi nebo	

<p>příspěvky odkazující na tematické články na profilech jednotlivých političek a médií Blesk.cz, iDnes.cz a Novinky.cz.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Kvalitativní výzkum – analýza dat pomocí kódování a následná identifikace rámců.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů <u>k tématu a metodě</u> jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <p>HENDL, Jan, 2016. <i>Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace</i>. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9. Příručka pro správné aplikování kvalitativní metody výzkumu, poskytuje návod ke správné přípravě výzkumu, sběru dat a jejich vyhodnocení pomocí kódování.</p> <p>KŘEČEK, Jan, 2013. <i>Politická komunikace: Od res publica po public relations</i>. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3536-8. Publikace k politické komunikaci zabývající se i specifiky čtvrtého věku politické komunikace včetně její estetizace.</p> <p>FORD, Lynne E. <i>Women and Politics</i>. 4. Boulder, CO: Routledge, 2017. ISBN 0813350816. Dostupné z: doi:10.4324/9780429503016 Publikace týkající se žen v politice a genderovým nástrahám, kterým musí v této sféře čelit. Prezentuje jak teorii, tak historii, která se kriticky zamýšlí nad obtížemi, kterým ženy v politice čelí.</p> <p>QIN, Jie, 2015. Hero on Twitter, Traitor on News: How Social Media and Legacy News Frame Snowden. <i>The International Journal of Press/Politics</i> [online]. 7. 1. 2015, 20(2), 166-184 [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: doi:10.1177/1940161214566709 Studie, která využívá metodu rámcování v kontextu sociálních sítí. Bude sloužit jako metodologický podklad.</p>
<p>Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)</p> <p>LYSKOVÁ, Taťána. <i>Marketing političek: Ženy v kampaních do PSP 2017</i>. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2019.</p>
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>14. 9. 2022</p>

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

Přílohy

Příloha č. 1 – Jmenný seznam žen-političek v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR od 2021

Vzhledem k předmětu výzkumu diplomové práce na tomto místě uvádím jmenný seznam žen-političek, které zasedly v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR po volbách v roce 2021. Nutno zde upozornit, že údaje jsou aktuální k 1. květnu 2023. Volby na nadcházející období, pokud se budou konat v řádném termínu, se uskuteční v roce 2025 a do té doby se může aktuální složení poslanců/kyň proměnit.

U těch, u kterých byla doba působení ve veřejné funkci jiná než standardní doba působení (od 9. 10. 2023), je uvedeno i konkrétní časové působení:

- Věra Adámková
- Andrea Babišová
- Jana Bačíková
- Margita Balaščíková (od 10. 11. 2021)
- Romana Bělohlávková
- Jana Berkovcová
- Jana Černochová
- Eva Decroix
- Klára Dostálová
- Lenka Dražilová
- Eva Fialová
- Romana Fischerová
- Pavla Golasowská
- Jana Hanzlíková
- Marie Jílková
- Lenka Knechtová
- Klára Kocmanová
- Věra Kovářová
- Jana Krutáková
- Helena Langšádlová
- Vladimíra Lesenská
- Jarmila Levko (od 15. 2. 2022)

- Ivana Mádlová
- Taťána Malá
- Karla Maříková
- Jana Mračková Vildumetzová
- Hana Naiclerová
- Zdenka Němečková Crkvenjaš
- Nina Nováková
- Monika Oborná
- Martina Ochodnická
- Eliška Olšáková
- Michaela Opltová
- Renata Oulehlová
- Zuzana Ožanová
- Jana Pastuchová
- Markéta Pekarová Adamová
- Berenika Peštová
- Pavla Pivoňka Vaňková
- Jaroslava Pokorná Jermanová
- Marie Pošarová
- Lucie Potůčková
- Petra Quittová
- Olga Richterová
- Alena Schillerová
- Lucie Šafránková
- Michaela Šebelová
- Iveta Štefanová
- Barbora Urbanová
- Helena Válková
- Milada Voborská
- Renáta Zajíčková

(PSP ČR, 2023)

Příloha č. 2 – Jmenný seznam žen-političek ve Vládě ČR od 2021

Na tomto místě uvádím jmenný seznam žen působících ve vládě, včetně jejich funkcí. Stejně jako v podkapitole 2.2.4 se jedná o údaje aktuální k 1. květnu 2023 a je možné, že se do konce standardního působení vlády mohou změnit. Jedná se o:

- Jana Černochová – ministryně obrany
- Helena Langšádlová – ministryně pro vědu, výzkum a inovace

V porovnání s minulým volebním obdobím se jedná o pokles počtu žen působících ve vládě. V minulé vládě působilo 6 žen, 2 z toho pouze část volebního období (Vláda ČR, 2023).