

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta humanitních studií

Bakalářská práce

Konstrukce maskulinity v seriálu Výměna manželek

Autorka: **Viktorie Fajfrová**

Vedoucí práce: **Ing. Petr Pavlík, Ph.D.**

Praha, 2024

Prohlašuji, že jsem tuto práci na téma *Konstrukce maskulinity v seriálu Výměna manželek* vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 3. května 2024

.....

Viktorie Fajfrová

Poděkování:

Zde bych chtěla v poděkovat především vedoucímu této bakalářské práce, Ing. Petru Pavlíkovi, Ph.D., za odborné vedení a cenné rady, které mi poskytl v průběhu celého procesu tvorby práce. Dále bych ráda poděkovala mé rodině, která mi po dobu mého studia byla oporou.

Obsah

1. ÚVOD.....	8
2. TEORETICKÁ ČÁST.....	9
2.1. <u>Gender – úvod do problematiky</u>	9
2.1.1. Sociální konstrukce reality.....	13
2.1.2. Genderová identita.....	14
2.1.3. Genderová socializace.....	15
2.1.4. Dělbá práce podle pohlaví.....	17
2.1.5. Konstrukce maskulinity.....	19
2.1.6. Typologie maskulinit.....	21
2.2. <u>Média</u>	26
2.2.1. Televize.....	29
2.2.1.1. Vybraná kritika účinků televize.....	30
2.2.2. Reality TV.....	31
2.3. <u>Gender a média</u>	33
2.3.1. Genderové stereotypy.....	34
2.3.1.1. Stereotypní zobrazování maskulinity.....	35
2.3.1.2. Stereotypní zobrazování femininity.....	36
2.3.1.3. Stručné srovnání zobrazování maskulinity a femininity v médiích.....	37
2.4. <u>Shrnutí teoretické části</u>	38
3. EMPIRICKÁ ČÁST.....	39
3.1. <u>Metodologická východiska</u>	39
3.1.1. Výběr vzorku.....	39
3.1.2. Průběh analýzy.....	40
3.2. <u>Výměna manželek</u>	40
3.2.1. Struktura seriálu.....	41
3.3. <u>Analýza dat a prezentace výsledků</u>	42
3.3.1. Sociální a osobnostní charakteristiky.....	43
3.3.2. Činnosti.....	48
3.3.3. Výskyt.....	50
3.3.4. Emoce.....	52
3.3.5. Interakce.....	54
3.3.6. Verbální projevy.....	60
3.4. <u>Shrnutí výsledků analýzy</u>	68

4. ZÁVĚR.....	71
SEZNAM LITERATURY.....	73
SEZNAM TABULEK.....	77
PŘÍLOHY.....	78

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce si klade za cíl cestou kvantitativní obsahové analýzy zjistit, jakým způsobem je konstruována maskulinita v české reality show *Výměna manželek*, zda je tato konstrukce postavena na genderových stereotypch, a jestli, popřípadě jak, se tato konstrukce liší v první odvysílané řadě a poslední aktuální. V první části práce přiblížím užití přístupy a koncepce, vymezím klíčové pojmy. V druhé, výzkumné části budu formulovat vybranou metodu, objasním podobu zkoumaného seriálu a provedu samotnou analýzu první a poslední aktuální řady seriálu.

Klíčová slova: gender, maskulinita, média, konstruktivismus, obsahová analýza

ABSTRACT

This bachelor thesis aims to find out, through quantitative content analysis, how masculinity is constructed in the Czech version of reality show *Wife Swap*, whether this construction is based on gender stereotypes, and if this construction differs in the first broadcast season and the last current, and if so, then how exactly. In the first part of the thesis, I will introduce the approaches and concepts used, and define key concepts. In the second part I will formulate the chosen research method, clarify the form of the researched series and perform the actual analysis of the first and last current season of the series.

Keywords: gender, masculinity, media, constructivism, content analysis

1. ÚVOD

Tématem této práce, jak již název napovídá, je v první řadě způsob, jakým je konstruována maskulinita v rámci seriálu *Výměna manželek*, zda je tato konstrukce založena na genderových stereotypch, a pokud ano, tak na jakých. Mimo to se také pokusím zjistit, zda je způsob konstrukce maskulinity odlišný v první a v poslední řadě zkoumaného seriálu.

Za rozhodnutím vypracovat tuto práci se skrývají dva mé osobní zájmy. Prvním z nich je můj zájem jakožto feministky o hlubší porozumění mužské identitě, jejímu formování a její hegemonii. Druhým z nich je potom zájem pochopit smysl a vzestup nových mediálních formátů, jako je například reality show a jiné zábavní pořady, kterých v České republice každým rokem přibývá, a které tak moc lákají zejména mladé generace, jak si toho osobně všímám ve svém bezprostředním okolí. Téma této práce mi umožnilo prozkoumat oba mé zájmy, gender i média.

Téma konstrukce maskulinity jsem zvolila po přečtení úvodní kapitoly knihy *The Gendered Society* (2004) amerického sociologa Michaela Kimmela, který mluví o mužích jako o neviditelném pohlaví, což vzbudilo můj zájem, ale zprvu i údiv. Seriál *Výměna manželek* jsem poté vybrala proto, že je to jeden z nejvíce diskutovaných, a dlouhodobě nejvíce kontroverzních pořadů, který se na české mediální scéně vyskytuje. Jelikož je gender jeden z ústředních předmětů tohoto pořadu (jak již název napovídá), je tento mediální obsah velmi vhodný na genderovou analýzu. V rámci své bakalářské práce provádím kvantitativní obsahovou analýzu vysílání reality seriálu *Výměna manželek*; analyzuji pět epizod z první řady odvysílané v roce 2005, a pět epizod z aktuálně poslední řady vysílané v roce 2024.

Práce je rozdělena do dvou oddílů, teoretického a empirického. Jako první budu diskutovat základní teoretické koncepce potřebné pro pochopení genderové a mediální problematiky. V druhé části potom uvedu a odůvodním vybraná metodologická východiska, popíšu postup provedení výzkumu, a následně budu prezentovat získaná data formou komentovaných tabulek, a porovnáám data získaná z první a z poslední řady seriálu. Zhodnotím, zda mezi první a poslední řadou seriálu dochází k jinému vyobrazení maskulinity, popřípadě dané odchylky interpretuji a reflektuji do sociálně-kulturního kontextu společnosti. Výzkumné otázky budou zodpovězeny v rámci shrnutí výsledků analýzy.

2. TEORETICKÁ ČÁST

V této kapitole diskutuji klíčové koncepty a teorie, které rámují mou analýzu. Pokusím se osvětlit, jakým způsobem uvedené pojmy spadají do konceptualizace této práce a z jakých tradic jejich definice vychází. Dále bych ráda naznačila mé postojové stanovisko a uvedla kritiku některých teorií.

2.1. Gender – úvod do problematiky

V rámci tématu konstrukce maskulinity bude ústředním pojmem protkávajícím celý text gender. Gender, jak ze samotného pojmu můžeme poznat, není českého, ani obecně vzato slovanského původu, nýbrž jedná se o pojem přejatý z anglo-americké literatury. Nabízí se možný překlad jako „rod“, který se však nepoužívá, protože slovo „rod“ může evokovat něco vrozeného a biologicky a priori daného, což je v rozporu s tím, jak je gender v současnosti teoretizován. Proto je v českém odborném i laickém diskursu používán pojem gender na rozdíl od slovenštiny, kde zůstává zakořeněn termín „rod“.

Pojem gender používám v souladu s feministickou tradicí myšlení. Podle té je gender společenskou kategorií, která je utvářena různými sociálně-kulturními procesy, které blíže projednávám níže. Feministická tradice odmítá biologický determinismus a klade důraz právě na proces socializace, která začíná ihned po narození (Renzetti a Curran, 2003). Zároveň se staví i do opozice k přístupu strukturálního funkcionalismu, který má tendenci vysvětlovat genderové rozdíly jako něco vycházejícího z přirozenosti, v konečném účtování z biologie. Zjednodušeně tedy, feministická tradice má za to, že gender je sociální konstrukt.

Konkrétními směry, které mi budou při sepsání této práce oporou, jsou feministický post-strukturalismus a diskurzivní teorie. Právě diskurzivní teorie uvádí, že gender nelze chápat jako kulturní interpretaci biologického pohlaví, ale jako diskurzivní aparát, kterým je „pohlaví“ produkováno (Zábrodská, 2009). Gender je, dle této teorie, prostředkem k etablování pohlaví jako „před-diskurzivní“ kategorie předcházející kulturnímu vlivu (Butler, 1990). Pohlaví potom Butler definuje jako „nikoliv popis toho, kým subjekt je, ale jako normu, kterou se subjekt stává viditelný, která jej kvalifikuje pro kulturně srozumitelný, a tak i žitelný život“ (Butler in Zábrodská, 2009: 13).

Gender je, jak již bylo zmíněno, společenskou kategorií, nebo jak říká Connell (2002), sociální strukturou vycházející z pole reprodukce, která je sociálně konstruována, a tedy není rozhodně kategorií neměnnou a stálou, nýbrž stále prochází proměnami tak, aby společnosti přinášela co nejvíce užitku a simplifikace¹. Dříve, než mohl existovat koncept gender, musela existovat kategorie pohlaví. Pohlaví se zdá být biologickou daností (Renzetti a Curran, 2003), ač to není všeobecně nekriticky přijímáno. Judith Butler, jako řada jiných akademiček a akademiků, tuto tezi zpochybňuje, i spolu s dichotomickým rozdělením na muž/žena a pohlaví/gender. Kiczková (2011) prezentuje myšlenky Butler o diskurzivním konstruování pohlaví a tvrdí, že pohlaví nemůže být oprostěno od kulturních a sociálních předpokladů a očekávání, a tedy že pohlaví je také sociálním konstruktem, který se týká interpretací lidských těl, a slouží k uchopení biologických rozdílů mezi muži a ženami. Pierre Bourdieu (2000) mluví o tzv. sociální konstrukci těl. Pojednává o tom, jak je anatomická diference využívána k arbitrárnímu rozdělení světa, přičemž je sama chápána jako přirozené odůvodnění takového rozdělení (tzv. kauzální kruh²). Pohlaví je dle této teorie konstruktem, který umožnil lidem vytvořit dvě komplementární, striktně oddělené kategorie. To lidem slouží k simplifikaci jinak komplexního, rozvrstveného světa a lepšímu uchopení každodenní reality. Dichotomie žen a mužů je ovšem v akademické sféře stále více kritizována, a i samy přírodní vědy pracují s faktem, že pohlaví je proměnnou, se kterou se musí pracovat spíše nebinárně, a že kategorie muži/ženy nemůže být pojímána jako černá/bílá.

Biologické rozdíly mezi muži a ženami jistě nejsou příliš proměnlivé v čase, nebo alespoň neznáme průkazné prameny o opaku, a je tedy obecně uznáváno, že muži jsou většího a silnějšího vzrůstu s hojnějším ochlupením, zatímco ženy jsou schopné těhotenství, porodu a kojení³. Co ovšem dobově proměnlivé je, je způsob, jak tato fakta lidé uchopují a staví do vztahu k genderu. Gender je zde termínem, který nese úlohu toho, co společnost vnímá jako „ženské“ (femininní), a co „mužské“ (maskulinní). Nastiňují zde komplementární dualismus sledovaných aspektů přírody (pohlaví) a kultury (gender).

Chápání kategorie pohlaví prošlo velkou proměnou a lze ukázat, že lidská těla, přestože se rodí obecně stále „stejná“, lze konceptualizovat v různých dobách zcela jinak.

¹ Zájmem genderových studií je mimo jiné ukázat, komu a jakým způsobem daná společenská konstrukce genderu přináší nejvíce užitku. Více toto téma diskutuji v podkapitole *Konstrukce maskulinity*.

² Bourdieu, 2000: 15

³ Hlubší fyziologická analýza rozdílů mezi muži a ženami není pro tuto práci relevantní.

Obdobně, jako je to s kategorií gender, i v případě pohlaví je rozhodující dobová podmíněnost - názory ohledně pohlaví korespondují s povahou a potřebami dané doby a společnosti. Tak například starověký lékař Galén užíval stejného slova pro varlata i pro vaječníky, a renesanční anatomie, jak uvádí Laqueur (1992), vnímala vagínu jako nitrotělní podobu penisu. V průběhu historie se do 17. století udrželo přesvědčení, že ženské tělo je jakousi „nižší formou“ těla mužského (Laqueur, 1992). I tímto bych chtěla naznačit, jak je sociální situace určité epochy determinující v otázkách biologie. Snažím se tak ukázat, že to, co vnímáme jako „tvrdé vědy“, vlastně vždy podléhalo převažujícímu sociálnímu naladění.

Nejde zde ovšem pouze o již naznačenou dobovou podmíněnost, ale je třeba zde zmínit také to, že neexistuje univerzální, globální a obecně uznávaný názor napříč společnostmi na to, co vlastně rozlišuje jednu genderovou kategorii od jiné. Všechny společnosti, jak udává Ann Oakley (2000), využívají pro diferenciaci kategorie pohlaví, avšak neshodnou se na vymezení genderových kategorií. Maskulinita ani femininita nejsou jednotné, ale vyznačují se svou mnohostí. Na tu upozornila také antropoložka Margaret Mead (1996) na základě její studie zkoumající sedm domorodých civilizací žijících v Pacifiku, z nichž každá má jiné zvyky, praktiky a náboženství. Ukazuje se, že v každé z těchto civilizací má muž i žena jinou roli a jiné vlastnosti a také dynamika vztahů mezi muži a ženami je odlišná. Tak například muži z kmene Tchambuli se věnují zkrášlování svého těla, malování a vyřezávání, zatímco ženy rybaří a navštěvují trhy. Muži kmene Mundugor si na druhou stranu vybudovali sociální uspořádání, v němž stojí každý muž proti muži (1996), zatímco ženy, stejně energické a asertivní, zajišťují většinu jídla (a ponechávají tak mužům většinu času na intriky a boje) a chovají nenávisť k rození a vychovávání dětí.

Zde bych chtěla v krátkosti pojednat o výše zmíněné femininitě a maskulinitě. Tato přídatná jména nejsou absolutní a implikují možnost „více femininní“ či „méně maskulinní“. Koncept genderu totiž nezahrnuje dvě opačné/protikladné kategorie, ale spíše je třeba chápat gender jako spektrum, na jehož krajích stojí vyhraněná femininita a vyhraněná maskulinita, ale jak již se dá předpokládat, případů těchto extrémů, ideálních typů, je ve skutečnosti poskrovnu a femininita a maskulinita se v mnohém mohou překrývat a koexistovat v rámci identity jedince. To, co společnost chápe jako „maskulinní“ a „femininní“ je proměnlivé v čase i prostoru, jak bylo naznačeno výše. Tak například ještě na počátku 20. století byla růžová barva považována za maskulinní, a jemná modrá barva za femininní (Rhode in Renzetti a Curran, 2003). To, co považuje společnost za „maskulinní“ a „femininní“ je výsledkem kultury a společenských očekávání.

Důležitým faktem při osvětlování spektra maskulinity a femininity v dnešní společnosti je také to, že patriarchální⁴ pohlavně-genderový systém⁵ je asymetrický. Maskulinity v tomto systému, a tudíž i v naší společnosti, jsou nadřazené femininitám, a podle toho jsou potom hodnoceny též příslušné genderové kategorie. Vše „ženské“ je méněcenné – nižší, horší a irrelevantnější. Tak ukazuje i Karsten (2006), která ve své knize *Ženy – muži* uvádí příklady stereotypních genderových kategorií. Uvádí zde dvojice vlastností, většinou opačného významu, s rozřazením na „mužské“ a „ženské“. Ženským atributem je emocionalita, mužským autoritativnost. Jako další příklady možno uvést bezmocnost – agresivita, mírnost – neohroženost, něžnost – odolnost, závislost – vyrovnanost. Není, myslím, nutné zde uvádět, které z uvedených náleží kterému pohlaví.

V následujících podkapitolách diskutuji, jakým způsobem se gender utváří na rovině individuální, ale též na úrovni kolektivní. Osvětluji způsob, jakým se člověk učí genderu ve společnosti, od ostatních lidí, a tento proces později internalizuje. Gender hraje důležitou roli nejen pro pochopení fungování společnosti jako celku, ale také pro usnadnění uchopení komplexního světa. Mým záměrem je ukázat, jaké role hraje koncept genderu ve společnosti, jak člověk přejímá genderové kategorie, aniž by si to uvědomoval, a jak společnost tyto kategorie udržuje při životě, aniž by si to kladla za cíl. Zvláštní úlohu v tomto komplikovaném procesu zvnitřňování hraje jazyk. Způsob, jakým je jazyk koncipován, je naprosto klíčový pro to, jak společnost bude pracovat s kategorií genderu. Proto i v druhé části této práce, v samotném výzkumu, kládu zvláštní důraz na jazyk; slova a spojení, jaké lidé volí, a proč. Prezentuji také ústřední poznatky ze studií maskulinit a jejich konstrukce, které využiji ve druhé, empirické části této práce.

⁴ Patriarchát – „pohlavně-genderový systém, v němž muži zaujímají nadřazené postavení vůči ženám a v němž jsou vlastnosti a činnosti vnímané jako mužské hodnoceny výše než ty, které jsou vnímány jako ženské“ (Renzetti a Curran, 2003: 22).

⁵ Pohlavně-genderový systém – „institucionalizované vzorce genderové diferenciacie“ (Renzetti a Curran, 2003: 21).

2.1.1. Sociální konstrukce reality

Koncept sociální konstrukce reality zformulovali Berger a Luckmann (1999) v knize *Sociální konstrukce reality*, která je dnes již sociologickou klasikou. Tento směr spadající do oboru sociologie vědění objasňuje, jakým způsobem vzniká to, co sociologicky nazýváme sociální realitou. Berger a Luckmann tvrdí, že každý jedinec se svým subjektivním prožíváním podílí na ustavování a udržování reality; tedy, že přijímaná realita má svůj původ v subjektivních myšlenkách a činnostech (1999), a to prostřednictvím „objektivace⁶ subjektivních procesů (a významů)“ (1999: 26).

Bergerova a Luckmannova teorie je zásadní také pro chápání genderu. Samotný gender, jak již bylo zmíněno, je sociálním konstruktem, který lidé zpravidla pokládají za realitu žitého světa. Tak například při jakékoliv každodenní sociální interakci člověk jedná podle „typizačních schémat“ (1999: 36), díky nimž může rozeznat druhého člověka jako „muže“, „Čecha“, atp. Těmito schématy se člověk řídí do té doby, dokud není zpochybněna či narušena jejich pravdivost, a následně se vyjednává a přetváří sociální struktura každodenního života. Takováto kategorizace a typizace usnadňuje jednotlivci orientaci v komplexním sociálním prostoru, a může vést až ke stereotypizaci, o které bude pojednáno níže.

K usnadnění orientace ve světě také člověku slouží znaky⁷. Berger a Luckmann uvádí jako nejvýznamnější znakový systém jazyk – „systém zvukových znaků“ (1999: 41). Jazyk, jak bylo naznačeno výše, se zásadně podílí na sociálním konstruování reality: „Mé vlastní subjektivní významy pro mě začínají být objektivně a souvisle přístupné a tím se pro mě stávají i 'reálnějšími'“ (1999: 42). Jak říkají autoři dále, jazyk také může působit donucovacím vlivem, protože je omezen a podílí se tak jak na vytváření typizačních schémat, tak na jejich šíření a udržování. Jedním z těchto klasifikačních schémat vytvořených jazykem je dle Bergera a Luckmanna právě gender.

Již byla výše zmíněna sociální struktura v pojetí konstruktivismu. Tento směr říká, že každý jedinec se účastní neustálého formování sociálního řádu svojí externalizací, a tedy, že „sociální řád existuje pouze jako produkt lidské činnosti“ (1999: 56), v čemž se tento přístup zásadně vymezuje proti biologickému determinismu.

⁶ Objektivace – „Proces, při němž externalizované produkty lidské činnosti nabývají objektivní povahu“ (Berger a Luckmann, 1999: 63).

⁷ Znak – v tomto kontextu míním znak jako prostředek objektivace odkazující na subjektivní významy (Berger a Luckmann, 1999).

Nyní bych ráda vztáhla přístup sociální konstrukce reality na problematiku médií, která je významnou částí této práce. Konstruktivistická teorie tvrdí, že významy nejsou součástí mediálních sdělení samých, ale že významy přisuzují sdělením lidé, kteří mediální sdělení přijímají. To způsobuje, že jedno sdělení může být dekodováno a interpretováno vícero způsoby. Jinými slovy, nutně jde o neshodu mezi obrazem a realitou (Reifová, 2004), a tedy že realita konstruovaná médii není a nemůže být totožná s objektivní skutečností, která je bezprostředně nepoznatelná. Přijímání a interpretování mediálních sdělení bude hlouběji projednáno v kapitole *Média*.

2.1.2. Genderová identita

Genderová identita je dnes chápána jako komplexní koncepce, která se týká toho, jakým způsobem se jednotlivec vnímá a sám sebe identifikuje v rámci spektra genderu. Zahrnuje to, zda se člověk cítí jako muž, žena, nebo se nachází mimo tradiční binární genderové spektrum⁸. V následujících odstavcích ukážu, jak se chápání genderové identity proměňovalo v rámci feministického diskurzu.

Pavel Barša problematiku genderové identity osvětluje na pozadí třech rozdílných feministických proudů následovně: prvním proudem je *humanistický feminismus*, který nalézá podstatu v univerzální identitě společné všem lidem, nehledě na pohlaví či gender, protože tato identita předchází tělesnosti (2002). Na základě této společné, univerzální podstaty humanistické feministky a feministé volali po genderové rovnosti.

Druhým proudem jmenuje Barša *feminismus difference*. Tento směr vychází ze sociobiologické teorie a zastává názor o jakési biologicky dané, nesmířitelné a nesmazatelné odlišnosti dvou pohlaví a „věří v existenci neměnné pohlavní esence“ (Badinter, 2005: 31). Feministický diferencionalismus pracuje s pojmy jako „ženská mentalita“ a „mužská mentalita“ (Barša, 2002: 17) a zdůrazňuje tělesnost (identita tělesnosti nepředchází, ale nutně z ní pramení), potažmo ztotožňuje gender a genderovou identitu s biologickým pohlavím. Barša jmenuje dvě diferencionalistky, Gilligan a Pateman, které se tím „pokoušejí zachránit neredukovatelnou ženskou zvláštnost zapíranou humanistickým feminismem“. Tento proud vyvolal vlnu kritiky, zejména kvůli zasazení žen do stereotypních femininních životních rolí.

⁸ Mezi nekonformní genderové identity může patřit například non-binary, genderfluid a další.

Posledním proudem je *poststrukturalistický feminismus*, který kritizuje oba předchozí názorové proudy. Ve feministicko-poststrukturalistické tradici není genderová identita, ani žádná jiná identita, stabilním, nezczitelným jevem, ale je to performativní proces, neustále se utvářející a utvrzující skrze jazyk a řadu kulturních kódů (Redman in Zábrodská, 2009). Genderová identita je tím, „čeho subjekt dosahuje na základě symbolických a materiálních zdrojů“ (Zábrodská, 2009: 13). Genderová identita v poststrukturální tradici dle Zábrodské není nějaké dosažené „stabilní, koherentní a autonomní jáství“ (Zábrodská, 2009: 13), ale je to něco, co se naopak neustále utváří akty, které jsou mylně chápány jako její projevy. Je to tedy opačný proces. Genderová sebe prezentace není výsledkem vnitřně dosažené genderové identity, ale může být prostředkem k jejímu neustálému sebeurčování⁹.

Ač se odborná náklonnost již odklonila od humanistického a diferencalistického feminismu, pokládám za přínosné alespoň nastínit proces nastolování poststrukturalistického paradigmatu. Je tak možné vidět, jak se proměňovalo diskurzivní nahlížení na gender obecně.

2.1.3. Genderová socializace

Určité genderové kategorii, jak již bylo nastíněno, se člověk učí socializací, a to již od útlého věku. Takový proces je nepřetržitý po celý život. Jelikož sociální konstrukce genderu jako kategorie se mění v čase v přihlédnutí ke společensko-kulturnímu kontextu, tak se může měnit také individuální konstrukce genderové identity v průběhu života. Jak říká Judith Butler (in Zábrodská 2009: 11) „gender je performativní, tedy že trvalá esence genderu je utvářena prostřednictvím opakovaných a ritualizovaných aktů a genderových stylizací těla“.

Socializace představuje proces, prostřednictvím něhož si jednotlivci předávají a následně internalizují společenské hodnoty a normy (Renzetti a Curran, 2003), nebo, jak říkají Berger a Luckmann (1999), proces stávání se člověkem je závislý na sociálním prostředí a je sociálně předurčen. Genderová socializace je potom proces, skrze který jedinec nabývá genderové identity, dostává se do kontaktu s tím, co je pro společnost genderově

⁹ Nemusí tomu však být vždy; genderová identita a genderová sebe prezentace spolu nemusí vždy korespondovat.

normativní, a to si buď osvojí, či neosvojí. Takový proces je závislý na kultuře, v níž k němu dochází – „[muž] je „mužem“ tím určitým způsobem, kterým je tato identita definována a utvářena v dané kultuře“ (Berger a Luckmann, 1999: 54). Alex hovoří následovně: „člověk se vymezuje na základě podobností s jedněmi a odlišností od druhých“ (Alex in Badinter, 2005: 39).

Genderová socializace probíhá nejčastěji na úrovni nepřímé, prostřednictvím „jemnějších signálů, skrytě přenášených způsoby, jimiž dospělí jednájí spolu navzájem i s dětmi“ (Renzetti a Curran, 2003: 93). Takovým příkladem můžou být genderované hračky, oblečení, ale i knihy nebo jiná média. Podle Renzetti a Curran mnozí rodiče vynakládají značné úsilí, aby ostatní lidé mohli pohlaví malého dítěte určit, a to nejčastěji za pomoci dětského oblečení; vyprávějí také příběh nešťastné maminky: „Oblékám ji do růžového, nosí náušnice – a lidé na ni stejně vždycky mrknou a řeknou ‚Nazdárek, chlapisko!‘ Co si mám počít?“ (2003: 109). Nejstriktnější binární rozdělení takových atributů nacházíme právě v jednání s malými dětmi, tedy v období, kdy dochází k socializace nejintenzivněji. Tak například při vkročení do kterékoliv hračkárně přijdeme na to, že svět hraček je rozdělen na růžovou, a modrou. Cviková v knize *Ružový a modrý svět* upozorňuje, že „výběr her a hraček je jen zdánlivě široký. Děti si sice vybírají hry a hračky samy, ale reagují na nabídku, kterou jim dáváme [...]“¹⁰.

Proces genderové socializace je nesouměrný, protože odchylky chlapců od normativního chování jsou vnímány negativněji než odchylky chování děvčat. Je tedy přijatelnější, když se dívka chová jako chlapec než naopak. Jak uvádí Karsten (2006: 66), „především po chlapcích se vyžaduje, aby se chovali ‚jako správní kluci‘“. Proto je konstrukce maskulinity tak spleťtým procesem, protože podléhá velké míře společenské kontroly, a sama maskulinita je zatížena valnými očekáváními a představami.

Socializace je zásadní pro začlenění jednotlivce do struktur příslušné kultury. Enkultura má podle Sandry Bem (Bem in Renzetti a Curran, 2003) a její teorie utváření genderu v americké kultuře¹¹ tři základní prvky: *genderovou polarizaci*, tím je míněna bytostná odlišnost mužů a žen a s tím související jejich vzájemné doplňování, *androcentrismus* jako nadřazenost mužů nad ženami a vnímání mužské otázky jako

¹⁰ Vlastní překlad ze slovenského originálu: „Výber hier a hračiek je len zdánlivo široký. Deti si sice vyberajú hry a hračky samy, ale reagujú na ponuku, ktorú im dáváme [...]“ (Cviková, 2005: 21).

¹¹ Jinak také „teorie optických skel“. Bem vychází z americké kultury, ale její teorii enkultura je možné aplikovat na moderní společnost obecně.

standardu ve všech ohledech, a v neposlední řadě *biologický esencialismus* jako způsob vysvětlení a legitimizace tohoto rozdělení na základě biologie. Všechny tyto aspekty jsou pozorovatelné i v současné české kultuře, a budu z této teorie vycházet i v empirické části.

Zde bych chtěla upozornit na fakt, že většina zde jmenovaných studií a literatury na problematiku genderové socializace je orientována na evropské, popřípadě americké heterosexuální rodiny střední třídy, protože na ty se zaměřuje výzkum v empirické části této práce. V jiných kulturách a rodinách s větší sociální diverzitou může takový proces vypadat jinak.

V následující podkapitole se zaměřím na dělbu práce podle pohlaví jako na konkrétní příklad sekundární genderové socializace.

2.1.4. Dělbba práce podle pohlaví

Trh práce, jak říkají Renzetti a Curran (2003), je hierarchicky uspořádaný; mocenská struktura, ve které hraje významnou roli mimo jiné gender, prostupuje na trh práce. Dále upozorňují, že „v praxi se hodnota práce a odměna za ni váže více k připsaným vlastnostem pracovní síly – k rasové a etnické příslušnosti a/nebo například k pohlaví“ (2003: 266). Kulturně je vytvářena a udržována představa „ženské“ a „mužské“ práce, která nepodporuje využití osobního nadání a charakteristických vlastností jedince, ale pouze práci jedinci stereotypně připisuje na základě pohlaví. Tato představa se liší v různých kulturách, stejně jako v různých historických obdobích, v závislosti na dobovém společenském chápání maskulinity a femininity.

Oakley se ve své knize *Pohlaví, gender a společnost* (2000) snaží ukázat, nakolik je dělbu práce možné vyvodit z biologických rozdílů mezi muži a ženami. Snaží se poměr mezi biologii a dělbou práce osvětlit uvedením několika předpokladů, na kterých dělba práce dle pohlaví stojí, a následně tyto předpoklady zpochybňuje, aby verifikovala platnost dělby práce. Jedním z těchto předpokladů je například to, že žena se v době plnění mateřských povinností musí vzdát jiných pracovních činností. Dále ovšem uvádí příklady několika společností, ve kterých žena setrvává v dosavadních činnostech až do porodu, a v poměrně krátké době se k nim potom vrací. Jedním příkladem jsou Jaghanské ženy, které se k hospodářské práci vrací již po 15 minutách až jednom dni po porodu. Autorka uvádí, že existují společnosti, ve kterých se oba rodiče, popřípadě i širší společenství, dělí o rodičovské povinnosti rovným dílem. Ba dokonce existují, či existovali kultury, ve kterých

péče o dítě spočívala na otci. To nás dovádí k východisku, že dělba práce není nutným, univerzálním výplodem biologie, ale kultury. Jak shrnuje Oakley (2000: 112), „konkrétní vzorec dělby práce mezi mužem a ženou si vytváří každá společnost podle svého pojetí reprodukční funkce muže a ženy a toto pojetí je determinováno kulturně“.

Renzetti a Curran ukazují, že genderové stereotypy¹² hrají zásadní roli v dělbě práce podle pohlaví. Ukazují tak například na exkurzu do historie USA v kontextu rozvoje tovární výroby a práce – „rozšířené stereotypy týkající se vrozené pasivity a fyzické slabosti žen a jejich větší smířlivosti s jednotvárnými pracemi ospravedlňovaly to, že ženám byly obvykle nabízeny nejnudnější, neustále se opakující práce“ (2003: 268). Další příklad udávají Renzetti a Curran z malajské společnosti Motorola, kde „z celkového počtu 4500 lidí zaměstnaných ve společnosti je 3500 žen, které se nejčastěji objevují na montážních a úřednických pozicích, zatímco zbývajících 1000 mužů je zaměstnáno na pozicích techniků, inženýrů a správních pracovníků“ (Webster in Renzetti a Curran, 2003: 311). Tento příklad dokazuje tezi, že „ženské práce jsou charakteristické mnohem menší samostatností než mužské a že vyžadují mnohem méně kvalifikace a inteligence“ (2003: 281). Uplatňováním stereotypů tedy docházelo a dochází k nerovnému zacházení až k útlaku určité sociální skupiny, v tomto případě žen¹³.

Míra rozdělení trhu práce na ženskou a mužskou část se nazývá „pracovní segregace podle pohlaví“ (2003: 272). Segregace je způsobena samotným postavením genderových kategorií muže a ženy jako vzájemně se vylučujících, což vede k dojmu, že „ženská práce“ nemůže být vykonávána mužem a naopak. Jak již bylo ovšem řečeno, pohlavně-genderový systém je asymetrický a ženy jsou v něm ve znevýhodněném postavení, což má za následek to, že „ženská práce je podhodnocena a odměňována mnohem méně, než mužská práce“ (2003: 321), což vede k tomu, že jsou „ženské práce“ často nejen méně výdělečné, ale také méně flexibilní a prestižní. Na základě stereotypizované „ženské“ a „mužské“ práce potom vzniká duální trh práce. Kimmel (2004) uvádí příklad dvou možných cest k přivýdělků pro nezletilé žáky v USA, jednou je hlídání dětí, dominováno dívkami, a druhým sekání trávníku či odhrnování sněhu, dominováno chlapci. Zatímco hlídáním dětí si bylo obvykle možné vydělat 4-5 dolarů za hodinu, či 20 dolarů za odpoledne či večer, sekáním trávníku či odhrnováním sněhu bylo možné si vydělat 20-25 dolarů za jeden dům, či 100 dolarů za den.

¹² Genderové stereotypy – „jsou zjednodušující popisy toho, jak má vypadat „maskulinní muž“ a „femininní žena“ (Renzetti a Curran, 2003: 20). Více budou genderové stereotypy prodiskutovány v kapitole *Gender a média*.

¹³ Problém útlaku a ekonomické diskriminace sahá ještě hlouběji v případě žen jiné než bílé pleti.

Nerovné možnosti výdělků lze tedy sledovat už u mladistvých, ještě před oficiálním vstupem na trh práce.

Problematika dělby práce se ovšem netýká pouze pracovního trhu, a je důležité zmínit také práce týkající se péči o domácnost a o děti neboli „druhou směnu“ (Renzetti a Curran, 2003: 321), kterou stále tradičně vykonávají ve větší míře ženy než muži. Renzetti a Curran doplňují: „Zdá se, že předpoklad, že veřejný svět práce je mužský, zatímco soukromý svět domova patří ženám, je stále ještě velice rozšířený“ (2003: 321). I ve sféře domácích prací se hojně aplikují genderové stereotypy. Tak například stále ještě se můžeme setkat se stereotypem, kdy na základě znalosti vaření a praní je zpochybňována mužova maskulinita.

Genderovaná dělba práce má negativní dopady na muže i ženy. Renzetti a Curran (2003) upozorňují, že sice mají muži větší šanci získat prestižní, výdělečné zaměstnání, ale také tím ztrácí možnost být primárním pečovatelem o své děti, protože ženiny možnosti získání dostatečného příjmu pro uživení rodiny jsou omezenější. Kimmel (2004) potom také zdůrazňuje, že za rovné podmínky na pracovním trhu musí lobbovat ženy, i muži, protože mají společné zájmy. Kimmel (2004) prezentuje výsledky studie z roku 1974, která zjistila, že 80 % amerických mužů jsou nespokojeni ve svých zaměstnáních, další studie zjistila, že 74 % mužů by upřednostnilo pomalejší karierní dráhu, aby mohli trávit více času s rodinami. Dále udává, že ženy již vykročily k balancování soukromého a pracovního života tzv. „soukromým kariérismem“¹⁴, tedy tak, že jsou ochotny navigovat a přeorganizovat jejich soukromý život s ohledem na pracovní kariéru. Jako protiklad k tomuto, a také jako nutnost k dosažení rovných pracovních příležitostí a vyvážení pracovního a soukromého života, udává Kimmel tzv. „veřejné otcovství“¹⁵, a tedy je zapotřebí, aby muži byli ochotni přizpůsobit své pracovní kariéry plnění soukromých a rodinných povinností (2004).

2.1.5. Konstrukce maskulinity

V rámci problematiky konstrukce maskulinity, jak již název napovídá, vycházím z binarity kategorií muži a ženy. Nejedná se ovšem o polaritu, nestavím ženy do opozice k mužům. Maskulinita není výlučně mužskou záležitostí, stejně jako femininita není výlučně

¹⁴ Vlastní překlad z anglického originálu: „private careerism“ (Kimmel, 2004: 208).

¹⁵ Vlastní překlad z anglického originálu: „public fatherhood“ (Kimmel, 2004: 208).

ženskou. Connell (1995) poznamenává, že kdyby to tak bylo, nebylo by termínů „maskulinita“ a „femininita“ vůbec zapotřebí. Způsob, jakým je maskulinita utvářena, má jistě dalekosáhlé důsledky na ženy a na konstrukci femininity, neboť gender je koncept vztahový a maskulinita je vymezena vůči femininitě a naopak. V této práci je pozornost ovšem namířena na muže, proto mým záměrem zde bude nastínit, jakým způsobem se ve společnosti vytváří a definuje maskulinita v mužích, popřípadě jakých prostředků se využívá pro udržení těchto představ.

Může se zdát na první pohled paradoxem, že Hutečka a Švaříčková Slabáková (2012: 14) hovoří o mužích jako o „neviditelném pohlaví“. Nezdá se to ale už tak překvapivé, pokud rozumíme již výše nastíněnému rámci historického chápání člověka. Jak uvádí například Bourdieu (2000), žena byla historicky chápána jako nižší verze muže, nedokonalá verze člověka. Androcentrismus tak vrcholí až v dichotomii nikoliv muž – žena, ale člověk – žena. Ženské pohlaví, díky feministickému hnutí 20. století, se dočkalo poměrně rozsáhlého bádání v oblastech sociologie, psychologie i spoustě dalších oborů, jakožto nový terén, nastolující nová paradigmat. Mužskému pohlaví se ovšem po dlouhou dobu na poli českých humanitních věd nedostalo takového zájmu (Švaříčková Slabáková, 2012; Craig, 1992), asi s představou, že je již probádáno. Otázka maskulinity ovšem ve světle současného světa nabírá na přitažlivosti a zvědavost akademiků, stejně jako laiků, vzrůstá.

Při diskusi maskulinity budou mým hlavním pramenem díla australské socioložky Raewyn Connell, která položila interdisciplinární základy pro studium maskulinit a vyslovila teorii o hegemonní maskulinitě. S jejím myšlením pracuji jak explicitně, tak skrze sekundární literaturu zabývající se interpretací jejích děl. Po vzoru využitě literatury také využívám pojmů maskulinita a mužství/femininita a ženství jako synonym.

Je zde také nutné podotknout, že ač může být konstrukce maskulinity poměrně ustáleným procesem, definice maskulinit jakožto kulturního konceptu nejsou rozhodně univerzální; jistě by vypadaly jinak v každé kultuře, a lišily se i v minulosti. Způsob nahlížení na mužství se nutně mění v následku proměn mužských sociálních rolí. To je ostatně jedním z cílů této práce, zjistit, zda se i v tak krátké době, jako je 20 let, konstrukce maskulinity v českém televizním prostředí změnila. Mimo jiné, maskulinita není konstantou ve všech kulturách, jak poznamenává Connell (1995). Maskulinita existuje pouze tam, kde existuje i femininita, tedy pouze v kulturách využívajících binární, polarizační rozdělení.

Býti mužem, jak říká Badinter (2005), nepřichází samo od sebe.; je to něco, co musí jedinec nepřetržitě dokazovat, musí obstát v určitých zkouškách. Badinter říká, „maskulinita se různí podle epoch, ale také podle sociální třídy, rasy a věku muže“ (2005: 35). Jednotlivé

typy maskulinit mezi sebou vyjednávají mocenské pozice, a to právě v souvislosti s výše uvedenými kategoriemi. Connell (2002: 9) to nazývá „hierarchií moci“¹⁶. Samotný koncept hierarchizování maskulinit vychází z perspektivy a zkušenosti homosexuálních mužů, kteří se setkali s agresí či útlakem ze strany heterosexuálních mužů (Connell a Messerschmidt, 2005). Tato hierarchie je rozvržena tak, že samotný vrchol se účastní na udržení patriarchátu nejvíce, a směrem dolů účast na a užitek z patriarchátu klesá. Neznamená to ovšem, že maskulinity hierarchicky nejnižší jsou stejně znevýhodněny, jako ženy. Takový vrchol Connell nazývá „hegemonní maskulinitou“¹⁷, což je vrstva, ve které se nejvíce kumuluje kontrola a moc, jak blíže popíšu v následující podkapitole.

2.1.6. Typologie maskulinit

Různé typy maskulinit, jak je uvádí Connell (1995), tvoří systém, ve kterém hraje významnou roli aspekt sociální třídy, genderu a rasy, jak již bylo řečeno, ale Connell dále upozorňuje na to, že nelze mluvit o něčem tak zjednodušeném, jako „černá maskulinita, či dělnická maskulinita“¹⁸. Při uchopování konceptu maskulinity je důležité o něm uvažovat jako o intersekcionalním. Rozhodující faktory jako je rasa, třída nebo gender a sexuální orientace spolu interagují a vytvářejí jedinečnou kombinaci každé maskulinity. Významnou kategorií v klasifikaci maskulinit je také právě sexuální orientace, jak naznačím níže.

Prvním typem maskulinity podle Connell je *hegemonní maskulinita*. Její nositelé, tj. muži, kteří se nejvíce blíží ideálu hegemonní maskulinity, jsou nejvíce účastní na udržování patriarchálního zřízení, a také z něj nejvíce profitují. Není ale neměnnou kategorií, ale je spíše strategií, která se neustále ustanovuje a utvrzuje, a jejíž aktéři ji vyjednávají ve vztahu s ostatními maskulinitami a v souvislosti se společensko-kulturním kontextem tak, aby si udrželi své vedoucí postavení a legitimitu, čímž se mění i vzájemná dynamika maskulinit (Connell a Messerschmidt, 2005). Jak zní v Connell a Messerschmidt: „hegemonní

¹⁶ Vlastní překlad z anglického originálu: „hierarchies of power“.

¹⁷ Hegemonie – „Schopnost vládnoucí třídy podřídit si ovládané třídy, aniž by k tomu bylo nutné použít prostředků násilí“ (Jandourek, 2001: 94).

¹⁸ Vlastní překlad z anglického originálu: „a black masculinity or a working-class masculinity“ (Connell, 1995: 76).

maskulinita byla chápána jako vzor praxe, který umožňoval pokračování dominance mužů nad ženami“ (2005: 832)¹⁹. Dále:

„Hegemonní maskulinita byla odlišena od ostatních maskulinit, zejména podřízených maskulinit. Hegemonní maskulinita nebyla považována za běžnou ve smyslu statistiky; mohla to takto ustanovit jen menšina mužů. Ale rozhodně byla normativní. Ztělesňovala v současnosti nejuznávanější formu bytí mužem, vyžadovala, aby se všichni ostatní muži vymezili v závislosti na ní a ideologicky legitimizovala globální podřízenost žen k mužům“ (Connell a Messerschmidt, 2005: 832)²⁰.

Hegemonní maskulinitu lze tedy chápat jako ideální mužský typ dané kultury, který si svou autoritu a moc nemusí nutně utvrzovat silou.

Jako druhý typ Connell uvádí *podřízenou maskulinitu*²¹. Podřízená maskulinita se nepodílí na udržování patriarchátu, ani z něj příliš neprofituje, a je ze strany hegemonie považována za maskulinitu nelegitimní. Jedinci podřízené maskulinity bývají často diskriminováni a jsou neustále podřizováni hegemonní maskulinitě podobně, jako ženy. Obecně může podřízenost vycházet z přílišné podobnosti s feminitou. Často je podřízená maskulinita spojována s gay maskulinitou, nelze ale říci, že podřízená maskulinita se týká pouze homosexuálů. Podřízeného postavení gay maskulinit dosahuje hegemonie i legitimizací heteronormativity. Podřízené maskulinity se setkávají s politickým a kulturním vyloučením, stejně jako s násilím a ekonomickou diskriminací (Connell, 1995). Muže odpovídající podřízené maskulinitě tedy prakticky na všech životních úrovních potkává útlak ze strany hegemonní vrstvy, která si tímto udržuje své výsadní postavení.

Třetím typem je tzv. *komplicitní maskulinita*²². Connell připomíná její předpoklad, že skupina mužů, kteří splňují požadavky hegemonní maskulinity, je poměrně malá. Existuje ale skupina, která z mužské hegemonie těží, aniž by jí byla přímo součástí. Tato skupina neztělesňuje ideály maskulinní hegemonie (například stavbou těla, profesí či povahou), ale

¹⁹ Vlastní překlad z anglického originálu: „hegemonic masculinity was understood as the pattern of practice that allowed men's dominance over women to continue“.

²⁰ Vlastní překlad z anglického originálu: „Hegemonic masculinity was distinguished from other masculinities, especially subordinated masculinities. Hegemonic masculinity was not assumed to be normal in the statistical sense; only a minority of men might enact it. But it was certainly normative. It embodied the currently most honored way of being a man, it required all other men to position themselves in relation to it, and it ideologically legitimated the global subordination of women to men.“

²¹ Vlastní překlad z anglického originálu: „subordinated“ (Connell, Messerschmidt, 2005: 834).

²² Z anglického originálu: „complicity“ (Connell, 1995: 79).

také se jí nestaví v odpor, což jí přináší užitek z patriarchálního uspořádání a útisku žen a podřízených maskulinit. Connell také upozorňuje, že muži odpovídající komplicitní maskulinitě budou více ochotni ke kompromisům se ženami než ti patřící k hegemonní vrstvě. Muži s komplicitní maskulinitou budou lépe splňovat požadavky rodiny, otcovství a komunitního života.

Posledním jmenovaným typem je *marginalizovaná maskulinita*. U této skupiny hraje nejvýznamnější roli aspekt rasy a třídy. Mohou to být například takoví muži, které odlišuje od mužů odpovídajících hegemonnímu ideálu pouze barva pleti.

Nyní bych ráda učinila exkurz a stručně představila soubor čtyř studií Connell (1995) zkoumajících čtyři odlišné skupiny australských mužů. Tyto studie budou velmi přínosné pro analýzu a interpretaci dat v empirické části. Na těchto skupinách můžeme sledovat zásadní změnu v povaze a dynamice maskulinit, Connell mluví o tzv. krizových tendencích²³ v mocenských vztazích, které přímo ohrožují hegemonní maskulinitu. Příkladem může být práce mužů ve feministických prostředích, kde genderová hierarchie již není legitimizovaná (1995). Connell také zdůrazňuje, že maskulinita je formována ve vztahu k celému pracovnímu trhu, spíše než ke konkrétnímu pracovišti.

Sledovaní muži první skupiny mají podobnou životní trajektorii, a sdílí „vzor motivů vycházejících ze zakušení bezmocnosti v dětství“²⁴. To podle konceptu Alfreda Adlera ústí ve formování tzv. *protestní maskulinity*²⁵, typ marginalizované maskulinity, který se projevuje některými rysy hegemonní maskulinity. Tuto skupinu tvoří muži na okraji pracovního trhu, zastávající manuální pozice a vycházející ze sociálně slabších rodinných podmínek (často muži vychováni matkami samoživitelkami). Tito muži prokazují vzorce odporu ke školství, nadužívání alkoholu či/a jiných drog a potyček se zákonem, dále neprojevují nesouhlas s výdělečnou činností žen, které také nevnímají jako citově založené o nic více než muže. Jedná se o muže nekvalifikované, střídající různé manuální pozice a spoléhající spíše na své osobní kontakty než na pomocnou ruku státu. Connell u těchto mužů také uvádí zvýšenou míru kriminality a násilností, např. šikana ve škole, překročování rychlosti v autech nebo fyzické napadání žen a gayů (vše jako znak hypermaskulinity²⁶).

²³ Vlastní překlad z anglického originálu: „crisis tendencies“ (Connell, 1995: 90).

²⁴ Vlastní překlad z anglického originálu: „a pattern of motives arising from the childhood experience of powerlessness“ (Connell, 1995: 111).

²⁵ Vlastní překlad z anglického originálu: „protest masculinity“ (Connell, 1995: 109).

²⁶ Hypermaskulinita – přehnaný způsob projevování maskulinity (Vokey, 2013).

Všichni muži této skupiny jsou striktně heterosexuální, a vykazují projevy promiskuity. Connell upozorňuje také na překvapivý fakt, a to, že u těchto mužů je poměrně málo pozorovatelné striktní vnímání genderových diferencí – například několik z mužů uvedlo, že by nemělo problém zůstat v domácnosti s dětmi, pokud by si jejich manželka našla lépe placenou práci.

Druhou sledovanou skupinou jsou muži tzv. *distancované* či *reformní maskulinity*²⁷. Sledovaní muži pochází z městského prostředí a většina z nich byla v dětství vychovávána primárně nepracující matkou v domácnosti. Rodinná historie všech mužů sdílí soutěživost, potlačování emocí, homofobii a kladení důrazu na kariéru, což bylo subjekty výzkumu mnohdy pocíťováno negativně. Jsou to muži, kteří se během života obeznámili s feministickou kritikou, a tu se snaží reflektovat na osobní úrovni, čímž rezignují na hegemonní maskulinitu; dále se snaží rozvinout schopnost emoční expresivity a péče o lidi i životní prostředí. Koncept distancované maskulinity, jak je prezentován Connell, je spjat s ekologickým aktivismem a ekofeminismem. Ekologický aktivismus zde hraje roli vyzyvatele hegemonní maskulinity, kvůli principům rovnosti, solidarity a osobního růstu. Všichni muži uvádí moment, který je vedl ke zřeknutí se tradičního, sexistického pohledu na svět. Společným jsou jim také významné ženské, vzorové role v životě.

Ve třetí skupina sleduje Connell osm mužů, kteří jsou součástí gay komunity, můžeme tedy pro tuto skupinu použít označení *gay maskulinita*. Většina z nich pracuje v manuálních profesích a všichni vyrostli v rodinách s konvenční genderovou dělbou práce, většina z nich si v dospívání osvojila tradičně maskulinní koníčky, vlastnosti a schopnosti. Všichni muži měli v životě momenty, kdy měli účast na hegemonní maskulinitě, ale kvůli jejich gay identitě nemohli ztělesnit ideál hegemonie, rezignovali na něj a stali se součástí podřízené maskulinity.

Muže poslední skupiny lze nazvat muži „*racionální maskulinity*“. Na rozdíl od předchozích tuto skupinu můžeme pokládat za součást hegemonní nebo komplicitní maskulinity, kdy jejich nadvláda je legitimizována expertním věděním a principem racionality. Jedná se o devět mužů zastávající relativně specializované profese (architekt, psycholog, pilot), a obdobně jako u předchozí skupiny, vycházející z konvenčního, patriarchálně uspořádaného rodinného zázemí. Všichni muži jsou orientováni na kariéru, někteří z nich již jsou v pozicích nadřízených. Společným rysem je jim také to, že projevují snahu naučit se otevřeně komunikovat se ženami, zejména v oblasti sexu. Většina z nich

²⁷ Toto konkrétní označení Connell neuzívá, ale používá pojmy „*distancing*“ a „*reform*“.

ovšem kritizuje feminismus argumentem, že „zašel příliš daleko“, nebo že „ženy kvůli feminismu již nejsou ženy“.

Connell závěrem připomíná, že každý ze zúčastněných mužů je jedinečným individuem s jedinečným životním příběhem, ovšem u jednotlivých skupin můžeme nalézt podobné či stejné vzorce a životní momenty, které byly pro proces formování jejich maskulinní identity rozhodující a směrodatné, což umožnilo představit tuto typologii.

2.2. Média

V moderní společnosti média²⁸ ovlivňují prakticky všechny aspekty života člověka a mají rozmanité podoby a formy. Jsou jedním z nejvýznamnějších zdrojů významů²⁹ a symbolů a zpravidla reprodukují společenské normativity a konformitu. Komunikační média³⁰ člověku poskytují informace o okolním světě, různá symbolická sdělení. Z pohledu sociologie je především významné šíření a sdílení postojů, názorů a hodnot skrze média (Jirák a Köpplová, 2007). Takové formě komunikace se říká „komunikace mediální“. Problematika mediální komunikace je stále významnějším a probíranějším tématem, nové formy mediální komunikace stále vznikají a šíří se rychlostí, jakou se informace nikdy dříve nešířily. Je tedy nadmíru důležité, aby se těmto formám komunikace věnovala patřičná pozornost v rámci akademické, výzkumné sféry.

Jirák a Köpplová (2007) uvádějí, že komunikace bez média, zprostředkovatele, není možná, a v tom případě je primárním komunikačním médiem samotný jazyk. Jak říká Thompson (2004: 16), „používání jazyka je společenská aktivita, skrze niž jedinci ustavují a obnovují svoje vzájemné vztahy“. Mezi sekundární komunikační média potom patří například tisk, rozhlas, nebo v neposlední řadě televize, která bude předmětem tohoto výzkumu. V rámci výzkumu ale bude významnou proměnnou také, jak již bylo zmíněno, užívaný jazyk participantů, a tím pádem budou zkoumány jak primární, tak i sekundární komunikační média (Jirák a Köpplová, 2007).

Po dlouhou dobu se na poli mediálních studií objevoval termín „masová média“³¹. Jirák a Köpplová (2007) dávají masová média do opozice k interpersonálním médiím, která jsou zprostředkovatelem interpersonální komunikace³²; uvádí: „Jejich podstatným rysem [masových médií] je skutečnost, že nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, nýbrž svou podstatou staví jednoho účastníka do role vysílatele (podavatele) a druhého do role příjemce“ (2007: 21). To dále rozšiřují Jirák a Köpplová (2007: 103) na

²⁸ Média – od slova „medium“ – „Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje“ (Jirák a Köpplová, 2007: 16).

²⁹ Významem v tomto kontextu míním „kulturně a společensky zakotvený výklad světa“ (Jirák a Köpplová, 2007: 140).

³⁰ Komunikační média – „[...] to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení [...]“ (Jirák a Köpplová, 2007: 16).

³¹ Masová média – taková média, jejichž příjemce má povahu početné skupiny lidí – „masy“ (Jirák a Köpplová, 2007: 21).

³² Interpersonální komunikace – „komunikace mezi dvěma až třemi lidmi“ (Jirák a Köpplová, 2007: 16). Médiem takové komunikace může být např. dopis nebo e-mailový vzkaz.

„koncepti pasivního publika“. Ta říká, že samotné publikum³³ nemá organizační strukturu a je integrováno do společnosti právě médii. Publikum je pasivní, a tedy nepodílí se na vytváření obsahových sdělení, pouze je přijímá. Tento lineární model ale byl převážně již nahrazen modelem cirkulárního procesu komunikace³⁴, kdy jsou si obě strany, komunikátor i adresát, vzájemně zavázáni a jsou na sobě závislí. Obě strany aktérů s informacemi zacházejí stejným způsobem, a to kódováním, dekodováním a interpretací (Reifová, 2004).

Thompson (2004) ovšem předkládá věcnou kritiku samotného pojmu masových médií, tak jako představy pasivního publika a trefně poznamenává, že samotné označení „masová“ je problematické, protože navozuje pocit, že každé takové mediální sdělení bude sdíleno s velkým počtem lidí. Pravdou ovšem je, že většina těchto sdělení bude přijata poměrně malým publikem. Pojem „masová“ tedy konceptualizují v tomto kontextu tak, že sdělení takových médií jsou k dispozici velkému počtu lidí, ale předpokladem zůstává, že povaha mediálního sdělení bude odpovídat povaze publika, které ho přijme. Thompson dále podotýká, že pojem „masová komunikace“ je také problematický, protože předpokládá pasivní publikum, a naopak říká: „recepce mediálních sdělení je mnohem aktivnější a kreativnější proces, než předpokládá mýtus o pasivních příjemcích“ (2004: 37). Namísto termínu masové komunikace proto navrhuje Thompson pojmy „šíření“ nebo „přenos“ mediálních sdělení, k čemuž se také přikláním.

Média jsou v dnešním stále více globalizovaném světě významným zdrojem moci (McQuail, 2007) a mohou být klíčovým prostředkem k upevnění stávající konstrukce sociální reality, ale také mohou být prostředkem její dekonstrukce. McQuail říká: „[médiá] jsou významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní, proto jsou média také místem, kde jsou konstruovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společností a skupin“ (2007: 21).

Média jsou také jedním z nejzásadnějších způsobů, jak prosadit inovace ve společnosti, a tím pádem i také, jak je potlačit (McQuail, 2007). Na konci 60. let minulého století se George Gerbner se skupinou vědců snažili zjistit, jak televize „kultivuje“ pohledy diváků na svět (Jiráček a Köpplová, 2007), z čehož vznikla tzv. kultivační teorie. Podle této televize „pěstuje převládající tendence v přesvědčeních, ideologiích a názorech na

³³ Publikum – „Skupina složená z víceméně vzájemně si neznámých jedinců, na které se obracejí masová média“ (Reifová, 2004: 200).

³⁴ Tento model se nazývá „model komunikace Osgoodův a Schrammův“ podle jeho zakladatelů (Reifová, 2004: 153), a byl dále rozpracován dalšími autory.

svět naší kultury“ (Gerbner in Jirák a Köpplová, 2007: 103), a tak vzniká tzv. mainstream - „hlavní proud postojů, názorů, představ a obav“ (2007: 103). Tento model mediálního předávání konformních představ a přesvědčení se však zdá příliš zjednodušující a je třeba se k němu stavět kriticky, jak již bylo nastíněno při rozdělení komunikačních modelů na lineární a cirkulární. Teorie kódování a dekódování³⁵ tak například zdůrazňuje aktivní podstatu vztahu publika k médiím, a tedy že komunikátorem zamýšlený význam sdělení nemusí korespondovat s významem, který si ze sdělení vezme adresát, což je, jak prezentuje Reifová myšlenky Stuarta Halla (2004), způsobeno odlišným interpretačním rámcem obou aktérů. Různé interpretační rámce se mohou zásadně lišit zejména v souvislosti s genderovou a třídní příslušností (Jirák a Köpplová, 2007) a zamýšlený význam sdělení bude povětšinou v rámci mainstreamu shodný s hodnotami, postoji a představami hegemonní, vládnoucí skupiny.

Jak již bylo nastíněno, média jsou nositeli významů, které vždy buď popírají, nebo potvrzují určité společenské představy (Jirák a Köpplová, 2007). V souvislosti s tím dále Jirák a Köpplová uvádí dva modely, které nabízejí odpovědi na to, jakým způsobem se média mohou podílet na udržení daného společenského uspořádání, a jak se účastní sociálního konstruování reality:

1. *Hegemonní model* – je takový model, v němž mediální sdělení utvrzují hegemonní moc a nerovné uspořádání společnosti ve prospěch držitelů moci. Mediální sdělení reprodukují představy o přirozenosti a nezměnitelnosti společenských nerovností.
2. *Pluralitní model* – je modelem pestré nabídky různých významů a interpretací, nehledě na nositelích moci.

Mojí hypotézou je, že zkoumaný pořad *Výměna manželek* spadá do hegemonního modelu, který vytváří a dále reprodukuje nejen genderové stereotypy, ale také sociální nerovnosti.

³⁵ Autorem teorie je Stuart Hall (Reifová, 2004).

2.2.1. Televize

Televize je jistě jedním z nejvlivnějších médií naší doby. Thompson mluví o rozvoji telekomunikačních technologií jako o jednom z nejvýznamnějších aspektů ovlivňujících uspořádání času a prostoru společenského života: „příchod telekomunikace tedy vyústil v *rozlučku prostoru a času* v tom smyslu, že prostorová vzdálenost přestala nutně znamenat časovou prodlevu“ (2004: 31) čímž došlo také ke „globalizaci komunikace“, což je jednou z nejvýznačnějších institucionálních změn modernity (2004: 68).

Nástupem televize, nebo také například rozhlasu, se změnila také kvalitativní povaha mezilidské komunikace. Thompson (2004) udává tři typy interakce; interakce *tváří v tvář*, *zprostředkovaná interakce* (např. telefonický hovor, či psaný dopis), a v nepodlesní řadě *zprostředkovaná kvaziinterakce*, do které spadá právě i přijímání symbolických mediálních obsahů z televize. Thompson zprostředkovanou kvaziinterakci definuje následovně: „v případě zprostředkované kvaziinterakce jsou symbolická sdělení produkována pro neurčitou řadu potenciálních příjemců“, a dále „je svou povahou monologická, a to v tom smyslu, že v ní převládá jednosměrný tok komunikace“ (2004: 72).

Význam televize jakožto mediální instituce figurující v našem každodenním životě je nepopíratelný, jak ukazují také data prezentovaná Renzetti a Curran získaná ve studii z roku 1993 („At Leisure“ in Renzetti a Curran, 2003), podle které stráví průměrný Američan před televizí 33 % svého volného času. Studie z roku 1998 potom ukázala, že 68 % amerických dospívajících mělo ve svém pokoji vlastní televizi (Goodstein a Connelly in Renzetti a Curran, 2003). Není potom divu, proč Renzetti a Curran jmenují televizi „nejvýznamnějším mediálním socializačním činitelem“ (2003: 192). Televize socializuje všechny své diváky, jak pokračují Renzetti a Curran: „ke všem lidem, bez ohledu na pohlaví, rasu, věk, společenskou třídu, sexuální orientaci a často i zeměpisnou polohu, se dostává stejné vizuální a verbální poselství“ (2003: 193). To ovšem neznamená, že mediální sdělení bude interpretováno všemi diváky stejně, jak již bylo nastíněno výše. Způsob, jakým nás média socializují, bude blíže projednáno v kapitole *Gender a média*.

Televize zastává významnou roli v rodinném a volnočasovém životě mnoha lidí, jak píše Reifová: „[televizi] bývá připisována schopnost organizovat denní rozvrh diváků (a v širším měřítku i komunit) a intimní prostor rodiny (např. nábytek se uspořádává podle

televizního přijímače“ (2004: 260). Prakticky každý má dnes svůj oblíbený seriál, pro který si vyhraduje pravidelně čas, ať sám, s partnerkou/partnerem, či s celou rodinou. Televize je nedílnou součástí našich každodenních životů, a proto pokládám za nadmíru důležité, aby se jejím obsahům věnovala náležitá pozornost akademiček a akademiků, vědkyň a vědců.

2.2.1.1. Vybraná kritika účinků médií

Média, stejně jako většina společenských institucí, čelí kritice. Na tomto místě se v krátkosti vztáhnou ke kritice televize a jejích účinků na společnost. Jedním ze zásadních bodů kritiky vlivu médií na společnost je prosazování „západního“ pohledu na svět, a to převážně toho amerického, a prezentování konzumního způsobu života a myšlení jako žádoucího standardu žití (Pavlíček, 2010). Thompson to nazývá „teorií kulturního imperialismu“ (2004: 135) a za původce tohoto jevu označuje globalizaci komunikace, o které jsem se již zmínila výše. V procesu globalizace komunikace hraje zásadní roli právě televize. V kontextu kulturního imperialismu hovoří o globalizaci komunikace následovně: „[je] vnímána jako proces, který vede k nové podobě závislosti, v níž jsou tradiční místní kultury rozbíjeny nežádoucím pronikáním západních hodnot“ (2004: 135). Ostatně, zkoumaný pořad byl jako první odvysílán ve Velké Británii³⁶, o rok později v USA, a rok nato v České republice; šíření tedy probíhá velmi rychle, a porovnání různých národních verzí *Výměny manželek* by byl jistě přínosným předmětem bádání.

Thompson v rámci teorie kulturního imperialismu zdůrazňuje charakter procesu přijímání mediovaných sdělení a zpochybňuje prosté přijímání cizích kulturních hodnot a norem, které naznačoval Herbert Schiller v jeho hypotéze, a naopak říká, že: „výjevy zachycující jiný způsob života představují pro jednotlivce zdroj, z něhož mohou čerpat možnost nahlížet kriticky na svůj vlastní život a životní podmínky“ (2004: 144), a tento jev nazývá „symbolickým vzdalováním“³⁷. Tak podle mého předpokladu působí i *Výměna manželek*, která divákovi umožňuje nahlédnout jiné životní podmínky a styly, a tím se vzdálit od svých vlastních.

³⁶ Ve Velké Británii, i v USA je pořad znám pod názvem *Wife Swap*, do češtiny byl název pořadu přeložen doslovně.

³⁷ Původní anglický termín „symbolic distancing“ (Thompson, 2004: 143).

Dalším bodem kritiky je potom (re)produkce nerovností a diskriminace. Jelikož nová média se rychle stala běžnou součástí naší kultury a životů běžných lidí, lidé, kteří například k internetu nemají přístup, jsou vylučováni z významné části kultury, ve které žijí. Pavlíček dále poznamenává, že to nemusí být způsobeno pouze absencí přístupu k internetu, například z důvodu nedostatečných zdrojů k pořízení potřebné technologie, ale může jít také o nedostatečné schopnosti a vědomosti k jejich obsluze.

Médium, jakým je televize může také reprodukovat nerovnosti přímo svým obsahem, například prezentováním, a tedy normalizací genderových stereotypů. Tímto problémem se zabývám v empirické části práce, a pokusím se zjistit, zda se také pořad *Výměna manželek* podílí na reprodukci nerovností a genderových stereotypů v české mediální kultuře.

2.2.2. Reality TV

Reality TV je druhem televizní zábavy. Je to takový formát zábavního obsahu, který má umožnit publiku uniknout z žité každodennosti. V případě vybraného seriálu *Výměna manželek* jde o únik z každodenních situací cestou sledováním toho, co se zdá být každodenními situacemi jiného člověka, jiné rodiny, které jsou ovšem silně medializované a nemusí odpovídat realitě, jak již bylo nastíněno. Reifová (2004: 53) to nazývá eskapismem³⁸, tedy „fantazijní únik před reálnými životními problémy do imaginárních světů, které mají často podobu mediálních simulací“. Více do hloubky se tímto zabývá například teorie užití a gratifikace³⁹ (2004), která předpokládá, že různí lidé mají od médií různá očekávání na základě toho, jakou gratifikaci vyhledávají. Tento koncept se zabývá motivy publika a způsobem výběru daného mediálního sdělení ve vztahu s kýženou osobní gratifikací. Pokud bych tento koncept chtěla vztáhnout na seriál *Výměna manželek*, nebo obecně na reality TV, mohlo by jít například o únik od tlaku každodenních starostí náhledem do starostí cizích lidí, což může v publiku vzbuzovat pocit komunální solidarity, který může poskytnout uspokojení divákovi potřeby.

Přístup užití a gratifikace uvádí tři způsoby, jak média divákovi poskytují uspokojení: „a) uvolnění nahromaděné emocionální energie; b) krátkodobý únik před

³⁸ Z anglického „escapism“, „escape“ – únik.

³⁹ Někde též překládáno „užívání a uspokojení“, např. McQuail, 2007.

každodenními problémy; c) krátkodobé utlumení pocitů nudy vyvolané rutinizací každodenních aktivit“ (Reifová, 2004: 318). Domnívám se, že televizní show *Výměna manželek* může uspokojit všechny ze zmíněných potřeb.

V procesu vytváření významů mediálních sdělení je důležitým aspektem to, zda se s daným sdělením dokáže divák ztotožnit a uznat ho za skutečné (Jirák a Köpplová, 2007). V případě televizního žánru „reality TV“, který se snaží zachytit a publiku ukázat „skutečný život“, není důležitým faktorem například fakticita, jak je tomu u jiných druhů mediálních sdělení, ale autenticita (Jirák a Köpplová, 2007). Divák uzná, že to, co v médiích vidí, je autentické na základě toho, jak moc je to pro něho věrohodné, a tedy nakolik se mediální sdělení shoduje s tím, čemu on sám věří. To také může být důvodem, proč média reprodukují stereotypní představy; protože jsou takto otevřena uznání nejširšího publika. Problém stereotypů v médiích bude ale blíže projednán v následující kapitole.

Pro reality TV, a zábavní pořady obecně, platí některé charakteristické faktory, jako například: „poutání pozornosti, zanechávání příjemných pocitů a rozptylující charakter“ (McQuail, 2007: 352). Reality TV je žánr typický svou dramatičností, a té je často dosaženo i cestou zkreslování a zveličování dokumentovaných situací. Důraz se v reality TV klade na univerzálnost situací, aby se téměř každý divák mohl s obsahem identifikovat (Reifová, 2004). Dále je typické, že se pro tento žánr vybírají účastníci účelově s vidinou, že budou zastupovat určité role, a tedy že „ztělesňují určité stereotypy“ (Reifová, 2004: 206), což umožňuje to, že divák v seriálu vzhledne podobnosti s jeho žitou každodenností, a také to usnadňuje možnost předvídání děje.

2.3. Gender a média

Po uvedení pojmů genderu a médií do konceptualizace této práce bych v následující kapitole ráda tyto dva termíny provázala, protože nelze výzkum provádět pouze z hlediska genderu nebo médií, ale je zapotřebí chápat gender v médiích jako samostatný jev.

Komunikační studia již sama rychle reagovala na rychlé rozšiřování genderového diskurzu, a učinila z něj také svůj předmět zkoumání, a proto můžeme mluvit o „projektu kulturně feministického studia médií“ (van Zoonen in McQuail, 2007: 126). Naznačuje tomu i to, že ve většině knih zkoumajících studia médií, které mi byly k ruce při psaní předešlé kapitoly, má gender samostatnou kapitolu. Také v této kapitole pojednám o genderových stereotypch, které by mohli být rovněž součástí kapitoly *Gender*, v této fázi práce ale nacházím relevantnější vztáhnout genderové stereotypy k problematice médií.

Jak již bylo řečeno, média se velkou mírou zasluhují o konstrukci sociální reality. To tedy znamená, že se zasluhují o vymezování hranic toho, co společnost vnímá jako „femininní“ a „maskulinní“. To můžeme sledovat i ve *Výměně manželek*, která ženu staví výhradně do role manželky, matky a pečovatelky, které náleží místo v domácnosti. Jak již ovšem bylo nastíněno, média nikdy pouze nezrcadlí realitu, spíše vytvářejí její obraz. Nehledě na to se ale tímto *Výměna manželek* podílí na konstrukci genderu, a reprodukuje genderové stereotypy, kterými se více zabývám níže.

McQuail hovoří o tzv. zrodovělé televizi⁴⁰ (2007: 126), což je koncept, který předpokládá genderově rozrůzněnou mediální kulturu, tedy že určité mediální obsahy jsou předem designované pro mužské, či ženské publikum. Uvádí tak na příkladu tzv. mýdlových oper⁴¹, které dle McQuaila předávají publiku významy ženské kultury a „ženské estetiky“. Takové stanovení by bylo u zkoumaného seriálu *Výměna manželek* problematičtější, protože u takového pořadu existuje řada motivů, proč jej lidé sledují⁴². V platnosti ale zůstává to, že různé mediální obsahy vzbuzují různé interpretování významů na základě genderu, ale také sociální vrstvy, rasy, věku či národnosti.

⁴⁰ Zde bych se ráda vymezila proti využití pojmu gender v podobě „rodu“, a zdůrazňuji, že v anglickém originálu se termín nazývá „gendered television“.

⁴¹ Také známo pod anglickým názvem „soap opera“.

⁴² Této problematice jsem se více věnovala v kapitole *Reality TV* v rámci teorie užití a gratifikace.

2.3.1. Genderové stereotypy

Stereotypní uvažování je poměrně běžné v každodenní sociální interakci. Stereotypy⁴³ jsou způsob simplifikace a kategorizace a podílejí se na sociálním konstruování reality, zároveň také většinou nevychází z osobní zkušenosti, nýbrž jsou přejímány odjinud (Komárková, 2006), často například právě z mediálních sdělení. Pilcher a Whelehan (2004) o stereotypech uvažují jako o „typických obrazech“⁴⁴ na kolektivní úrovni, které lidé přisuzují určité sociální skupině. Stereotypy mohou být pozitivní i negativní, oprávněné i neoprávněné (Pilcher a Whelehan, 2004), ale vždy ovlivňují to, jakým způsobem je jedinec či sociální skupina vnímána a hodnocena.

Nejčastěji se setkáme se stereotypy vztahujícími se k určité charakteristice, která je na první pohled zjevná, tedy například k rase, či k pohlaví, ale časté jsou také stereotypní představy ohledně národnosti, náboženského vyznání či právě genderu (Smetáčková, 2016). Renzetti a Curran (2003: 20) říkají, že: „genderové stereotypy jsou tedy zjednodušující popisy toho, jak má vypadat ‚maskulinní muž‘ či ‚femininní žena‘“. Dále říkají, že genderové stereotypy jsou bipolární a generalizované, tedy že pracují pouze s absolutními kategoriemi „muž“ a „žena“, a vztahují se k celé té či oné kategorii.

Stereotypní uvažování lze chápat jako simplifikaci v tom smyslu, že dává možnost předpokládat od určitého jednotlivce či skupiny jisté vlastnosti, mravní hodnoty, záliby či schopnosti na základě škatulky, do které je přiřadíme. To jedinci umožňuje nepřístupovat k jinému člověku jako k individu, ale raději jako k rozšíření námi zkonstruované kategorie (Pilcher a Whelehan, 2004), což mu zprostředkovává možnost „organizovat vnímanou realitu a uvozovat ji do souvislosti s dřívějšími zkušenostmi a znalostmi“ (Smetáčková, 2016: 47), a tedy usnadňuje jedincovu orientaci ve světě.

K genderové stereotypizaci⁴⁵ dochází ve většině primárních socializačních terénů, jako je rodina, škola i média, a z těchto stereotypů se stává sdílené vědění usnadňující interpersonální komunikaci, ovšem často vede ke znevýhodňování, až k marginalizaci určité sociální skupiny. Smetáčková (2016: 47) o genderových stereotypech hovoří jako o „symbolickém nástroji udržování genderového řádu“. Součástí stávajícího pohlavně-genderového řádu je i heteronormativita, proto stereotypní představy o mužích a ženách

⁴³ Stereotyp – „označení pro zjednodušující souhrnný popis určité společenské skupiny“ (Renzetti a Curran, 2003: 20).

⁴⁴ Vlastní překlad z anglického originálu: „typical picture“ (Pilcher a Whelehan, 2004: 166).

⁴⁵ Stereotypizace – proces vytváření a reprodukování stereotypů.

budou nadále normalizovat heterosexuální orientaci, a to i cestou šíření stereotypního uvažování o gayích (jako například stereotypní připodobňování gayů k ženám). Jak říká McQuail (2007), patriarchální ideologie je všeprostupující, a tak si nachází svou cestu i do masově mediováných kulturních forem.

2.3.1.1. Stereotypní zobrazování maskulinity

Často se jak v médiích, tak i v interpersonální komunikaci setkáme se stereotypním zobrazováním maskulinity. Stereotyp je stereotypem, pokud je obecně uznáván za alespoň částečně faktický, to ovšem neznamená, že s ním každý souhlasí; mnoho lidí totiž může rozpoznat, že se jedná o stereotyp zevšeobecňující podobu maskulinity. Také vlastní zkušenost neodpovídající danému stereotypu může vést ke zpochybnění stereotypu. Je ovšem velmi těžké narušit již institucionalizované stereotypy.

Také je nutné poznamenat, že stereotypy týkající se mužů nebo žen nebudou rozhodně univerzální napříč kulturami. Stereotypní zobrazování maskulinity či femininity je závislé jak na organizaci a sociální stratifikaci dané společnosti, tak na dobovém kontextu. Je tedy také nutné, aby se genderové stereotypy měnily v závislosti na tom, jak se mění společenské nahlížení na gender. Jiráček a Köppllová (2007: 145) říkají, že stereotypy „reprezentují mocenské vztahy, napětí a konflikty“, tudíž stereotypy odpovídají převažujícím společenským trendům a jsou rozšířením hegemonie, což je také důvodem, proč jsou mnohé genderové stereotypy heteronormativní (a tedy setkáváme se spíše s pozitivními stereotypy týkajícími se heterosexuality, a negativními týkajícími se homosexuality), jak bylo naznačeno výše.

Mezi stereotypy týkající se mužů a maskulinity může být například to, že muži jsou racionální, schopní, mají rádi sport a nejsou zdatní v domácích pracích⁴⁶. Pokud jsou takové stereotypy ve společnosti již vžitě, dá se předpokládat, že se s muži bude jednat v souladu s nimi. Tak například řada studií ukazuje, že na školách je k chlapcům přistupováno jinak než k dívkám. Pokud jsou chlapci stereotypně považováni za agresivní a nedisciplinované, může to mít za následek například to, že jim bude ve škole věnována větší pozornost, ale i to, že jim bude agresivita a nedisciplinovanost tolerována více než dívkám (Pilcher a Whelehan, 2004).

⁴⁶ Vlastní překlad z anglického originálu: „men are rational and instrumental, bad at housework and like sport“ (Pilcher a Whelehan, 2004: 167).

Dalším častým stereotypem je to, že muži jsou fyzicky silní. Je to stereotyp vycházející z biologických poznatků, které jsou generalizovány na veškerou populaci. To může mít také za následek to, že pokud je žena vnímána jako silnější než většina žen, jsou jí prisuzovány mužské vlastnosti a charakteristiky. A naopak muž, který nedosahuje pomyslné hranice mužské síly může být souzen jako „příliš ženský“, nebo dokonce může být konfrontován s pochybnostmi o jeho sexuální orientaci.

2.3.1.2. Stereotypní zobrazování femininity

U genderových stereotypů nalézáme komplementární, dichotomický vztah; jak říká Smetáčková (2016: 50): „maskulinita a femininita jsou vymezovány ve vzájemné vazbě“. Často jsou proto ženské a mužské stereotypy opačného významu. Můžeme tak do dvojic postavit například dominanci a submisivitu, racionalitu a emocionalitu, nebo jak dále rozvádí Bourdieu (2000) teplé a studené, nahoře a dole. Taková komplementarita vede k tomu, že po uznání určité vlastnosti jako typicky ženské se opačná vlastnost přisoudí mužům (Smetáčková, 2016).

Mezi typické stereotypní představy o femininitě patří například předpoklad, že ženy jsou emocionální a nepředvídatelné, špatné řidičky a mají rády čokoládu⁴⁷. Profesionální řidiče kamionu potom buď mohou být přisouzeny vlastnosti jako obliba piva, sledování fotbalu atp, nebo může být odsouzena za to, že si našla profesi, která ji nepřísluší.

Jako protiklad k mužské fyzické síle, ženám je přisuzována fyzická krása. To může například vytvářet na ženy tlak, aby byly neustále upravené, jinak by mohla být zpochybněna jejich ženská identita. Stereotyp zde slouží jako platforma existující a priori (Smetáčková, 2016), v tomto případě by tedy člověk znalý takového stereotypu přistupoval k ženě již s očekáváním, že ji bude záležet na jejím zevnějšku a bude o něj pečovat. Též velmi rozšířeným stereotypem je tzv. hloupá blondýna, což je případ, který dle Jiráka a Köpplové (2007) souvisí s tím, že žena s plavou barvou vlasů, která je obecně uznávána za atraktivní, (což je dalším stereotypem) nemůže být inteligentní, protože potom by dosahovala dominantního postavení, které náleží pouze muži.

⁴⁷ Vlastní překlad z anglického originálu: „women are emotional and unpredictable, are bad drivers and like chocolate“ (Pilcher a Whelehan, 2004: 167).

2.3.1.3. Stručné srovnání zobrazování femininity a maskulinity v médiích

Způsob zobrazování žen a mužů v médiích je poměrně rozšířeným a oblíbeným tématem pro sociologické studie. Komárková (2006) například říká, že muži jsou v reklamních textech oproti ženám prezentováni více profesionálně a v rozmanitějších rolích, a ve vztahu k ženám jsou často prezentováni v roli rádců a hodnotitelů, zatímco ženy jsou omezeny na role ženy pečovatelky, ženy svůdnice, či ženy kariéristky. Komárková také uvádí hodnotnou metodu analýzy sociálních vztahů v reklamních textech⁴⁸ vytvořenou socioložkou K. T. Frith nazvanou *substitute roli*⁴⁹. Ta umožňuje ověřit si přítomnost genderových (ale i jiných) stereotypů za pomoci výměny rolí prezentované ženy a muže, a následné kladení otázek jako, „Změnilo se nějakým způsobem sdělení?“, „Je sdělení stále smysluplné?“.

Renzetti a Curran prezentují tvrzení feministických badatelů, že média staví ženy do méněcenné role, „[médiá] tradičně [ženy] přehlížejí, trivializují nebo odsuzují“ (2003: 183). Takový jev se nazývá „symbolickou anihilací“⁵⁰. Uvádí tak například na studii, která ukázala, že pouze každá třetí televizní role je ženská role, a dále, že „ženy nejen dostávají méně rolí, ale postavy, které hrají, jsou většinou mladší a nedospělejší než postavy mužské, a tudíž méně autoritativní“ (Fejes in Renzetti a Curran, 2003: 193). Na druhou stranu jsou ženy na televizních obrazovkách daleko více hodnoceny podle zevnějšku, ženské postavy „jsou v lepší fyzické kondici než postavy mužské“ (Metzger in Renzetti a Curran, 2003: 194) a až „46 % žen v televizi je štíhlých či hubených“ (Signorielli in Renzetti a Curran, 2003: 194).

S tím souvisí také poměrně problematický jev, tzv. diktát krásy (Komárková, 2006), který má moc hrát zásadní roli v tom, jak lidé vnímají svá těla na základě mediálních sdělení. Negativní vnímání svého těla na základě obrazu médií postihuje více ženy, jak uvádí Renzetti a Curran: „obecně je televize k mužským postavám v otázce vzhledu daleko tolerantnější“ (2003: 194), ale ani mužské tělo neunikne idealizaci v médiích. Média se podílejí na konstrukci a šíření estetické normy, která potom může vést až ke stereotypizaci lidských těl, například ve smyslu, že atraktivní ženy jsou vždy štíhlé, neatraktivní ženy nosí brýle, nebo že atraktivní mužské tělo je vždy značně osvalené.

⁴⁸ Pro účel této práce předpokládám, že uvedená metoda by byla uplatnitelná i pro jiné formy mediálních sdělení než pouze reklamní texty.

⁴⁹ Substitute role, nebo také „method of (sex) role reversal“ (Komárková, 2006: 38).

⁵⁰ Původní anglický termín „symbolic annihilation“ (Renzetti a Curran, 2003: 183).

Pokud potom u jedince dojde k tomu, že se nemůže s tímto mediálním sdělením ztotožnit, může dojít až k tzv. dezerci těla (Komárková, 2006). Více jsem se negativními vlivy médií zabývala v podkapitole *Kritika účinků televize*.

V médiích jsou také často stereotypně vyobrazovány priority žen a mužů. Renzetti a Curran udávají: „zatímco mužské postavy hovoří spíše o práci, ženské postavy hovoří častěji o milostných vztazích“ (2003: 194). Také pouze 28 % ženských postav je vyobrazeno v zaměstnání mimo domov, v porovnání se 41 % mužů. (2003).

Renzetti a Curran dále argumentují, jakým způsobem se stereotypní vyobrazení žen a mužů v médiích podílí na stereotypním uvažování jejich recipientů. Studie dokládají, že vyobrazení žen a mužů v netradičních rolích napomáhá prolomení sexistických stereotypů (Lanis a Covell in Renzetti a Curran, 2003). Zajímavým výsledkem studie je také to, že čím více se jedinec dívá na televizi, tím více tíhne k tomu hodnotit televizní obsahy, a tedy i vyobrazení genderu, za realistické (Wright et al. in Renzetti a Curran, 2003).

2.4. Shrnutí teoretické části

V teoretické části jsem diskutovala pojmy a teorie, které jsou relevantní pro tuto práci, a které budou využity v empirické části. V první řadě byla projednána problematika genderu, především v konceptu genderové identity pod záštitou poststrukturalní feministické tradice a s tím související konstrukce maskulinity a její typologie, která bude obzvláště podstatná v empirické části. Následně jsem uchopila oblast médií v rámci kulturních studií, kde jsem pojednala o přínosných termínech a přístupech, uvedla základní kritiku a osvětlila formát zkoumaného média. V neposlední řadě jsem se pokusila oba koncepty propojit a ukázat, jak důležitým faktorem je gender ve studiu médií. Zde jsem pracovala zejména s pojmem genderových stereotypů a uvedla některé konkrétní příklady běžně se vyskytující v médiích.

3. EMPIRICKÁ ČÁST

Po předchozím vymezení teoretických pojmů a teorií nyní představím a zdůvodním zvolenou metodologii, osvětlím operacionalizaci výzkumu, budu prezentovat získaná data v podobě komentovaných tabulek a nabídnu možnou interpretaci závěrů.

3.1. Metodologická východiska

Jako metodu pro tento výzkum volím obsahovou analýzu. Obsahovou analýzu definuje Bernard Berelson jako „výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace“ (Schulz, 2004: 76), a tedy je metodou vhodnou pro dosažení mého cíle zjistit, jakým způsobem seriál *Výměna manželek* konstruuje maskulinitu, zda je daná konstrukce rozdílná mezi první, a poslední odvysílanou řadou, a zda se seriál podílí na (re)produkování genderových stereotypů.

Vybraná metoda je metodou kvantitativní a umožňuje zpracovat velké množství mediálních obsahů do podoby číselných hodnot, ze kterých lze následně adekvátní analýzou a interpretací vyvodit „systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházejících z vědecky podloženého kladení otázek“ (Scherer in Schulz, 2004: 30). Cílem obsahové analýzy je kvantitativní popis a následné vyhodnocení výzkumného problému a výzkumných otázek. V konečné fázi výzkumu mezi sebou porovnávám výsledky z první, a z poslední odvysílané série, protože je kvantitativní povaha výsledků příhodná.

3.1.1. Výběr vzorku

Zkoumanou kódovací jednotkou tohoto výzkumu je vždy mužský účastník epizody seriálu *Výměna manželek*. Zkoumání byli vždy dva ústřední muži každé epizody, manželé „vyměněných“ manželek. Dohromady bylo podrobena analýze 20 mužů. Ostatní mužské postavy, například mladí chlapi, výzkumu podrobena nebyli.

V rámci výběru vzorku z první řady dbám pravidel náhodného výběru, konkrétně jsem vybrala pět epizod první řady, odvysílané v roce 2005, a následně z poslední aktuální řady z roku 2024 tak, aby mezi oběma řadami odpovídal poměr stáří dětí v rodině a ročních

období (blíže bude projednáno níže). To mi umožní výsledky z obou řad následně adekvátně porovnat mezi sebou. Z první řady byly náhodně vybrány epizody: 5., 8., 10., 12., 14.; z poslední řady potom: 3., 7., 8., 10., 11.

3.1.2. Průběh analýzy

Pro průběh samotné analýzy bylo klíčové sestavení kódovací knihy (viz. příloha Kódovací kniha). Schulz říká, : „základním rysem obsahové analýzy je, že kvantifikuje vybrané jevy vyskytující se v obsahu a řadí je do zvolených kategorií“ (2004: 76). V tomto výzkumu bylo sledováno 10 kategorií, z nichž ke každé z nich jsem přiřadila náležité proměnné tak, abych postihla co nejvíce relevantních aspektů a mohla tak zodpovědět na stanovené výzkumné otázky. Kategorie jsem sestavila s ohledem na koncepty genderové identity a tradičních genderových stereotypů, jak byly představeny v teoretické části, a také s ohledem na formát sledovaného média. Výsledky každé z těchto kategorií níže prezentuji ve formě samostatných tabulek. Každou z proměnných jsem si jasně vydefinovala v kódovacích instrukcích pro zajištění jednotnosti analýzy.

Analýzu jednotlivých epizod jsem prováděla zapisováním výsledků do vytisknutého záznamového archu připraveného na základě kódovací knihy a následným převáděním údajů do tabulek v programu Excel. Výsledkové tabulky prezentuji v podkapitole *Analýza dat a prezentace výsledků*.

3.2. Výměna manželek

Zábavní televizní reality show *Výměna manželek*⁵¹ byla poprvé odvysílána ve Velké Británii v roce 2003 na kanálu *Channel 4*, v USA potom o rok později na kanálu *ABC*, a v České republice se vysílá od roku 2005, a to na televizní stanici *TV Nova*⁵², nebo též na platformě *Voyo*⁵³, která vyžaduje placené předplatné, a nabízí zpětné shlédnutí všech řad a epizod. V české verzi již vyšlo 15 dokončených řad, s různým počtem epizod, od devíti až

⁵¹ V původní verzi zní název pořadu „Wife Swap“, já budu ale užívat pouze českého překladu.

⁵² TV Nova: Výměna manželek [online zdroj]; dostupné na: <https://tv.nova.cz/porad/vymena-manzelek>

⁵³ Voyo: Výměna manželek [online zdroj]; dostupné na: <https://voyo.nova.cz/porady/23-vymena-manzelek/cele-dily/5307/asc>

do 22 epizod v rámci jedné řady. Tak například v první odvysílané řadě můžeme sledovat 14 dílů a jeden speciál, ve čtvrté řadě je epizod pouze devět a ve dvanácté 22.

Samotný smysl pořadu je poměrně věrný svému názvu – v každé epizodě dojde mezi dvěma předem vybranými rodinami, které se přihlásily dobrovolně k výměně ženy, která zastává roli manželky a matky. Již několikrát byl též do pořadu zahrnut mužský či ženský homosexuální pár, poprvé se tak stalo v roce 2013. Výměna trvá dohromady 10 dní a celá doba výměny je předem strukturovaná, což bude tématem následující podkapitoly. Po skončení výměny obě rodiny získávají odměnu, pokud se nerozhodnou výměnu předčasně ukončit. Odměna byla z původních 50 000,- Kč v roce 2016 navýšena na 100 000,- Kč, a potom v roce 2023 na 150 000,- Kč. Jelikož odměna je po skončení výměny udělena oběma rodinám, jedná se o pořad nesoutěžního typu.

Pro zajištění dramatického efektu jsou často do jedné epizody zařazeny páry s odlišnými životními styly a z odlišných sociálních vrstev, ač to není pravidlem. Mnohdy tak můžeme sledovat, jak žena žijící na vesnici, například na farmě, zvládá velkoměstský život v pražském bytě. „Nové manželce“ je v domácnosti zanechán „manuál“ původní manželkou, ve kterém je popsáno, jak domácnost funguje, a co je potřeba učinit na každodenní bázi pro zajištění chodu domácnosti a rodiny. Výměna vrcholí po 10 dnech setkáním obou párů, kdy dochází často ke konfrontaci problémů, které po dobu výměny nastaly, výjimkou není ani konflikt, a to jak v rámci původního páru, tak i mezi oběma páry.

3.2.1. Struktura seriálu

V české verzi, která bude předmětem zkoumání, začíná každá epizoda krátkým úvodem se jmenováním města či vesnice, kde se rodina nachází. Následuje představení rodin, takzvané medailonky, kde zazní jména, a většinou také stáří členů rodiny, často včetně představení domácích mazlíčků. Následuje popsání typu obydlí, ve kterém rodina bydlí, včetně informací o tom, zda rodina obydlí vlastní, nebo pronajímá. Často zde také zazní, kdo rodinu do pořadu přihlásil, a proč. Následují „Přípravy na cesty“⁵⁴, kde můžeme sledovat obě manželky⁵⁵ loučit se s rodinou. Mnohdy v této části účastnice uvádí, do

⁵⁴ V uvozovkách jsou uváděny názvy, které jsou explicitně užívány v epizodách *Výměny manželek*.

⁵⁵ Pro usnadnění porozumění budu užívat obecného slova manželky, ženy nebo účastnice, i když se vyskytují případy, kdy pár není sezdaný.

jakých podmínek, či do jaké rodiny by jít nechtěla (např. na vesnici, nebo do rodiny s velkým počtem dětí/zvířat), a není výjimkou, že právě do takové rodiny je poslána.

Po krátkém prostřihu v autě již můžeme sledovat účastnici v novém domě, či bytě, který komentuje, zejména v ohledu na čistotu, stav nábytku a jiných zařízení atp. Po prohlídce nového „domova“ účastnice předčítá „Manuál s úkoly“, který ji zanechala původní manželka, k němuž vyjadřuje svůj souhlas či nesouhlas ohledně uvedených povinností. Tento manuál musí nová manželka dodržovat po dobu první poloviny výměny, tedy pěti dní. Následuje úsek „Výměna začíná“, kdy se rodina seznamuje s novou manželkou, a jak muž, tak žena v soukromí komentují své první dojmy.

Každý nový den je vždy vyznačen krátkým grafickým prostřihem s číslovkou. Po prvních pěti dnech dochází ke změně prostřednictvím „Teď tady velím já“, kdy náhradní manželka smí upustit od manuálu s úkoly a režim domácnosti je nyní plně v jejích rukou, a to od výchovy dětí (účastnice tak například může zakázat dětem používat mobilní telefony), přes zařízení bytu (například přestavění nábytku), až k manželovým domácím povinnostem.

Výměna končí 10. den, kdy se náhradní manželka loučí s dětmi a vydává se i s náhradním manželem na místo určené k setkání s druhým párem, kdy dojde k úplnému vyvrcholení epizody, „Mezi 8 očima“. V této poslední části se obnoví původní páry, mnohdy po emotivním přivítání, usednou ke společnému stolu, a sdílí své dojmy, postřehy i kritiku z posledních 10 dní, což otevírá prostor pro následnou diskuzi mezi páry, která leckdy vede k rozepřím.

Úplný konec každé epizody, „Cesta zpátky“, sleduje vítání účastnic s jejich dětmi, a následně oba manželé v krátkosti pojednají o tom, co jim výměna přinesla, a jestli mají v plánu něco změnit, či si přejí, aby jejich životy zůstali při starém.

3.3. Analýza dat a prezentace výsledků

V této části práce již prezentuji konkrétní sledované kategorie a komentuji výsledkové tabulky. V tabulkách jsou barevně rozlišena data z první (žlutá), a druhé (růžová) řady, následně data sečtená z obou řad (modrá) v procentuálním vyjádření. Pro všechny kategorie využívám procentuálního vyjádření bez desetinného místa. Výsledky též interpretuji s ohledem na výzkumné otázky tohoto výzkumu.

Proměnné byly sestaveny tak, aby byly navzájem se vylučující, a aby mi umožnily sledovat atributy zásadní pro konstrukci maskulinity. Kritéria jednotlivých proměnných jsem si podrobněji popsala a definovala v kódovacích instrukcích.

3.3.1. Sociální a osobnostní charakteristiky

Prvním oddílem analýzy jsou sociální a osobnostní charakteristiky, tedy identifikační proměnné každého z 20 sledovaných mužů. V této části analýzy přibližují muže, kteří byli zkoumáni na osobní úrovni, a prezentují jejich různé životní úrovně a styly, s porovnáním mezi řadami.

U první proměnné, věkového zastoupení, vidíme, že 55 % účastníků spadá do skupiny 31–40 let. Můžeme si ale také všimnout rozdílů ve věkovém zastoupení mezi první, a poslední řadou. V poslední řadě se vyskytuje jak více mužů 30 let a mladších, tak i mužů starších 40 let. Ani v jedné z řad se nevyskytuje muž starší 50 let, ani muž mladší 25 let.

Tabulka č. 1 – Věkové zastoupení

	první řada	poslední řada			
věkové zastoupení					
25-30 let	1	3	10 %	30 %	20 %
31-40 let	7	4	70 %	40 %	55 %
41-50 let	2	3	20 %	30 %	25 %

Ve druhé tabulce je sledován druh zaměstnání účastníka. Mužova pozice na pracovním trhu je důležitým faktorem při zkoumání konstrukce maskulinity, a vztahuje se k ní na mnoha místech také Connell (1995), jejíž typologii jsem diskutovala v podkapitole *Typologie maskulinit*. Zaměstnání také hraje zásadní úlohu v životní úrovni celé rodiny, obzvlášť vzhledem k tomu, že v drtivé většině případů je mužovo zaměstnání hlavním nebo jediným příjmem rodiny. Zde můžeme vidět zásadní rozdíly mezi jednotlivými řadami. Zatímco v první řadě účastníci zastávají rovnoměrně pět druhů povolání, v poslední řadě již devět z deseti účastníků zastávají manuální zaměstnání; obě řady s jedním účastníkem, který své zaměstnání neudal, nebo neupřesnil. Dohromady v obou řadách 55 % mužů zastávají

manuální zaměstnání (montážní dělník, řidič, popelář, skladník, ...), jeden muž zaměstnání intelektuální (ekonom), dva potom kreativní (kadeřník, dramaturg), jeden administrativní (policista) a tři zastávají svobodné zaměstnání (podnikatel, manažer).

V poslední řadě je většina účastníků zaměstnána v profesi, která nevyžaduje odbornou kvalifikaci. Jedná se také o profese hůře finančně ohodnocené než ty v první řadě. Zde bych ráda připomněla, že v roce 2023 se finanční odměna za podstoupení výměny stanovila na 150 000,- (pro první řadu platila odměna v hodnotě 50 000,-), což může být pro většinu účastníků hlavním impulsem pro přihlášení se do *Výměny*, ač většina účastníků to výslovně neuvádí. Předpokládám, že se nyní do pořadu hlásí více rodin kvůli osobnímu finančnímu nedostatku, než tomu bylo dříve. Finanční odměnu považuji za zásadní důvod v rozdílu v povolání mezi řadami. Dalším faktorem potom může být také cílený výběr rodin tvůrci seriálu. Domnívám se, že tvůrci seriálu v poslední řadě volí rodiny s problematickou životní situací, a to z důvodu vyšší sledovanosti v důsledku kontroverze. Finanční situace účastníků bude blíže sledována níže, právě také v souvislosti s druhem zaměstnání.

Tabulka č. 2 – Druh zaměstnání

druh zaměstnání					
manuální	2	9	20 %	90 %	55 %
intelektuální	1		10 %		5 %
kreativní	2		20 %		10 %
administrativní	1		10 %		5 %
svobodné povolání	3		30 %		15 %
neupřesněno	1	1	10 %	10 %	10 %

Třetí tabulka udává druh místa bydliště a druh obydlí, zde nalézáme zanedbatelné rozdíly mezi první a poslední řadou. V Praze, jakožto jediném velkoměstě, které se v epizodách objevilo, se v obou řadách nalézají dvě rodiny. Většina rodin vybraných pro seriál bydlí ve městech, menší část potom na vesnicích. Oba muži z první řady bydlící v Praze zastávali kreativní zaměstnání; dva muži bydlící na vesnici potom svobodné zaměstnání (podnikatel, manažer), oba s poměrně vysokou životní úrovní (navštěvují kino a bazén, vlastní koně).

V případě druhu obydlí nacházíme v první řadě stejný počet rodin bydlících v bytě a domě, ač zde neplatí vzorec, že by v každé epizodě bydlela jedna rodina v bytě, a druhá v domě. V poslední řadě potom 70 % účastníků bydlí v bytě, ve většině případech v nájemním bytě. I to jistě souvisí také s druhy zaměstnání, které byly diskutovány výše.

Tabulka č. 3 – Druh místa bydliště, druh obydlí

druh místa bydliště					
velkoměsto	2	2	20 %	20 %	20 %
město	5	6	50 %	60 %	55 %
vesnice	3	2	30 %	20 %	25 %
druh obydlí					
dům	5	3	50 %	30 %	40 %
byt	5	7	50 %	70 %	60 %

Další sledovanou kategorií je počet dětí v rodině společně s věky dětí. Zde připomínám, že epizody z poslední řady byly vybrány s ohledem na věky dětí v epizodách náhodně vybraných z první řady. Děti mladších pěti let, a tedy vyžadujících intenzivní péči, je v obou řadách deset. To mi umožnilo především porovnat účast mužů na výchově a péči o děti mezi řadami. Počet všech dětí v rodinách vyšel stejně v obou řadách zcela náhodně. Můžeme v tabulce vidět, že v 60 % rodin je pouze 1–2 dětí, z nichž dohromady tři rodiny mají pouze jedno dítě. V obou řadách jsou ve čtyř z pěti epizod v rámci epizody rodiny s rozdílným počtem dětí, a to vždy tak, že první rodina má 1–2 dětí, a druhá rodina 3–7 dětí.

Tabulka č. 4 – Počet dětí, věk dětí

počet dětí					
1-2	6	6	60 %	60 %	60 %
3-4	3	3	30 %	30 %	30 %
5+	1	1	10 %	10 %	10 %
věk dětí					
<5	10	10	40 %	35,7 %	37,7 %
5-10	7	10	28 %	35,7 %	32,1 %
11-15	6	7	24 %	25,0 %	24,5 %
16+	2	1	8 %	3,6 %	5,7 %

Tabulka číslo 5 uvádí majetkové poměry, které se vztahují vždy na celou rodinu, nikoliv pouze na sledovaného muže. Majetkové poměry byly posuzovány dle vlastnického vztahu k obydlí, k velikosti, vybavenosti a stavu obydlí, vizáže účastníků (stav oblečení, kosmetické úpravy atp.), případně konkrétních vyjádření účastníků. V tabulce vidíme, že většina rodin je součástí kategorie střední třídy, ovšem v poslední řadě nalzáme více chudých, a méně bohatých rodin (pouze jedna rodina stanovila, že žije ve vlastním, nikoliv nájemním obydlí). Na finanční situaci si konkrétně stěžovali tři rodiny, ve kterých byly dvě, tři, a čtyři děti, a z nichž první bydlela v Praze, druhá v Děčíně a třetí na vesnici.

Tabulka č. 5 – Majetkové poměry

majetkové poměry					
bohatý	2	1	20 %	10 %	15 %
střední vrstva	7	6	70 %	60 %	65 %
chudý	1	3	10 %	30 %	20 %

Kategorii vzhledu jsem posuzovala na základě celkové vizáže mužů; například účes, stav oblečení, dentální hygiena. Zde nenacházím žádné rozdíly mezi řadami; vidíme, že většina účastníků byla upravená v obou řadách. V případě, že se muž objevuje ve více scénách bez trička, je zařazen do kategorie „neupravený“ vzhled; popřípadě, zda se objevuje v nepadnoucím, či zašpiněném (např. pracovním) oblečení, je zařazen do kategorie

„nedbalý“ vzhled. V kategorii neupraveného vzhledu mají dva muži ze čtyř špatný stav chrupu, druzí dva se potom vyskytují značnou část epizody bez trika.

Tabulka č. 6 – Vzhled

vzhled					
upravený	7	7	70 %	70 %	70 %
neupravený	2	2	20 %	20 %	20 %
nedbalý	1	1	10 %	10 %	10 %

Poslední sledovanou kategorií v prvním oddílu analýzy je role v domácnosti. Stanovila jsem tři proměnné – „dominantní“, „submisivní“, a „nelze určit“. Ty jsem posuzovala zejména na základě ochoty dělat kompromisy s původní, i novou manželkou, popřípadě na schopnosti podřídit se přáním obou žen, dále na iniciativě činit zásadní rozhodnutí ve jménu celé rodiny a na rozdělení domácích prací. Proměnná „nelze určit“ slouží pro případy, kdy muž vykazuje stejnou ochotu podřídit se a spolupracovat, jako jeho žena, a i domácí práce a péči o děti mají rozděleny rovnou měrou.

V tabulce vidíme, že především v kategorii „dominantní“ je rozdíl mezi první a poslední řadou. Zatímco v první řadě je polovina mužů spíše submisivní, v poslední řadě je polovina dominantní. Z kategorie „dominantní“ má většina mužů tři a více dětí, a většina z nich má také velmi submisivní manželky; dále čtyři z dominantních mužů zastávají manuální zaměstnání, dva z nich své zaměstnání neupřesnilo, a poslední pracuje jako policista. Dominantní muži vykonávali více domácích prací a péče o děti než muži submisivní, a reagovali hůře na „Teď tady velím já“, kdy se režim a chod domácnosti odevzdává do rukou nové manželky. Účast dominantních mužů na domácích pracích a péči o děti zde nevnímám jako odklon od tradiční maskulinity, ale spíše jako snahu naučit nové ženy chodu jejich domácnosti.

Muži spadající do kategorie „nelze určit“, tedy nevykazující ani zřetelně dominantní, ani submisivní rysy osobnosti, působí nejvyrovnanějším dojmem, a také jejich vztah s manželkami působí nejharmoničtěji a jejich život nejspořádaněji. Tito muži vykonávali nejvíce domácích prací (zejména vaření a uklízení) a péče o děti, a také se nejvíce vymykají typickým znakům tradiční maskulinity.

Tabulka č. 7 – Role v domácnosti

role v domácnosti					
submisivní	5	3	50 %	30 %	40 %
dominantní	2	5	20 %	50 %	35 %
nelze určit	3	2	30 %	20 %	35 %

3.3.2. Činnosti

V této podkapitole budou prezentovány výsledky ze sledované kategorie „činnosti“. Sledování činností je zásadní pro zkoumání procesu konstrukce maskulinity, protože, jak již bylo nastíněno v teoretické části práce, lidé se muži a ženami nerodí, ale stávají se jimi (Renzetti a Curran, 2003), a to právě i skrze své činy. Činnosti jsem sledovala s ohledem na genderové stereotypy, jak byly popsány v podkapitole 2.3.1., a také zčásti induktivně z dat tak, abych obsáhla všechny činnosti prováděné sledovanými muži.

V modrém sloupci vidíme, že nejčastější činností sledovaných mužů byla péče o děti s 38,2 % (konkrétní způsoby péče o děti bude více přiblížena v tabulce č. 11), poté uklizení a kouření s 9 % a vaření a pečení a sportování se 7,6 %. Podle těchto dat tedy muži nejčastěji vykonávali spíše stereotypně femininní práce. Je zde ale také nutné reflektovat, že z domácností mužů odešli jejich manželky, a na jejich místo přišly ženy, které s chodem domácnosti a výchovou dětí nejsou obeznámeni, a muži proto museli alespoň částečně zastat role svých manželek. Jak jsem již uvedla výše, řada mužů se zpočátku ujala femininních prací, aby nové manželky naučila chodu domácnosti.

Jako první činnost v tabulce uvádím údržbu domu. Na rozdíl od technických oprav, běžná údržba domu nevyžaduje větší plánování ani finanční investice, a není příliš invazivní, spíše zachovává trvale udržitelný stav obydlí. Takových případů nacházíme dohromady osm, všechny v poslední řadě. Jednalo se například o opravu šuplíku, zatápění nebo vypuštění a uklizení bazénu. V polovině případů k činnosti dochází až v režimu „Teď tady velím já“, a tedy na popud nové manželky. Druhou činností jsou větší technické opravy, které se nachází v každé z řad dvakrát. Jednalo se například o dva případy vymalování nebo zarovnání vjezdu před domem. Mezi další tradičně maskulinní činnosti patří grilování, ke kterému došlo pouze v jednom případě, nebo práce na zahradě, ke které došlo celkem

čtyřikrát. Konkrétně šlo o starání se o květníky, odhrnování sněhu a štípání dříví, kdy by se pouze první příklad mohl považovat za práci spíše femininní.

Tradičně femininní činnosti z celkového počtu činí 59,7 %. Jako stereotypně femininní činnosti považuji – vaření a pečení, uklízení, mytí nádobí, praní a péči o děti. Případů vaření a pečení můžeme sledovat celkem 11 a účastnilo se jej sedm mužů; jeden z mužů (profesionální kuchař) vařil čtyřikrát. O něco více potom muži uklízeli, podobně jako u vaření i zde můžeme nalézt více případů v poslední sérii než v té první. Jako maskulinní úklidovou činnost považuji luxování, které bylo z proměnné „uklízení“ vyčleněno. Ve 13 případech tedy potom muži utírali prach a kuchyňskou linku nebo vytírali podlahu. Mezi těmito činnostmi nebyla nalezena významná korelace; muži, kteří vařili, se nutně neúčastnili úklidu, a muži, kteří se intenzivně starali o děti, nevařili atp. Podobně nebyla nalezena korelace mezi prováděním maskulinních/femininních činností a submisivní/dominantní rolí v domácnosti.

Další sledovanou proměnnou byl sport. V deseti epizodách lze vidět sportujícího muže celkem jedenáctkrát, ovšem výrazně častěji v první řadě, ve které sportovalo celkem pět mužů, z nichž čtyři sportovali společně s dětmi. Konkrétně šlo o jízdu na koni, fotbal, jízdu na kole, sáňkování, badminton. V poslední řadě sportovali pouze tři muži, všichni společně s dětmi, a v tomto případě měl sport podobu fotbalu, jízdy na motokárách a střelení z luku. Rozdíl mezi řadami v proměnné „sport“ interpretuji v souvislosti s druhy profesí, které muži zastávali. Jelikož muži v poslední řadě v 90 % zastávali manuální zaměstnání, domnívám se, že již neměli mnoho energie po pracovní době sportovat.

Pasivní činnosti činí celkem 10,4 % z celkového počtu činností. S 9 % je kouření 2. nejčastější činností, a zúčastnilo se jí sedm mužů z 20.

Tabulka č. 8 - Činnosti

		činnosti				
		aktivní				
domácí práce	údržba domu		8		9 %	6 %
	technické opravy	2	2	4 %	2 %	3 %
	vaření a pečení	4	7	7 %	8 %	8 %
	grilování	1		2 %		1 %
	příprava stravy	2	2	4 %	2 %	3 %
	uklizení	4	9	7 %	10 %	9 %
	mytí nádobí	1	5	2 %	6 %	4 %
	luxování	2		4 %		1 %
	praní	1		2 %		1 %
	péče o děti	18	37	32 %	43 %	38 %
	péče o zvířata	5	4	9 %	5 %	6 %
	práce na zahradě	2	2	6 %	2 %	3 %
	sportování	8	3	14 %	3 %	8 %
	pasivní					
	sledování TV	1	1	2 %	1 %	1 %
	kouření	6	7	11 %	8 %	9 %

3.3.3. Výskyt

V této podkapitole se věnuji kategorii výskytu. Zde sleduji, kde se dotyční muži objevují, a rozdělují prostor na „uvnitř“ a „venku“. Vycházím zde z tradičního genderového stereotypu, že ženský prostor je uvnitř, zejména orientován na kuchyň a dětský pokoj, a mužský prostor je venkovní, veřejný. Takové rozdělení vychází z pohlavní dělby práce, jak byla popsána v podkapitole 2.1.3.

Zde bych ráda poznamenala, že v kategorii „výskyt“ nebyly sledovány situace, které jsou totožné ve všech epizodách a jsou výsledkem formátu *Výměny manželek*. Tak například v momentu, kdy dochází k výměně režimu v rámci „Teď tady velím já“, jsou všechny rodiny vždy v obývacím pokoji na gauči, nebo ve finální diskuzi „Mezi 8 očima“ jsou potom vždy

oba manželské páry z dané epizody v hospodě či restauraci. Takové situace nejsou v datech zahrnuty.

V tabulce č. 9 lze sledovat, že v obou řadách, a s celkovým počtem 35 % se muži nejčastěji nacházeli v kuchyni. V kuchyni ovšem muži častěji jedli a konverzovali s dětmi či ženami, než vařili. Pro několik rodin žijících v menších bytech bylo snazší spolu trávit čas u jídelního stolu než v obývacím pokoji, který byl v několika případech spojen také s lůžkem na spaní.

Dále se potom s poměrně značným rozdílem muži vyskytovali v obývacím pokoji, dětském pokoji či na zahradě. Výsledky obou řad jsou v této kategorii velmi podobné, zásadní rozdíl můžeme sledovat v kategoriích „zahrada“ a „balkon“. Zde bych ráda odkázala na tabulku č. 3, ve které vidíme, že oproti první sérii, ve které je rozložení rovnoměrné, v té poslední je sedm mužů z deseti bydlících v bytě. Tímto můžeme vysvětlit, proč v této tabulce je nepoměr mezi výskytem na zahradě a na balkoně mezi řadami.

Významnou proměnnou zde je se 7 % i proměnná „jiné“. Sem spadají místa, která jsou specifická a vždy se objevují jen jednou. Mají ale mnohdy společné kontexty, tak například v případě kulturní akce „Den dětí“, rekreačního sportovního střediska, bazénu, kina nebo zverimexu se jednalo o společnou aktivitu s dětmi. V případě koňské stáje, kostelu či studia meditace se potom jednalo o společnou aktivitu s vyměněnými manželkami.

Tabulka č. 9 - Výskyt

výskyt					
	první řada	poslední řada			
uvnitř					
kuchyň	31	39	31 %	38 %	35 %
obývací pokoj	19	19	19 %	18 %	19 %
dětský pokoj	17	11	17 %	11 %	14 %
venku					
zahrada	15	11	15 %	11 %	13 %
garáž	3		3 %		2 %
hřiště	2	4	2 %	4 %	3 %
příroda	3	2	3 %	2 %	3 %
balkon		9		9 %	5 %
hosпода	1	1	1 %	1 %	1 %
jiné	8	7	8 %	7 %	7 %

3.3.4. Emoce

Projevování emocí je ve společnosti silně stereotypizováno, a často na základě projevování emocí lidé hodnotí mužovu „mužnost“, stejně jako ženinu „ženskost“. Genderové stereotypy říkají, že určité emoce jsou ženské, a určité jsou mužské, a často je staví proti sobě do polarity⁵⁶. Tak například projevování strachu, smutku nebo lásky lze pokládat za stereotypně femininní, zatímco projevování vzteku či agrese za stereotypně maskulinní. Projevování emocí jsem posuzovala na základě neverbální (výraz v obličeji, gestikulace) i verbální komunikace (změna tónu, užívání emočně zbarvených slov).

Tabulka č. 10 ukazuje, že nejčastější emocí v obou řadách i celkem je „láska“. V první řadě lásku projevilo šest mužů, v té poslední potom sedm mužů. Většina z nich lásku projevila k manželce formou objetí či polibku, a to při loučení, či při znovushledání. Několik málo z nich v těchto situacích užívalo emočně zbarvených slov jako „miláčku“, „lásko moje“, či „miluju tě“. Ještě méně z nich potom projevili lásku k dětem; například pouze tři muži z celkových 20 jsou viděni, jak dávají svému dítěti pusku. Muži jen velmi málo

⁵⁶ Viz. „genderová polarizace“, jak byla definována v kapitole *Genderová socializace*.

používali s dětmi emočně zbarvená slova, a v případech, kdy ano, jednalo se o děti mladší pěti let. Také to značí o prevalenci tradiční maskulinity mezi účastníky.

Také zde nacházím podstatnou shodu ve spoluvýskytu emocí. Muži, kteří projevili lásku, měli větší pravděpodobnost projevit i jiné emoce, jako vztek, strach či smutek. Projevy vzteku a rozladěnosti se nejčastěji objevovali v konfliktních situacích s dětmi, nebo s novými manželkami. S novými manželkami se muži nejčastěji hádali a projevovali vztek v momentech, kdy došlo ke změně režimu („Teď tady velím já“) či v situaci, kdy měl muž pocit, že žena zanedbává péči o děti.

Projevů emocí jsem dohromady zaznamenala 67, se značným rozdílem mezi řadami. Zatímco v první řadě bylo emocí poskrovnu, v řadě poslední lze sledovat více projevů všech emocí kromě neverbální, fyzické agrese. Ač v poslední sérii došlo k jednomu případu fyzického trestu dítěte (plácnutí po zadku plastovou tyčkou), v sérii první byly případy dva, a oba byly podstatně závažnější, než případ v poslední řadě (několik silných bouchnutí po zadku rukou). Domnívám se, že v poslední sérii by se takové záběry do finálního sestřihu nedostaly z důvodu tabuizace fyzického trestání dětí dnešní doby. Zatímco tedy v první řadě vychází zhruba dva projevy emocí na muže, v řadě poslední se nachází muži výrazně emočně expresivnější, s více než čtyři projevy emocí na muže.

Výsledková tabulka číslo 10 ukazuje, že v ohledu projevoování emocí lze většinu sledovaných mužů zařadit k tradiční maskulinitě, zejména potom v první řadě. Muži projevovali lásku, ale téměř výhradně ke svým manželkám. Dále projevovali vztek a agresi, zejména k dětem a novým ženám. V poslední řadě potom již lze sledovat více projevů smutku, či soucitu. Tyto emoce sice nejsou stereotypně maskulinní, ale objevují se v porovnání s ostatními emocemi v zanedbatelném počtu.

Tabulka č. 10 – Emoce

emoce						
lásky	10	13	42 %	30 %	34 %	
strach	1	3	4 %	7 %	6 %	
vztek	6	7	25 %	16 %	19 %	
agrese	verbální	2	5	8 %	12 %	10 %
	neverbální	2	1	8 %	2 %	4 %
smutek	1	3	4 %	7 %	6 %	
soucit		2		5 %	3 %	
frustrace	1	1	4 %	2 %	3 %	
rozladěnost	1	8	4 %	19 %	13	

3.3.5. Interakce

V předchozích podkapitolách jsem prezentovala, jací muži jsou předmětem tohoto výzkumu, jaké role zastávají na trhu práce, jaké emoce projevují, kde se vyskytují a jaké činnosti konají. Nyní bych ráda tyto muže postavila také do vztahu k jiným lidem, a přiblížila, jaké podoby měly interakce, které s ostatními sdíleli. V první řadě představím data sledující interakce mužů s dětmi, poté s jejich manželkami, a nakonec s vyměněnými manželkami (které zastávají roli cizí, nepřibuzné osoby).

Seznam druhů interakcí jsem sestavila s ohledem na specifičnost vztahů; druhy jsou jiné, když sleduji interakce mezi otcem a dítětem, nebo mezi manželem a manželkou. Zde také vycházím z genderových stereotypů. Za genderově stereotypní považuji například ráznou, disciplinární výchovu dětí ze strany otce, nebo manželovu/otcovu roli v rodině jakožto „hlavy rodiny“ a jeho právo na „poslední slovo“.

Tabulka ukazuje, že více než třetina všech interakcí s dětmi spadá do proměnné „ochrana a zabezpečení“. Tuto proměnnou definuji jako interakci založenou na fyzickém doteku sloužícím k ochraně dítěte (například držení za ruku, chování a nošení). Na druhém místě byla potom nejčastější interakce v podobě rozvíjecího hraní, které se nepoměrně více odehrávalo v poslední řadě (v kontrastu s učením a vzděláváním v první řadě). Takové hraní mělo podobu například hraní si s kostkami, hraní si na pískovišti či malování a jiné tvoření (za nerozvíjecí hraní považuji potom například hraní karet či hraní her na mobilním telefonu či počítači).

Celkový počet interakcí s dítětem či dětmi činí 169; na jednoho muže potom připadá 8,45 interakcí s dítětem. Interakce ovšem nebyly mezi muže rozloženy rovnoměrně; s tím

úzce souvisí také věk dětí v rodině. Více interakcí připadalo mužům s malými dětmi (méně než pět let věku), a většina případů spadá do proměnné „ochrana a zabezpečení“ a „pečování“. Pečování jsem rozdělila na pět samostatných činností, které zajišťují dítěti základní životní potřeby. Do proměnné „pečování“ spadá 38 případů, což činí celkem 22,5 % z celkového součtu všech interakcí.

Data prezentována v tabulce č. 11 interpretuji jako vykazující především znaky tradiční maskulinity. Muži v interakcích s dětmi zastávali spíše role ochranitelů než pečovatelů. Sledovaní muži své děti poučovali, zabezpečovali či s nimi sportovali častěji, než s nimi vtipkovali či jim naslouchali. Našli se též ale jedinci, kteří intenzivně pečovali o své malé děti; přebalovali je, utěšovali a krmili. Domnívám se, že většina z nich tak činila spíše z nedůvěry ve schopnosti nových manželek, a mimo seriál je role primárních pečovatelů dětí na jejich manželkách. Důvodem je například moment, kdy muž své dítě oblékal, ale dělalo mu problém najít ve skříních to správné oblečení. Jiný muž potom své dítě koupal, ale přiznal se, že je to poprvé v jeho životě.

Zde bych ráda poznamenala, že za konflikt s dítětem považuji pouze oboustranný střet názorů, a není tedy možný s dětmi, které nemluví. Jednostranné kárání, popřípadě kritiku otce diskutuji v kategorii „verbální projevy“.

Tabulka č. 11 – Interakce s dítětem/děťmi

interakce						
s dítětem/děťmi						
ochrana a zabezpečení		29	34	40 %	35 %	37 %
podpora a pomoc		3	4	4 %	4 %	4 %
učení a vzdělávání		6	3	8 %	3 %	5 %
hraní si	rozvíjející	2	14	3 %	14 %	10 %
	nerozvíjející	4	2	6 %	2 %	4 %
sportování		6	2	8 %	2 %	5 %
konflikt		2	3	3 %	3 %	3 %
pečování	koupání	2	5	3 %	5 %	4 %
	krmení	2	10	3 %	10 %	7 %
	přebalování	2	3	3 %	3 %	3 %
	utěšování	4	4	6 %	4 %	5 %
	oblékání	4	2	6 %	2 %	4 %
disciplinace	fyzický trest	2	1	3 %	1 %	2 %
	nefyz. trest	1	3	1 %	3 %	2 %
vtipkování		2	1	3 %	1 %	2 %
naslouchání			2		2 %	1 %
rozdělování úkolů		1	4	1 %	4 %	3 %

Tabulka č. 12 ukazuje data získaná při sledování interakcí mezi mužem a jeho manželkou. Druhy interakcí jsou sestaveny s ohledem na specifčnost vztahu mezi mužem a ženou, proto se liší od druhů interakcí mezi mužem a dítětem, jak jsem již zmínila.

Z tabulky vyčteme, že zdaleka nejčastějším druhem interakce v obou řadách je fyzický dotek. Je zde nutné reflektovat, že s vlastní manželkou muž v rámci formátu seriálu *Výměna manželek* interaguje jen velmi málo, ve většině případech pouze na začátku a na konci, v průběhu celé epizody mají kontakt omezen a muž interaguje s manželkou vyměněnou. S tím souvisí také to, že během loučení a/nebo znovushledání všichni muži alespoň jednou své manželky objali či políbili.

Druhou nejčastější interakcí je potom „romantické gesto“. Tím se rozumí například darování květiny na přivítanou, což je případ, který jsem zaznamenala v drtivé většině případů. V první řadě se potom objevují také případy otevření dveří od auta, či nabídnutí a příprava nápoje. Alespoň jedno romantické gesto vykonalo všech 20 mužů.

Ke konfliktu mezi mužem a jeho manželkou došlo pouze v jednom případě, v první řadě, kdy muž na popud vyměněné manželky nechal odpojit internet, na kterém údajně manželka trávila více času než s manželem, a zbavil se zvířat, která manželce patřila. Více případů konfliktu nalézáme v tabulce č. 13.

Také bych zde chtěla poznamenat, že v této tabulce má proměnná „ochrana a zabezpečení“ jinou povahu, než tatáž v tabulce č. 11 – interakce s dítětem. V tomto případě, v interakci se ženou, má „ochrana a zabezpečení“ povahu například toho, že se muž ženy zastává, hájí ji a její zájmy proti jiným atp. Takové případy se vyskytly čtyřikrát, a jsou rozloženy mezi tři muže; ke všem případům došlo ve finální fázi epizod, v „Mezi 8 očima“, kdy docházelo ke konfliktům.

Tabulka č. 12 – Interakce s původní ženou

		s původní ženou			
	ochrana a zabezpečení	4		7 %	4 %
	fyzický dotek	26	30	48 %	60 %
	spolupráce				
	romantické gesto	13	11	24 %	23 %
konflikt	finance		2		4 %
	výchova dětí				
	domácí práce				
	jiné	1		2 %	1 %
zábava	fyzická	1		2 %	1 %
	intelektuální				
	kreativní				
	naslouchání	2	1	4 %	3 %
	vtipkování	7	6	13 %	13 %
	rozdělování úkolů				

Tabulka níže se soustředí na interakce mužů s ženami, které přišly do jejich domácností, aby zastaly místo původních manželek, a tedy ženy, se kterými interagují po dobu výměny muži nejvíce. V procentuálním vyjádření vidíme, že nejčastějším druhem interakce bylo vtipkování, a to v obou řadách. Ve většině případů byli muži ti, kteří se snažili

ženy rozesmát, nebo jen rozvolnit atmosféru, a vtipkování se převážně týkalo konkrétní situace, ve které se dvojice, či celá rodina nacházela. Ke vtipkování muže s novou ženou došlo celkem třicet osmkrát, zatímco s dítětem či dětmi pouze třikrát. To interpretuji tak, že většina mužů se snažila nové ženy rozesmát, aby se cítily lépe v novém, cizím prostředí. Ve dvou případech se potom domnívám, že se muži snažili nové ženy rozesmát na základě sympatií, tito dva muži vtipkovali s vyměněnými ženami po dobu celé výměny.. Tyto případy více rozeberu níže v souvislosti s fyzickým dotekem.

Druhým nejčastějším druhem interakce je potom konflikt, který z celkového počtu 164 interakcí činí 19 %. Konfliktní situace nebyly mezi muže rozloženy rovnoměrně, spíše se několik málo mužů účastnilo hned několika konfliktů, týkajících se různých motivů. Nejčastěji se jednalo o konflikty, které se týkali konkrétní, jedinečné situace, a v jiných epizodách se neopakovaly; například došlo ke konfliktu, kdy muž přirovnával vyměněnou ženu ke svojí manželce, i přes její opakovaný odpor, v jiné situaci potom byl vyvolán konflikt proto, že muž odmítl přestat kouřit v bytě na přání nové manželky.

Častěji byli konfliktní muži, kteří jsou v rodině v dominantní pozici, objevili se ovšem také případy, kdy muž, který je se svojí manželkou v pozici submisivní, s novou ženou vyvolává konflikty, které se zdají neopodstatněné, či tímto způsobem vzdoruje změnám a přáním nové ženy. Muži, kteří nejsou v rodině a manželství ani dominantní, ani submisivní, vyvolávali konflikty nejčastěji v momentě, kdy měli pocit, že nové ženy zanedbávají své povinnosti, nejčastěji v rámci péče o děti.

V 15 % se potom objevuje společná zábava, ke které ovšem nepoměrně více docházelo v první řadě. Rozdíl také lze sledovat ve druhu společné zábavy. V první řadě se objevuje více všech nefyzických druhů zábavy – intelektuální, kreativní i společenské. Společenská zábava se v poslední řadě dokonce nevyskytuje ani jednou. To interpretuji tak, že v první řadě bylo více mužů v nedělnických profesích; na rozdíl od poslední řady se zde vyskytovali muži zastávající intelektuální a kreativní profese, či svobodná povolání. Ve většině případů v poslední řadě se muži s novými ženami účastnili nějaké fyzické aktivity, například jízdy na kole, fotbalu či sáňkování. Celkem šestkrát se také objevila kreativní činnost, například vybírání nového domácího mazlíčka, stříhání a barvení vlasů nové ženy či vytváření vánočních ozdob. Společenská zábava potom většinou měla formu seznámení se s širší rodinou muže, návštěva hospody či restaurace, intelektuální zábava potom například návštěva Lidického památníku či zemědělského muzea.

Květinu, či bonboniéru darovalo nové manželce v každé z řad sedm mužů. Fyzického dotyku (držení se v pase, různé fyzické doteky během společné meditace) s novou ženou se

dopustili dva muži, a to v rámci jedné epizody, kdy se oba muži s vyměněnými ženami značně sblížili. Oba tito muži v průběhu výměny stále více kritizovali své původní manželky a jejich společný vztah, a stavěli se během finální diskuze „Mezi 8 očima“ na stranu vyměněných žen.

Za zmínku také stojí poslední proměnná, nabídka nápoje. Celkových osm případů je rozděleno mezi pouhé čtyři muže, kdy v první řadě nabídli ženě nápoj tři muži, a ve všech případech se jednalo o nabídku tvrdého alkoholu (dva z těchto mužů se dopustili jako jediní fyzického kontaktu s novou ženou, jak jsem zmínila výše), a v poslední řadě se všechny čtyři případy týkají jednoho muže, který nabízel nápoj nealkoholický a činil tak i po vyzvání ženy, aby přestal (žena si přála, aby ji „přestal obskakovat“).

Tabulka č. 13 – Interakce s novou ženou

		s novou ženou			
ochrana a zabezpečení		1		1 %	1 %
fyzický dotek		4		5 %	2 %
spolupráce		6	8	8 %	9 %
romantické gesto		11	10	14 %	12 %
konflikt	finance				
	výchova dětí	2	9	3 %	11 %
	domácí práce	3	3	4 %	4 %
	jiné	7	7	9 %	8 %
zábava	fyzická	5	5	6 %	6 %
	intelektuální	3	1	4 %	1 %
	kreativní	5	1	6 %	1 %
	společenská	5		6 %	3 %
naslouchání		5	13	6 %	15 %
vtipkování		17	21	22 %	23 %
rozdělování úkolů		1	3	1 %	4 %
nabízí nápoj		4	4	5 %	5 %

3.3.6. Verbální projevy

V této podkapitole se věnuji kategorii verbálních projevů, a to celkem v pěti částech – s dítětem/děťmi, s původní ženou, s novou ženou, s jiným člověkem a obecný způsob vyjadřování. Opět, jako v případě interakcí, byly jednotlivé proměnné sestaveny s ohledem na specifčnost vztahu mezi mužem/dítětem a mužem/ženou. Verbální projevy jsou od interakcí odlišeny reciprocitou – pokud se jednalo o případ, kdy spolu hovořily, či jinak interagovaly (např. vykonávaly činnost) dvě či více stran, byla situace vyhodnocena jako interakce, pokud se jednalo o jednostrannou komunikaci, která nevedla k rozvinutí rozhovoru či jiné aktivity, vyhodnotila jsem případ jako verbální projev.

Jako první v tabulce č. 14 můžeme vidět, že zdaleka nejčastějším verbálním projevem muže s dítětem byl projev autoritativní, činí dohromady 50 % všech verbálních projevů s dítětem. Nejčastěji ze všeho tedy muže své děti kárali a napomínali, a to povětšinou zvýšeným tónem doprovázeným výhrůžkou trestu („Přestaň, nebo nebudou bonbonky“). Alespoň jednou své dítě či děti autoritativním způsobem napomenulo v obou řadách sedm mužů.

Druhým nejčastějším verbálním projevem muže k dítěti je potom „poučení a výuka“. Muži své děti poučovali například o tom, aby neskákaly po posteli, jak si čistit zuby, jak vytvořit tabulku v počítači, ale také například o životním stylu a hodnotách („nikdy se nežeň, nebo dopadneš jako já“ sdělil jeden otec svému jedenáctiletému synovi).

Můžeme si také všimnout mezi řadami v rámci několika proměnných značných rozdílů. Tak například v první řadě ani jeden z mužů neprojevil verbálně lásku, zatímco v té poslední se již vyskytují fráze „miláčku“ či „miluju tě“ k dítěti. Muži v poslední řadě byli více schopni projevit náklonnost k dětem, ale v projevech náklonnosti k ženám takový rozdíl mezi řadami nenacházím, jak uvidíme v tabulce níže. Dále také v poslední řadě nacházím dva případy, kdy muž projevil vůči dítěti emocionální nedostupnost; vyhýbal se osobní otázce či projevil citovou uzavřenost. Jedná se o muže, kteří v jiných situacích projevil různé emoce, včetně hněvu a verbální agrese, a obecně vykazovali znaky emoční nestability a neschopnosti regulovat emoce.

Povzbuzení a pochvala se objevují v obou řadách pouze pětikrát. V první řadě šlo o pochválení vzhledu dcery a pochválení za splnění domácích povinností. Ve druhé řadě se potom jednalo o povzbuzení („určitě to tu zvládneme“ při odjezdu manželky) a pochválení

namalovaného obrázku. Ve stejném počtu se vyskytoval projev kritický či vyčítavý, který se ve většině případů týkal zanedbávání domácích povinností.

Ve verbálních projevech s dětmi muži vykazovali zejména znaky tradiční maskulinity. Své děti autoritativně napomínali a poučovali. Pokud muži své děti chválili, tak za splnění povinností, či se jednalo o pochválení vzhledu dcery. Netradiční maskulinitu (*reformní maskulinitu*) lze sledovat jen v menšině mužů, kteří projevovali svým dětem lásku a emocionální podporu, či je chválili za jejich výkony („všechny tvoje obrázky jsou hezké“). Ani tito muži ovšem nebyli zaznamenáni v situacích, ve kterých by sdíleli své starosti a radosti se svými dětmi.

Tabulka č. 14 – Verbální projevy s dítětem/děťmi

verbální projevy					
s dítětem/děťmi					
povzbuzení a pochvala	3	2	9 %	5 %	7 %
sdílení					
poučení a výuka	8	8	25 %	18 %	21 %
kritický, vyčítavý	3	2	9 %	5 %	7 %
milující		6		14 %	8 %
emocionálně nedostupný		2		5 %	3 %
vulgární	1	3	3 %	7 %	5 %
autoritativní	17	21	53 %	48 %	50 %

Nyní bych se ráda zaměřila na verbální projevy mužů k jejich manželkám. Opět zde zdůrazňuji, že prostor, který je v každé epizodě věnován dvojici manželů, je omezený na začátek, a konec epizody, proto zde pojednám pouze v krátkosti. Také bych ráda uvedla, že tabulka ukazuje pouze verbální projevy, ke kterým došlo konkrétně mezi mužem a manželkou, a nejsou zde uvedeny případy, kdy muž o manželce hovoří s jinou osobou, respektive o ní mluví před štábem (štáb v žádné z epizod není slyšen hovořit, ani jinak zasahuje do dění). Takové případy jsou zahrnuty v tabulce č. 17.

Tabulka níže ukazuje, že nejčastějším verbálním projevem muže s manželkou je projev „milující“. Většinou se jedná o spojení vyjadřující náklonnost, nejčastěji „miluju tě“ nebo například „lásinko“, „stýskalo se mi“ nebo „už nikdy se neopustíme“. Takové projevy

byly ve většině případů řečeny na konci každé z epizod, po emotivním znovushledání manželů. Na začátku epizod potom muži projevovali povzbuzení či pochvalu svým manželkám, tedy například „zvládni to“, „užij si to“ či „držíme palečky“, na konci epizody potom několik případů, kdy muž reflektovaně chválí svou manželku za vychování dětí, které si během výměny sám zakusil.

Zmínit bych zde také chtěla jediný případ, kdy se muž vyslovil vůči své ženě ponižujícím způsobem. Jedná se o případ, kdy mužova manželka reaguje po návratu domů na nového domácího mazlíčka, který byl pořízen v její nepřítomnosti, načež muž říká „Vidím, že seš fakt trochu hysterka“. O tomto muži jsem konkrétně hovořila již v podkapitole *Interakce* jako o jednom ze dvou mužů, kteří se dopustili fyzického kontaktu s vyměněnou ženou.

Tabulka č. 15 – Verbální projevy s původní ženou

s původní ženou					
povzbuzení a pochvala	5	9	28 %	29 %	29 %
sdílení	1	1	6 %	3 %	4 %
poučení a výuka					
kritický, vyčítavý	1	1	6 %	3 %	4 %
milující	9	8	50 %	26 %	35 %
emocionálně nedostupný		1		3 %	2 %
vulgární	1		6 %		2 %
nesouhlasný		2		7 %	4 %
souhlasný		5		16 %	10 %
přerušování		4		13 %	8 %
ponižující	1				2 %
kontrolující					

Tabulka č. 16 se soustředí na verbální projevy s novou ženou, která tráví s mužem celou deset dní dlouhou výměnu, případů je zde tedy mnohem více než v předchozí tabulce. Tabulka ukazuje, že s ohledem na obě řady je se 17 % nejčastější projev nesouhlasný, v řadě první má ovšem větší procentuální zastoupení projev ponižující a přerušování. Jednoznačně lze tedy říci, že negativní projevy vůči vyměněným ženám byly hojnější než ty pozitivní.

Zejména v poslední řadě se objevovalo mnoho případů, kdy muž verbálně nesouhlasil s novou ženou v momentě, kdy došlo ke změně režimu v rámci „Teď tady velím já“, a jednalo se o muže, kteří se v průběhu výměny účastnili hned několika konfliktů. Stejně tak je to v případě „přerušování“, tedy momentů, kdy muž přeruší ženinu rozmluvu, aby se sám chopil slova. Takových případů jsem zaznamenala celkem 15, ovšem dopustilo se jich několik málo mužů opakovaně. I v tomto případě se jednalo o muže, kteří mnohdy vyvolali konflikt, novou ženu kritizovali a ponižovali.

Kritizovány byly ženy nejčastěji s ohledem na vaření, starání se o domácnost či péči o děti. Zatímco většina mužů zůstala u kritiky či výčitek, několik málo z nich ženu přímo ponižovali, nebo ji vulgárně uráželi. V první sérii se dopustili ponižujícího projevu tři muži, jeden z nich rovnou šestkrát. Tento případ došel do bodu otevřeného konfliktu, který vedl k předčasnému ukončení výměny. Řečena byla například spojení jako: „seš nafíflená“ či „co bys měla dělat jiného než vařit“. Na vulgarismy došlo v pěti případech, ovšem většina z nich nebyla mířena proti osobě ženy. Jako příklad uvádím „to mě sere“, nebo povětšinou také „ty vole“. Oba případy vulgarismů v první sérii se týkají muže zmíněného výše, který vyměněnou ženu celkem šestkrát ponižil. V tomto případě proti ženě a jejímu muži použil spojení: „jste shnilí, fakt ste falešný zevnitř“ a „ty náno“.

Poměrně často jsem se ale během sběru dat setkala také se souhlasným projevem, kdy muž dával ženě za pravdu, mnohdy během „Teď tady velím já“, kdy žena uváděla, co by bylo radno v domácnost či výchově dětí změnit. Souhlasili většinou muži otevření a nekonfliktní, v harmonickém vztahu s vlastními manželkami. Tito muži většinou dále pokračovali tím, že se snažili změnit to, co jim nová žena vytkla, či přímo dala za úkol změnit.

V tabulce vidíme, že je výrazný nepoměr hned v několika proměnných. V první řadě je to v proměnné „sdílení“, kdy v první řadě se s osobním, intimním problémem či tématem nové ženě nesvěřil ani jeden muž, v poslední řadě potom pět mužů, většina z nich opakovaně. Muži se ženám svěřili například s dopuštěním se nevěry v minulosti a jinými vztahovými nesnázemi, či s problematickou rodinnou historií. Další nepoměr potom lze sledovat v proměnné „emocionálně nedostupný“, kde vidíme, že se muži v poslední řadě častěji vyhýbali osobním otázkám. Zde podotýkám, že v poslední řadě se obecně vyskytovalo o mnoho více případů konverzací na hluboce osobní témata (nevěra, domácí násilí, problematické či nechtěné děti). Domnívám se, že k tomu účastníci byli vybízeni produkcí seriálu (například opakovaným dotazováním) za vidinou větší sledovanosti. Toto tvrzení podporuje také to, že v poslední řadě se počet verbálních projevů k nové ženě téměř

zdvojnásobil. Stejný trend lze pozorovat také v tabulce č. 14 a tabulce č. 17. Domnívám se, že za účastníky seriálu nebyli pro poslední řadu vybírání muži výřečnější a komunikativnější, ale spíše se jedná o účelové rozhodnutí produkce seriálu dát mužům více prostoru (času na obrazovce), ptát se na více invazivních otázek atp.

Jako poslední jmenuji proměnnou „kontrolující“, kdy celkem pět mužů z poslední řady projeví potřebu kontrolovat činy nové ženy. Většina z těchto případů měla podobu opakovaného tázání se, zda žena vykonala povinnost jí uloženou.

Tabulka č. 16 – Verbální projevy s novou ženou

s novou ženou					
povzbuzení a pochvala	6	2	11 %	2 %	5 %
sdílení		9		9 %	6 %
poučení a výuka	4	9	7 %	9 %	8 %
kritický, vyčítavý	6	16	11 %	16 %	14 %
milující	2		4 %		1 %
emocionálně nedostupný	2	10	4 %	10 %	8 %
vulgární	2	3	4 %	3 %	3 %
nesouhlasný	7	19	13 %	19 %	17 %
souhlasný	6	11	11 %	11 %	11 %
přerušování	9	6	16 %	6 %	10 %
ponižující	8	2	15 %	2 %	7 %
kontrolující	2	12	4 %	12 %	9 %
nabízí pomoc	1		2 %		1 %

V této tabulce představím data získaná ze situací, ve kterých sledovaní muži hovořili s někým jiným než se svým dítětem, se svou manželkou nebo s vyměněnou manželkou. Ve většině případů se jedná o situace, kdy muž dával výpověď štábu, který, jak již bylo řečeno, se v žádném ze záběrů neúčastní konverzace, ani nijak jinak nezasahuje do dění výměny.

Nejčastějším druhem verbálního projevu se štábem byl projev kritický či vyčítavý, ve většině případů se jednalo o kritiku nových žen, a byly to výpovědi mužů, kteří kritiku nesdělili ženám samotným, ale pouze soukromě štábu. Převážně byla žena kritizována za

neplnění domácích povinností, či za nesprávnou výchovu dětí. Poměrně častá byla také kritika ženina vaření, popřípadě nedostatku vaření.

Řada mužů se také štábu svěřila s osobními problémy, minulými i současnými. Zde ale nacházím nepoměr mezi první a poslední řadou, kdy v té první se štábu svěřili s problémem pouze tři muži, a ani jeden z nich se nesvědčil nové manželce. V řadě poslední potom sdílelo své osobní problémy se štábem osm mužů, většina z nich po svěřeni se vyměněné ženě. Předpokládám, že řada z nich tak učinila na popud štábu, který se do finálního sestřihu nedostal, a to z důvodu větší sledovanosti v případech rozebírání intimních, osobních problémů, jak jsem již uvedla výše.

Objevuje se také řada případů, kdy muž hovoří o své manželce, nebo o té vyměněné milujícím způsobem. Laskavá spojení jako „je to bezvadná ženská“ nebo „manželka je nejskvělejší“ muži častěji sdělili štábu než ženám samotným.

Ponižujícím způsobem se vyjádřili tři muži, dva z nich o vyměněné ženě, jeden o své vlastní manželce. První muž před štábem zavtipkoval o hygienických návycích nové ženy, a řekl, že prý „není normální tato ženská“. Druhý muž se potom našťvaně štábu svědčil s obviněním, že nová manželka se nedokáže postarat o jeho děti, navíc že „jestli na to nemá, tak tu nemá co dělat“. Třetí muž potom se štábem vtipkoval o tom, že jeho žena doma štípe dříví místo něho, a „co víc může chtít ženská, když já nepiju, nekouřím“.

Vulgarismy se ve výpovědích se štábem objevili pouze třikrát, ani jednou z toho nebyly mířeny proti osobě kteréhokoliv z účastníků. Jeden z mužů si tak například postěžoval, „všechno mě tu sere“.

Poměrně častým, a to zejména v poslední sérii, bylo verbální stěžování si. Přes četnost takových případů je zde třeba zmínit, že se jich dopustilo celkem pět mužů. Nejčastěji si muži stěžovali na svou finanční situaci, poté na příliš mnoho domácích povinností, nebo na zanedbávání povinností ženy. Všichni muži, kteří si stěžovali na finanční situaci, také v jiném momentu promluvili o své spotřebě alkoholu a cigaret, bez reflektování možné souvislosti.

Také tato tabulka prezentuje data ukazující směrem k tradiční maskulinitě. Muži kritizovali ženy za jejich vaření, za neplnění domácích povinností, které jim sami uložili, pochvaly sdělovali snáz třetí osobě než ženám samotným. Také muži sdíleli své problémy a jiná osobní témata dvakrát častěji se štábem než s vyměněnými ženami, což podporuje moji hypotézu, že jsou muži ke sdílení svých osobních problémů štábem vybízeni.

Tabulka č. 17 – Verbální projevy jiné

jiné					
povzbuzení a pochvala	5	1	13 %	1 %	5 %
sdílení	3	15	8 %	19 %	15 %
kritický, vyčítavý	7	16	18 %	20 %	19 %
milující	9	4	23 %	5 %	11 %
emocionálně nedostupný	1	5	3 %	6 %	5 %
vulgární		3		4 %	3 %
vysvětlující	5	9	13 %	11 %	12 %
vtipkování	4	3	10 %	4 %	6 %
stěžování si	1	15	3 %	19 %	13 %
zmínka o alkoholu, cigar.	1	6	3 %	8 %	6 %
ponižující	4	2	10 %	3 %	5 %

Poslední tabulkou analýzy je tabulka prezentující data získaná za účelem sledování způsobu vyjadřování. Zde jsem sledovala, jaká slova muži užívají, jaká slovní spojení, popřípadě jak komplikované věty skládají. Zjistila jsem, že pouze tři z nich, z nichž všichni jsou účastníci první řady seriálu, vykazují znaky odborného vyjadřování. Tací muži častěji, než jiní užívali idiomy a/nebo metafory a odbornější pojmy, například „zanalyzovat“, „aplikovat“ či „zvýšený adrenalin“ a další.

Většina všech mužů se řadí k jednoduchému způsobu vyjadřování, a tedy užívají hovorovou řeč, s některými běžně užívanými hovorovými obraty. Tito muži nemají problém se složením delšího souvětí nebo užití běžných idiomů.

Třetím druhem je vyjadřování „omezené“, ke kterému řadím jediného muže z první řady, který vykazoval značně omezenou slovní zásobu, a tedy měl problém volit ta správná slova. Poslední skupinou jsou muži, kteří měli určitou formu vady řeči. Do této skupiny jsem zařadila čtyři muže z poslední řady. Druhy vady řeči se různily, první z mužů šišlal, druhý ráčkoval, třetí sýčkoval a čtvrtý prokazoval znaky nespecifikované vady řeči, domnívám se, že zapříčiněné pokročilým stavem zanedbané dentální hygieny. Mimo vadu řeči by tři z těchto čtyř mužů mohli být zařazeni také do skupiny omezeného způsobu vyjadřování, a tedy mají omezenou slovní zásobu a problém s formulováním delších vět i jejich porozumění atp.

Tabulku č. 18 interpretuji v souvislosti s tabulkou č. 2 (druh zaměstnání). Tři muži, které jsem přiřadila k proměnné odborného vyjadřování, zastávali poměrně náročná povolání vyžadující specializaci a odbornou kvalifikaci (ekonom, manažer), a tedy i vyšší vzdělání, zatímco všichni muži přiřazení k proměnným „vada řeči“ a omezeného vyjadřování zastávali manuální povolání. Tito muži byli mimo jiné také emočně nestabilnější a konfliktnější než jiní.

Tabulka č. 18 – Obecný způsob vyjadřování

obecný způsob vyjadřování					
odborné	3		30 %		15 %
jednoduché	6	6	60 %	60 %	60 %
omezené	1		10 %		5 %
vada řeči		4		40 %	20 %

3.3.7. Výpovědi

Poslední podkapitolou věnující se kategoriím sestaveným pro tento výzkum jsou „výpovědi“. Výpověďmi myslím konkrétní sdělení řečená mužem, která výslovně buď podporují, či odporují genderovým stereotypům. Takových sdělení jsem zaznamenala dohromady 48, v případě obou proměnných (podporující i odporující) více v řadě poslední. V obou řadách vidíme, že se vyskytlo více výpovědí podporujících genderový stereotyp. Tabulka také ale ukazuje, že v poslední řadě byl dvojnásobek výpovědí, které výslovně odporovaly genderovému stereotypu.

Jako příklad výpovědí podporujících genderový stereotyp uvádím například: „manželka mě nezročila, nezročí mě ani druhá“, „já si k tomu stoupnu, jako hlava rodiny“, „chtěl bych ženskou, která by mi tady uklidila, uvařila“, či „na ty kila nejsme zvyklí“. Obecně se vyskytla řada momentů, kdy muž stereotypně hodnotil vzhled ženy, zejména její váhu, nebo hygienické návyky, jako četnost koupání se či holení.

Výpovědi odporující genderovému stereotypu se potom nejčastěji týkaly dominantní povahy žen, například: „stojí si za svým a nic s ní nehne, ani já“ či „sklopim uši a neřeším to“, respektive taková sdělení, která implementovala, že je muž na denní bázi účasten na pracích, jako je vaření či uklízení, nebo na péči o malé děti.

Výpovědi odporující genderovému stereotypu ovšem většinou naznačovaly vnímání situace mužem jako jedinečné nebo nezvyklé, například v případech komentování dominantní povahy manželky. Výpovědi podporující genderový stereotyp potom naznačovaly spíše vnímání situace jako samozřejmé. Obecně vzato tedy lze říci, že všechny verbální projevy mužů v obou řadách vykazují nejvíce znaků tradiční maskulinity. Muži se v mnoha momentech uchýlovali k genderovým stereotypům a genderové dělbě práce.

Tabulka č. 19 – Výpovědi

Výpovědi					
podporující gen. stereotyp	14	16	70%	57%	63%
odporující ge. stereotypu	6	12	30%	43%	37%

3.4. Shrnutí výsledků analýzy

Analýze bylo podrobena deset epizod seriálu *Výměna manželek*, sledováno bylo celkem 20 mužů různých věků, profesí, životních stylů a rodinných situací. Přesto, že každý z mužů vedl jedinečný život v jedinečných podmínkách, se během analýzy vynořily vzorce a podobnosti, ze kterých je možné vyvodit závěry. V předchozích podkapitolách jsem prezentovala, komentovala a interpretovala výsledkové tabulky, nyní bych ráda tyto výsledky shrnula a tím také odpověděla na stanovené výzkumné otázky.

Již název sledovaného pořadu, *Výměna manželek*, naznačuje, že se jedná o pořad, který staví na stereotypech. Mým cílem bylo zjistit, jak při tom konstruuje maskulinity. V mnoha ohledech nyní není pochyb o tom, že *Výměna manželek* je obtěžkána mnohými genderovými stereotypy. Tak například nebyl zaznamenán případ, kdy by mužský účastník pořadu byl na rodičovské dovolené; všechny případy rodin s malými dětmi vykazovaly stereotypní dělbu práce – muž chodil do placeného zaměstnání, zatímco žena zůstávala doma na mateřské dovolené a starala se o domácnost a děti. Dále potom například způsob výchovy dětí mužů byl v pořadu prezentován povětšinou stereotypně – muži byli vychovateli ráznými a autoritativními, vyžadujícími disciplínu spíše, než by poskytovali dítěti emocionální podporu.

Analýza dat byla přínosná zajisté také proto, že jsem ji uskutečnila nikoliv pouze ze všech získaných dat, ale také s rozlišením na dvě řady, první (odvysílanou v roce 2005) a

poslední aktuální (vysílanou v roce 2024), což mi umožnilo nalézt řadu nesrovnalostí, které bych nyní ráda reflektovala. Připomínám, že využívám typologie Connell, prezentované zejména v její knize *Masculinities* (1995), kterou jsem popsala v teoretické části práce v podkapitole *Typologie maskulinit* (2.1.6.).

V první řadě se vyskytovali častěji muži, kteří odpovídali hegemonní maskulinitě; byli to muži v prestižních zaměstnáních, kontrolující rodinné finance, aplikující ráznou výchovu dětí a dominantní ve vztahu se ženami. Byli to muži nesdílní a příliš neprojevovali své emoce. Méně se účastnili domácích prací a častěji se výslovně nazývali „hlavami rodiny“. Nalezla jsem také několik mužů, které bych zařadila do kategorie komplicitní maskulinity. Vykazovali mnohé znaky hegemonní maskulinity, ale byli ochotnější ke kompromisům se ženami a k rovnoměrnějšímu rozdělení domácích povinností, také se více podíleli na péči o děti.

Poslední řada již prezentuje značně odlišný typ maskulinit. Převážně lze hovořit o podřízených maskulinitách, nebo jak Connell prezentuje v souboru čtyř studií v její knize *Masculinities* (1995), o protestních maskulinitách. V poslední řadě můžeme sledovat muže profesně nepříliš úspěšné, povětšinou zastávající podřadná manuální zaměstnání bez nutnosti odborné kvalifikace. Muži často udržovali povrchní vztahy se ženami i s dětmi, na jejichž výchově se téměř nepodíleli, a uchylovali se k pití alkoholu a kouření cigaret a v mnoha ohledech se podobali mužům popsaným v kapitole *Live Fast Die Young* v knize Connell (1995). Opět se ale vyskytly výjimky, a to v poslední řadě především v podobě reformních maskulinit. Tito muži ochotně a zcela automaticky vykonávali stereotypně femininní činnosti k udržení chodu domácnosti, jako je vaření, nebo intenzivní pečování o dítě (koupání, přebalování). Prokázali schopnost emočně podpořit dítě či svou nebo náhradní ženu, stejně jako schopnost vyjádřit a komunikovat své vlastní emoce, a to ve většině případů cizí (vyměněné) ženě, či štábu. Projevili také v několika případech lásku (ženě i dítěti), obavy či soucit. V několika případech se také výslovně vyjádřili proti genderovým stereotypům. Tací muži buďto zastávali pozici submisivní, zatímco žena byla zcela otevřeně a reflektovaně „hlavou rodiny“, nebo byli v harmonickém vztahu, kde ani jednoho z manželů nelze označit za dominantního či submisivního. Takových mužů ale byla menšina a v obou řadách převažovali muži s tradiční maskulinitou.

Jistě lze nyní s jistotou říci, že pořad *Výměna manželek* prezentuje celou řadu genderových stereotypů. *Výměna manželek* stále reprodukuje stereotypní genderovou dělbu práce, od mužských účastníků seriálu byla také očekávána síla, rozhodnost a finanční

samostatnost, které mnohdy muži nemohli dosáhnout. Objevily se ale také mnohé momenty, které genderovým stereotypům odporovaly. Zejména v poslední řadě jsem sledovala muže (ač jich nebylo mnoho), kteří nebyli profesně ambiciózní a řada z nich upřednostňovala rodinný život a spokojenost manželky a dětí. Obecně lze říci, že první řada *Výměny manželek* vykazovala více genderových stereotypů než řada první.

V neposlední řadě bych ráda poznamenala, že analýza ukázala, že *Výměna manželek* prošla za posledních 19 let výraznou proměnou; začala jako seriózní dokumentární seriál sledující spořádané životy běžných lidí, a skončila jako zábavní pořad, který mnohdy konstruuje konflikty, aby zaujal diváka a účelně vybírá za účastníky jedince a rodiny s nešťastnými osudy, nebo s problematickými osobnostmi, s vidinou větší sledovanosti. Také muži v první řadě se dosti liší od mužů v té poslední, jak jsem diskutovala výše. Zásadní rozdíl můžeme sledovat v tabulce č. 2, která ukazuje na jednu stranu pestrost profesí, které muži v první řadě zastávali (ekonom, kadeřník, manažer, policista atd.) a na stranu druhou homogenitu profesí v řadě poslední (kdy devět z deseti mužů pracovali na pozicích manuálních pracovníků). Dalším zásadním rozdílem je také množství interakcí a verbálních projevů mužů, které byly četnější v řadě poslední. Tento rozdíl považuji za způsobený rozhodnutím tvůrců seriálu přenechat mužským účastníkům v pořadu více prostoru, domnívám se, že s vidinou většího zaujetí diváků, například právě větším výskytem konfliktů vyvolaných muži. Předpokládám, že ze stejného důvodu se v poslední řadě vyskytují muži emotivnější a finančně nestabilnější, nebo například s častým výskytem vady řeči.

4. ZÁVĚR

Tato bakalářská práce si na počátku kladla za cíl osvětlit, jakým způsobem televizní pořad *Výměna manželek* konstruuje maskulinitu, a zda jsou v tomto procesu účastny genderové stereotypy, popřípadě jaké. V úvodní kapitole jsem uvedla své důvody pro zvolení právě tohoto tématu, a stručně jsem představila postup, jakým práce vznikala. Ve druhé části jsem diskutovala pojmy a koncepce nezbytné pro správné uchopení tématu, a tedy i správné provedení výzkumu. Teoretickou část jsem rozdělila do tří částí – první část se věnovala genderové problematice, v rámci které jsem osvětlila pojmy jako genderová identita, genderová socializace či konstrukce a typologie maskulinit.; druhou část jsem věnovala tématu médií, v rámci něhož jsem uvedla především základní dosavadní poznatky a teorie ve studiu médií, a konceptualizovala konkrétní zkoumané médium, jakým je televizní reality show; v poslední části jsem následně tato dvě témata propojila a rozpracovala jsem problematiku genderových stereotypů vyskytujících se v mediálním prostoru.

Ve druhé, empirické části této práce jsem provedla kvantitativní obsahovou analýzu, která ukázala, že seriál *Výměna manželek*, který jsem si zvolila jako téma práce, reprezentuje různorodé formy maskulinity, které jsou mnohdy založeny na tradičních genderových rolích a stereotypech, ale v několika případech se objevily také maskulinity nepodporující a nenaplňující genderové stereotypy. Zjištění analýzy naznačují, že mužská identita je často spojována s atributy jako jsou síla, autorita a zodpovědnost za finanční zajištění rodiny. Výzkum provedený v rámci této práce rovněž poukázal na to, že seriál často staví maskulinitu do kontrastu s femininitou, čímž posiluje binární chápání genderových kategorií.

Je důležité zde také připomenout, jak jsem již naznačila v předchozích kapitolách, že tato reprezentace může být ovlivněna rozhodnutími učiněnými tvůrci pořadu, tak jako editačními postupy užitými při zpracování nafilmovaného materiálu. Navzdory těmto limitům je však analýza tohoto mediálního obsahu důležitá pro hlubší porozumění tomu, jak jsou mužská genderová identita a genderové stereotypy konstruovány v české populární kultuře.

Ráda bych zde také předložila prostor pro další možné bádání. Pořad *Výměna manželek* je dle mého názoru daleko od vyčerpání materiálu vhodného pro sociologický

výzkum. Již existují práce zpracovávající například konflikty v tomto pořadu, nebo zkoumající konstrukci femininity, čehož je tato práce doplnění. Přínosné by ovšem jistě bylo také například zkoumání a porovnání různých verzí tohoto pořadu, jelikož verze *Výměny manželek* existuje například v USA, Itálii, Austrálii, Německu, ve Velké Británii či dalších. Tak například porovnání výsledků tohoto výzkumu s výsledky výzkumu konstrukce maskulinity v americké, či španělské verzi pořadu by jistě mohlo přinést řadu dalších přínosných poznatků jak pro studium maskulinit, tak pro studium médií. Řadu nových poznatků by také jistě přinesl výzkum vztahu maskulinity k femininitě ve zkoumaném seriálu.

SEZNAM LITERATURY

Badinter, É. (2005). *XY: o mužské identitě*. Paseka.

Barša, P. (2002). *Panství člověka a touha ženy: feminismus mezi psychoanalýzou a poststrukturalismem*. Sociologické nakladatelství SLON.

Berger, P. L., Luckmann, T., Svoboda, J., & Marada, R. (1999). *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii věděni*. Centrum pro studium demokracie a kultury CDK.

Bourdieu, P. (2000). *Nadvláda mužů*. 1. vyd. Praha: Karolinum.

Butler, J. (1990). *Gender trouble, feminist theory, and psychoanalytic discourse*. Routledge, London

Butler, J. (2002). *Gender trouble: feminism and the subversion of identity* ([10th anniversary ed.]). Routledge, London

Connell, R. (1995). *Masculinities*. University of California Press

Connell, R. (2002). *Gender*. Polity.

Craig, S. (1992). *Men, masculinity, and the media*. Sage Publications.

Cviková, J., Juráňová, J. (2005). *Ružový a modrý svět: rodové stereotypy a ich dôsledky* (2. vyd). Občan a demokracia.

Jandourek, J. (2001). *Sociologický slovník*. Portál.

Jirák, J., Köpplová, B. (2007). *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]* (Vyd. 2). Portál.

Jirák, J., Köpplová, B. (2009). *Masová média: 2., přepracované vydání*. PORTÁL sro.

- Karsten, H., Babka, P. (2006). *Ženy - muži: [genderové role, jejich původ a vývoj]*. Portál.
- Katz, P. A. (1986). Gender identity: Development and consequences. *The social psychology of female-male relations: A critical analysis of central concepts*, 21-67.
- Kiczková, Z., Szapuová, M. (2011). *Rodové štúdiá: súčasné diskusie, problémy a perspektívy*. Univerzita Komenského.
- Kimmel, M. S. (2004). *The gendered society* (2nd ed). Oxford University Press.
- Komárková, O. (2006). *Genderové stereotypy v reklamních textech*. Filozofická fakulta Univerzity Karlovy.
- Křížková, A. (2001). Genderová identita-základní definice, konstrukce, koncepty. *Gender rovné příležitosti výzkum*, 2(03), 1-2.
- Laqueur, T. (1992). *Making sex: Body and gender from the Greeks to Freud*. Harvard University Press.
- McQuail, D., Jiráček, J., Kabát, M. (2007). *Úvod do teorie masové komunikace* (Vyd. 3). Portál.
- Mead, G. H., Fafejta, O. (2017). *Mysl, já a společnost*. Portál.
- Mead, M. (1996). *Male and female: the classic study of the sexes*. Quill.
- Oakley, A., Poláčková, M., Poláček, M., Čermáková, M. (2000). *Pohlaví, gender a společnost*. Portál.
- Pavliček, A. (2010). *Nová média a sociální síť*. Oeconomica.
- Pilcher, J., Whelehan, I. (c2004). *Fifty key concepts in gender studies*. SAGE.

- Redman, P. (2000). *Identity. A Reader*. Sage, London
- Reifová, I. (2004). *Slovník mediální komunikace*. Portál.
- Renzetti, C. M., Gjurič, L., Curran, D. J. (2003). *Ženy, muži a společnost*. Karolinum.
- Rosengren, K. E. (2000). *Communication: an introduction*. Sage.
- Schulz, W., Hagen, L. M., Končelík, J., Köpplová, B., Scherer, H., Reifová, I. (2004). *Analýza obsahu mediálních sdělení (2. přeprac. vyd)*. Karolinum.
- Smetáčková, I. (2016). *Genderové představy a vztahy: sociální a kognitivní aspekty vývoje maskulinity a femininity v průběhu základní školy*. Sociologické nakladatelství SLON.
- Švaříčková-Slabáková, R. (2012). *Konstrukce maskulinní identity v minulosti a současnosti: koncepty, metody, perspektivy*. NLN, Nakladatelství Lidové noviny.
- Thompson, J. B. (J. B.), Trampota, T., Köpplová, B., Jiráček, J. (2004). *Média a modernita: sociální teorie médií*. Karolinum.
- Zábrodská, K. (2009). *Variace na gender: poststrukturalismus, diskurzivní analýza a genderová identita*. Academia.

Online zdroje

Connell, R. W., Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829–859. <http://www.jstor.org/stable/27640853>

https://www.imdb.com/title/tt0392948/companycredits/?ref=ttpl_ql_dt_4

<https://voyo.nova.cz/home>

<https://tv.nova.cz/porad/vymena-manzelek>

Kivel, B. D., Johnson, C. W. (2009). *Consuming Media, Making Men: Using Collective Memory Work To Understand Leisure and the Construction of Masculinity*. *Journal of leisure research*, 41(1), 110-134. <https://doi.org/10.1080/00222216.2009.11950162>

Vokey, M., Tefft, B., Tysiaczny, C. (2013). An analysis of hyper-masculinity in magazine advertisements. *Sex Roles*, 68, 562-576.

SEZNAM TABULEK

- Tabulka č. 1 – Věkové zastoupení (str. 43)
- Tabulka č. 2 – Druh zaměstnání (str. 44)
- Tabulka č. 3 – Druh místa bydliště, druh obydlí (str. 45)
- Tabulka č. 4 – Počet dětí, věk dětí (str. 46)
- Tabulka č. 5 – Majetkové poměry (str. 46)
- Tabulka č. 6 – Vzhled (str. 47)
- Tabulka č. 7 – Role v domácnosti (str. 48)
- Tabulka č. 8 – Činnosti (str. 50)
- Tabulka č. 9 – Výskyt (str. 52)
- Tabulka č. 10 – Emoce (str. 54)
- Tabulka č. 11 – Interakce s dítětem/děťmi (str. 56)
- Tabulka č. 12 – Interakce s původní ženou (str. 57)
- Tabulka č. 13 – Interakce s novou ženou (str. 59)
- Tabulka č. 14 – Verbální projevy s dítětem/děťmi (str. 61)
- Tabulka č. 15 – Verbální projevy s původní ženou (str. 62)
- Tabulka č. 16 – Verbální projevy s novou ženou (str. 64)
- Tabulka č. 17 – Verbální projevy jiné (str. 66)
- Tabulka č. 18 – Obecný způsob vyjadřování (str. 67)
- Tabulka č. 19 – Výpovědi (str. 68)

PŘÍLOHY

Kódovací kniha

Název výzkumu: Konstrukce maskulinity v seriálu Výměna manželek

Metoda: Kvantitativní obsahová analýza seriálu

Seznam proměnných:

IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

1. řada –
 1. první řada
 2. poslední řada
2. epizoda –
3. muž v dané epizodě –
 1. muž
 2. muž

ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

4. sociální charakteristiky –
 1. věk
 1. <25
 2. 25–30
 3. 31–40
 4. 41–50
 5. >50
 2. druh zaměstnání
 1. manuální
 2. intelektuální
 3. kreativní
 4. administrativní
 5. svobodné zaměstnání
 6. neupřesněno
 7. nezaměstnaný
 3. druh místa bydliště
 1. velkoměsto
 2. město

- 3. vesnice
- 4. druh bydliště
 - 1. dům
 - 2. byt
- 5. počet dětí
 - 1. 1-2
 - 2. 3-4
 - 3. 5+
- 6. věk dětí
 - 1. <5
 - 2. 5-10
 - 3. 11-15
 - 4. 15+
- 7. majetkové poměry
 - 1. bohatý
 - 2. střední vrstva
 - 3. chudý
- 8. vzhled
 - 1. upravený
 - 2. neupravený
 - 3. nedbalý
- 9. role v domácnosti
 - 1. dominantní
 - 2. submisivní
 - 3. nelze určit
- 5. výskyt –
 - 1. doma
 - 1. kuchyň
 - 2. obývací pokoj
 - 3. dětský pokoj
 - 4. jiné
 - 2. venkovní prostor
 - 1. zahrada
 - 2. garáž
 - 3. hřiště

- 4. příroda
 - 5. hospoda
 - 6. balkon
 - 7. jiné
6. činnosti – 1. aktivní
- 1. domácí práce
 - 1. (běžná) údržba domu
 - 2. (větší) technické opravy
 - 4. vaření a pečení
 - 5. grilování
 - 6. příprava stravy
 - 7. uklízení
 - 8. mytí nádobí
 - 9. luxování
 - 10. praní
 - 2. péče o děti
 - 3. péče o zvířata
 - 4. práce na zahradě
 - 5. sportování
2. pasivní
- 1. sledování TV
 - 2. kouření
7. emoce – 1. láska, něha
- 2. strach
 - 3. vztek
 - 4. agrese
 - 1. verbální
 - 2. neverbální
 - 5. smutek
 - 6. soucit
 - 7. bezmoc, frustrace
 - 8. rozladěnost
8. interakce – 1. s dítětem/děťmi
- 1. ochrana a zabezpečení

2. podpora a pomoc
 3. učení a vzdělávání
 4. hraní si
 1. rozvíjející
 2. nerozvíjející
 5. sportování
 6. konflikt
 7. pečování
 1. koupání, čištění zubů
 2. příprava jídla, krmení
 3. přebalování
 4. utěšování, uspávání
 5. oblékání, příprava oblečení
 8. disciplinace
 1. fyzický trest
 2. nefyzický trest
 9. vtipkování
 10. naslouchání
 11. rozdělování úkolů
2. s původní ženou
1. ochrana a zabezpečení
 2. fyzický dotek
 3. spolupráce
 4. romantické gesto
 5. konflikt
 1. týkající se majetkových poměrů
 2. týkající se dětí a jejich výchovy
 3. týkající se domácích prací
 4. jiné
 6. společná zábava
 1. fyzická
 2. intelektuální, vzdělávací
 3. kreativní
 7. naslouchání

- 8. vtipkování
- 9. rozdělování úkolů
- 3. s novou ženou
 - 1. ochrana a zabezpečení
 - 2. fyzický dotek
 - 3. spolupráce
 - 4. romantické gesto
 - 5. konflikt
 - 1. týkající se majetkových poměrů
 - 2. týkající se dětí a jejich výchovy
 - 3. týkající se domácích prací
 - 4. jiné
 - 6. společná zábava
 - 1. fyzická
 - 2. intelektuální, vzdělávací
 - 3. kreativní
 - 4. společenská
 - 7. naslouchání
 - 8. vtipkování
 - 9. rozdělování úkolů
 - 10. nabízí nápoj
- 9. verbální projevy –
 - 1. s dítětem/děťmi
 - 1. povzbuzení a pochvala
 - 2. sdílení
 - 3. poučení a výuka
 - 4. kritický, vyčítavý
 - 5. milující
 - 6. emocionálně nedostupný
 - 7. vulgární
 - 8. autoritativní
 - 2. s původní ženou
 - 1. povzbuzení a pochvala
 - 2. sdílení
 - 3. poučení a výuka

4. kritický, vyčítavý
5. milující
6. emocionálně nedostupný
7. vulgární
8. nesouhlasný
9. souhlasný
10. přerušování
11. ponižující
12. kontrolující
13. nabízí pomoc

3. s novou ženou

1. povzbuzení a pochvala
2. sdílení
3. poučení a výuka
4. kritický, vyčítavý
5. milující
6. emocionálně nedostupný
7. vulgární
8. nesouhlasný
9. souhlasný
10. přerušování
11. ponižující
12. kontrolující
13. nabízí pomoc

4. jiné

1. povzbuzení a pochvala
2. sdílení
3. kritický, vyčítavý
4. milující
5. emocionálně nedostupný
6. vulgární
7. vysvětlující
8. vtipkování
9. stěžování si

10. zmínka o alkoholu, cigaretách

11. ponižující

5. obecný způsob vyjadřování

1. odborné

2. jednoduché

3. omezené

4. vada řeči

10. výpovědi –
1. podporující genderový stereotyp
 2. odporující genderovému stereotypu