

SOÚ

Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech

Paulína Tabery

Tuto práci recenzovaly:
PhDr. Věra Haberlová
PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Tento text vznikl v rámci projektu Národního programu výzkumu na léta 2004-2009, v tématickém programu „Moderní společnost a její proměny“. Jedná se o grant č. 1J034/05-DP2 s názvem „Souvislosti proměn pracovního trhu a forem soukromého, rodinného a partnerského života v české společnosti“. Studie byla podpořena Výzkumným záměrem Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i., „Sociologická analýza dlouhodobých sociálních procesů v české společnosti v kontextu evropských integračních politik, rozvoje znalostní společnosti, lidského, sociálního a kulturního kapitálu“, č. AV0Z70280505.

Obsah

Abstrakt	7
Abstract	8
Abstrakt	9
1. Úvod	11
2. Teoretická východiska	12
2.1. Média a gender	12
2.2. Genderově vyhraněná média (ženské a mužské časopisy)	17
3. Metodologie	19
3.1. Charakteristika výzkumného souboru	19
3.2. Výzkumná metoda a zpracování dat	21
4. Mužské časopisy	22
5. Ženské časopisy	28
5.1. Soukromý život	28
5.1.1. Zobrazované typy partnerství	28
5.1.2. Rozchod partnerů, partnerská nevěra	33
5.1.3. Děti a plánování mateřství	34
5.1.4. Otcovství	37
5.2. Profesionální život	39
5.2.1. Zobrazované formy zaměstnání	40
5.2.2. Rovné příležitosti	42
5.3. Sladování rodinného a pracovního života	44
6. Konstrukce analyzovaných textů v ženských a mužských časopisech po formální stránce	51
7. Struktura čtenářské obce jednotlivých ženských a mužských časopisů (Zuzana Uhde)	52
8. Závěr	57

Literatura	61
Příloha: Seznam analyzovaných příspěvků	63
Shrnutí	69
Summary	71
Zusammenfassung	73
O autorkách	75

Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech

Paulína Tabery

Abstrakt

Předkládaná práce je kvalitativní analýzou textů týkajících se rodinného, či partnerského a pracovního života zveřejněných v mužských a ženských časopisech. Základním cílem je prozkoumat, jaké reprezentace rodinného/partnerského a pracovního života se ve zkoumaných časopisech nacházejí. Mužské a ženské časopisy se významně liší jak velikostí prostoru, který je dán rodinnému a profesnímu životu, tak reprezentacemi, které se v těchto dvou typech tiskovin objevují. Ženské časopisy nabízejí rozmanitější reprezentace soukromého i pracovního života a na základě toho strukturují i téma sladování obou světů – světa rodiny a světa práce. Mužské časopisy jsou svým zaměřením na oddych a volný čas výrazně odlišné od ženských, kde téma rodiny a potažmo i práce tvoří jedno z významných, ne-li základních prvků časopisu. Zatímco reprezentace uspořádání soukromého života v mužských časopisech jsou víceméně tradiční (singl, nesezdané soužití, manželství), v ženských časopisech dostává kromě toho významný prostor i konstrukt svobodné matky a zmiňovány (i když okrajově) jsou i marginální typy rodinného uspořádání jako lesbický/homosexuální vztah a vztah na dálku. Pracovní život není ve zkoumaných mužských časopisech tematizován, existuje ovšem jakýsi tichý předpoklad práce na plný úvazek. Naopak v ženských časopisech je význam práce dán nejen věnovaným prostorem, ale i růzností zobrazení uspořádání profesního života. Kromě práce na plný úvazek nebo podnikatelské činnosti jsou zmiňovány i flexibilní formy práce jako zkrácený pracovní úvazek, práce z domova nebo sdílení pracovního místa. Je zajímavé, že tyto alternativy v sobě vždy zahrnují souběžnou péči o malé dítě. Jelikož rodinný i pracovní život jsou v ženských časopisech velmi důležité, objevuje se i téma sladování soukromého a profesního života. Velmi zřetelným prvkem při harmonizaci práce a rodiny je stres, který lze charakterizovat jako životní pocit velmi silně přítomný v ženských časopisech. Řešení, která jsou nabízena, lze rozdělit do dvou základních strategií – osobní řešení situace (návodů na psychickou nebo fyzickou relaxaci) a strukturální řešení (zapojení partnera do péče o domácnost a o děti).

Doplněním kvalitativní studie je stať Zuzany Uhde vycházející z kvantitativních měření o struktuře čtenářských obcí jednotlivých zkoumaných ženských a mužských časopisů.

Klíčová slova

ženské časopisy; mužské časopisy; organizace soukromého života; pracovní život; mediální prezentace; odlišnosti reprezentací v ženských a mužských časopisech

The Representation of Different Forms of Family and Working Life in Women's and Men's Magazines

Paulína Tabery

Abstract

The study presents a qualitative analysis of texts on family, partnership, and working life published in men's and women's magazines. The objective of the analysis is to examine how family, partnership, and working life are represented in these media. Men's and women's magazines differ substantially in terms of how much space they devote to topics of family and professional life and how they represent these topics. Women's magazines offer a more variegated representation of working and private life and of the subject of how to reconcile working and family life. Men's magazines devoted to recreation and leisure time differ considerably from women's magazines, where family and even work make up one of the most important if not the most essential content features of the magazine. While in men's magazines the representation of private life arrangements is more or less traditional (single life, cohabitation, marriage), women's magazines also devote considerable space to the subject of single mothers and even discuss (albeit secondarily) other, marginal types of family arrangement, such as lesbian/homosexual relationships and long-distance relationships. Working life is not a major theme in men's magazines, but the quiet assumption is that the reader is working full time. Conversely, in women's magazines the importance of work is reflected in the amount of space devoted to the topic and even in the variety of professional life arrangements portrayed. Alongside full-time employment and freelance or self-employment, other forms of work are discussed, such as part-time work, working from home, or job-sharing. These alternative forms always encompass a discussion of simultaneously caring for children. Although family and working life are very important in women's magazines, the topic of work-life balance also appears. A clear by-product of efforts to reconcile work and family life is stress, which is a subject that is widely discussed in women's magazines. The solutions these magazines offer to stress tend to fall into one of two categories: personal solutions (advice on physical and mental relaxation), and structural solutions (involving the partner in housework and caring for the children).

The study is followed by a supplement written by Zuzana Uhde, which examines the readership structure of men's and women's magazines using quantitative data.

Keywords

Women's magazines, men's magazines, private life arrangements, working life, media presentation, differences in representations in women's and men's magazines

Die Darstellung der verschiedenen Formen von Familienleben und Arbeitswelt in Frauen- und Männerzeitschriften

Paulína Tabery

Abstrakt

Die vorliegende Arbeit ist eine qualitative Analyse von Texten zu Familie, Partnerschaft und Arbeitswelt, die in Männer- und Frauenzeitschriften veröffentlicht wurden. Ziel der Arbeit ist die Untersuchung der Art und Weise der Darstellung von Familie/Partnerschaft und Arbeitswelt in den untersuchten Zeitschriften. Männer- und Frauenzeitschriften unterscheiden sich erheblich voneinander, sowohl was den Umfang betrifft, der den Themen Familie und Arbeit gewidmet wird, als auch hinsichtlich der Darstellung dieser Themen. Frauenzeitschriften bieten eine vielfältigere Darstellung von Privatleben und Arbeitswelt und strukturieren auf dieser Grundlage auch die Vereinbarung dieser beiden Welten – Familie und Arbeit. Männerzeitschriften unterscheiden sich durch ihren Schwerpunkt auf Erholung und Freizeit erheblich von Frauenzeitschriften, in denen die Themen Familie und Arbeit wesentliche, wenn nicht gar grundlegende Elemente der Zeitschrift ausmachen. Während die Darstellung des Privatlebens in Männerzeitschriften mehr oder weniger traditionellen Mustern folgt (Single, unverheiratete Partnerschaft, Ehe), wird in Frauenzeitschriften auch dem Konstrukt der allein-erziehenden Mutter erheblicher Raum gegeben, und auch marginale Typen der Familienordnung wie lesbisch/homosexuelle Beziehungen und Fernbeziehungen werden (wenn auch nur am Rande) thematisiert. Die Arbeitswelt wird in den untersuchten Männerzeitschriften nicht thematisiert, wobei freilich eine hauptberufliche Tätigkeit stillschweigend vorausgesetzt wird. In Frauenzeitschriften dagegen schlägt sich die Bedeutung der Arbeit nicht nur im Textumfang, sondern auch in der Vielfalt der Darstellungsformen der Arbeitswelt nieder. Neben hauptberuflicher oder unternehmerischer Tätigkeit werden auch flexiblere Formen der Arbeit wie Teilzeitstellen, Heimarbeit oder Job-Sharing erwähnt. Diese Alternativen beinhalten immer auch die Frage der Kindererziehung. Da Familie und Arbeit in Frauenzeitschriften sehr wichtig sind, taucht hier auch das Thema der Vereinbarung von Beruf und Privatleben auf. Ein wesentliches Element der Vereinbarung von Beruf und Familie ist der Stress, der als ein in Frauenzeitschriften stark thematisiertes Lebensgefühl bezeichnet werden kann. Die angebotenen Lösungen können in zwei grundlegende Strategien gegliedert werden – persönliche Lösungsansätze (Anleitungen zur psychischen und physischen Entspannung) und strukturelle Lösungen (Einbindung des Partners in Haushalt und Kindererziehung).

Die qualitative Studie wird ergänzt durch eine Abhandlung von Zuzana Uhde, die von der quantitativen Messung der Leserstruktur der untersuchten Frauen- und Männerzeitschriften ausgeht.

Schlüsselwörter

Frauenzeitschriften; Männerzeitschriften; Organisation des Privatlebens; Arbeitswelt; Darstellung in den Medien; Verschiedenheit der Darstellung in Frauen- und Männerzeitschriften

1. Úvod

Média jsou jedním ze základních zdrojů informací v moderní společnosti a zároveň jedním z důležitých socializačních činitelů. Dennodenně je vyprodukováno množství mediálních reprezentací, které více či méně působí na příjemce informací a formují jejich světy. Média působí nejen jako prostředek komunikace, ale i jako významný socializační prvek. Mediací se předávají hodnoty, normy a poznání obecně akceptované ve společnosti.

V soudobých společnostech dochází ke změnám způsobu organizace soukromých i profesních životů, a proto je namístě položit si otázku: Jaké jsou mediální reprezentace těchto jevů? Jsou médiím vůbec reflektovány? A pokud ano, jakým způsobem jsou jejich reprezentace konstruovány?

Cílem této analýzy není zachytit samotný proces proměn mediálních reprezentací, jejich časové srovnání, ale zjistit, jaké mediální reprezentace možných uspořádání rodinného a profesního života jsou nabízeny v současnosti.

Základní výzkumná otázka na počátku analýzy proto byla: *Jaké reprezentace lze nalézt v médiích v souvislosti s rodinným a pracovním životem?* Jelikož nebylo možné analyzovat všechna média, byla vybrána ta, která určují životní styl a záměrně selektují své publikum dle genderu: ženské a mužské lifestyle časopisy.

Postupem času při sběru a analýze dat byla tato obecná otázka dle souvislostí, ve kterých se o rodinném a pracovním životě psalo, rozvedena do následujících bodů:

1. Jaké typy partnerského soužití jsou v médiích prezentovány?
2. Jaký je rozdíl mezi prezentovanou rolí ženy a muže vzhledem k různým typům partnerského soužití?
3. Co je v médiích prezentováno jako typické pro soudobý partnerský vztah?
4. Jak je prezentován vztah partnerů (ženy i muže) k rodičovství?
5. Jaké formy uspořádání pracovního života jsou v médiích prezentovány?
6. Jaké jsou prezentované možnosti sladění rodinného a pracovního života?

Kvalitativní analýza mediovaných textů v mužských a ženských časopisech předkládá zjištěné mediální reprezentace (obrazy) spojené s jednotlivými otázkami. Tyto reprezentace ve své podstatě vypovídají o tom, co společnost považuje za akceptovatelné, „přirozené“ a co nikoliv, byť výběr médií je specifický, zejména v případě mužských časopisů.

Doplněním kvalitativní studie je kapitola Zuzany Uhde vycházející z kvantitativních měření o struktuře čtenářských obcí jednotlivých zkoumaných ženských a mužských časopisů.

2. Teoretická východiska

Média a mediální komunikace mají v současných industrializovaných západních společnostech zásadní význam. Zasahují a spojují všechny členy společnosti, i když různou mírou a různým způsobem [McQuail 1999], a přinášejí informace nezbytné pro život v těchto společnostech. Jako klíčové instituce jsou média předmětem intenzivní výzkumné činnosti, a to jak v širším rámci, v interakci s ostatními institucemi dané společnosti, tak v úžejí definovaném prostoru, v komunikačním procesu – od podavatelů, přes mediální sdělení, až po příjemce. Předkládaná kvalitativní analýza je zaměřena na mediované texty a teoreticky vychází ze dvou v dnešní době již zavedených směrů v sociálních vědách: feministických studií a komunikačních studií (případně kulturních studií). Pro objasnění vztahu médií a genderu a celkového procesu, v rámci kterého je gender v médiích re/prezentován a re/konstruován, bude v následujících podkapitolách krátce nastíněna **tradice zkoumání reprezentací genderových identit** v mediálních produktech, poté budou představeny jednotlivé **teoretické koncepty** komunikačních studií klíčové pro analytické uchopení mediovaných textů z hlediska genderu (zejména *reprezentace* a *stereotypizace*, *socializace*, *sociální kontrola* a *ideologie*, *konstrukce reality* a *model kódování/dekódování*) a na závěr budou blíže **charakterizovány časopisy pro ženy a pro muže**, které jsou předmětem výzkumu jako specifická média definující svá publika zejména z hlediska genderu.

2.1. Média a gender

Analýza médií z genderového hlediska má v současné době již stálé místo v komunikačních studiích a objem výzkumů vztahujících se k genderu a médiím je obrovský. Přitom zkoumání procesů komunikace a mediace prizmatem genderu je poměrně mladou disciplínou, která ještě relativně nedávno nebyla tak pevnou součástí komunikačních a mediálních studií, jako je tomu dnes [viz van Zoonen 1994; Holtzman 2000; Carter, Steiner 2004a]. Tento typ analýzy, jak již bylo naznačeno, vychází ze dvou tradic: částečně navazuje na běžnější směry zkoumání v komunikačních studiích – zejména v souvislosti s kategoriemi rasy a společenské třídy –, přináší však i nové koncepty a trendy převzaté z feministických studií (např. psychoanalytické přístupy [McQuail 1999]).

Zkoumání z hlediska genderu jsou v současné době podrobeny všechny složky komunikačního procesu (podavatelé, mediované sdělení, publikum), přičemž takto zaměřený výzkum vychází zejména z přenosového modelu komunikace. V druhé rovině jsou rovněž prověřovány hlubší vztahy mezi uspořádáním společnosti a médií a vliv těchto vztahů na zobrazování mužů a žen v mediálních produktech. Znamená to, že u podavatele, jímž jsou v masové komunikaci mediální organizace, je sledován poměr mužů a žen a jejich možnost ovlivňovat rozhodování o výběru a předvedení sdělení. Rovněž tak jsou různými kvantitativními i kvalitativními metodami zkoumány mediované texty roz-

manitých žánrů – od zpráv, přes reportáže, seriály, mýdlové opery, telenovely, filmy, po detektivky – a typů médií – deníky, časopisy, knížky, rozhlas, televize. Podobně lze hledisko genderu uplatnit i při analýze publika, a to zejména při výzkumu užití médií (např. jaké žánry jsou upřednostňovány ženami a jaké muži a proč, kdo rozhoduje o konzumaci mediálních produktů v rodině apod.).

Při pohledu na vývoj feministických studií médií od jejich prvopočátků až do současnosti je možné zaznamenat uplatnění nejrůznějších teorií a hypotéz vycházejících z oborů masové komunikace a mediálních studií, přičemž nelze přehlédnout zásadní posun v přístupu k analýze reprezentací genderových identit v mediálních sděleních – od výzkumu stereotypů ke zkoumání konstrukce genderových identit v mediovaných textech.

První výzkumy běžné v sedmdesátých letech lze zařadit k funkcionalistickým feministickým teoriím médií a spojit spíše s lineárním přenosovým modelem komunikace [van Zoonen 1994]. Jsou zaměřeny především na kritiku stereotypů v zobrazování žen a tzv. symbolickou anihilaci, tedy přehlížení, trivializování a marginalizaci žen v mediovaných textech [McQuail 1999; Renzetti, Curran 2003; van Zoonen 1994; Carter, Steiner 2004a]. Společenské změny v postavení mužů a žen, které souvisely s aktivitou feministického hnutí, nebyly podle těchto výzkumů v médiích adekvátně zobrazovány a tento přístup ke studiu genderových identit v mediovaných textech se stal velmi bohatě zastoupeným ve feministicky orientovaných mediálních studiích. Pomocí obsahové analýzy byly sledovány role, které v mediálních produktech ženy a muži zastávají (muži jako představitelé prestiže, ženy jako představitelky podřízenosti), dále bylo zkoumáno jaké jsou jim přisuzovány vlastnosti (jako typicky mužské byly představovány dominance, rozhodnost, cílevědomost, oproti tomu jako typicky ženské zase empatie, citlivost, péče o druhé), jaká vykonávají povolání (muži jako vedoucí pracovníci, lékaři, právníci, ženy na nižších pozicích jako sekretářky, zdravotní sestry) a v nejobecnější rovině, jaké je vůbec zastoupení žen a mužů v různých mediovaných textech [viz též Holtzman 2000: 51-97; Carter, Steiner 2004a]. Společnou linkou tohoto typu výzkumu jsou závěry, že při reprezentaci sociálních identit v médiích dochází k jakémusi zkreslení; mediální reprezentace jsou pokřivené, přičemž nápravou má být „realističtější“ zobrazování mužů a žen v mediálních produktech [van Zoonen 1994]. Tento směr přemýšlení o roli médií v reprezentaci sociálních identit a o vztahu mezi mediálními obrazy a sociálními identitami odkazuje na tzv. **esencialistickou teorii**, která předpokládá, že daná sociální kategorie (např. žena, muž) již svébytně existuje ve společnosti a rovněž její význam je tam zakotven, a to bez ohledu na srovnání s jinými sociálními kategoriemi [Grossberg, Wartella, Whitney 1998]. Gender je v tomto případě pojímán jako víceméně stabilní kategorie, jako lehce identifikovatelný rozdíl mezi jednotlivými polohami dané identity (žena, muž), který má být re/prezentován korektně [van Zoonen 1994]. Podobný apel na „správné“ zobrazování však v sobě zahrnuje požadavek na stanovení toho, co v sociální realitě znamená být ženou a mužem a co by tedy mělo být měřítkem realističtějšího zobrazování [van Zoonen 1994]. Tento cíl je nejenže nereálný, ale ve své podstatě omezující, jelikož zcela opomíjí vnitřní dynamiku genderu a jeho mnohé podoby. Spíše než o více „realistických“ zobrazeních v médiích kritikové tohoto přístupu začínají mluvit o nabízení alternativních reprezentací [van Zoonen 1994]. S esencialistickou teorií souvisí i **hypotéza zrcadlení**, která tvrdí, že se v obsahu médií pouze odrážejí ve společnosti již existující normy, hodnoty a vzorce chování [Renzetti, Curran 2003]. Jinak řečeno, proč by ženy nebyly zobrazovány jako matky a pečovatelky, když i ve skutečnosti tyto role zastávají? Tento rozpor mezi „nereálným“ zobrazováním, případně neustále reálným zobrazováním v podobě hypotézy zrcadlení se v této podkapitole objeví ještě jednou, při charakteristice konceptu stereotypu.

Pozdější a současné výzkumy týkající se genderu a mediálních produktů jsou zaměřeny **konstruktivisticky**. Kladou větší důraz na aktivní podíl médií při **utváření identit a významů**. Média nejsou pouze pasivní reflexí identit, sociálních kategorií dané společnosti a kultury, ale podílejí se na jejich formování a spoluvytvářejí je. Tento přístup znamená větší soustředěnost na konstrukci genderu v médiích a zakládá se na předpokladu, že každý mediovaný text je nějakým způsobem genderově zakotven, obvykle tak, aby odpovídal názorům předpokládaného publika. Již nejde ani tak o neľichotivé nebo ponižující zobrazování žen v konkrétních případech, jako o celkovou ideologickou (patriarchální) konstrukci za mediálními sděleními. Ústřední otázkou je, jak texty umísťují ženský/mužský subjekt do celkové struktury a jak tím přispívají k definování femininity/maskulinity [McQuail 1999; van Zoonen 1994]. Komunikace není v tomto pojetí chápána lineárně, ale spíše jako rituál (kulturální komunikační model), u kterého je podstatný proces konstrukce a reprezentace sdělených přesvědčení.

První výzkumy médií v souvislosti s genderem pracovaly zejména s koncepty **stereotypizace**, a následně se zabývaly otázkou **socializace**. Pojem reprezentace je v teorii masové komunikace a v mediálních studiích užíván ve více významech, přičemž jedním z nich je i reprezentativnost neboli typizace, tedy do jaké míry jsou prezentované vlastnosti charakteristické pro zobrazovanou sociální kategorii [Dyer 1985 citován in Jiráek, Köpplová 2003; Burton, Jiráek 2001]. Právě s pojetím reprezentace jako typizace souvisí stereotyp. Avšak zatímco je typizace důležitá pro utváření obrazů o okolním světě, je nutná pro chápání dění v něm a formování kategorií je nezbytné pro myšlení, organizování poznatků a vytvoření mentální mapy, stereotypizace je výsledkem širších kulturních a společenských procesů a nese s sebou ideologické hodnoty, náhledy a názory [Hall 2001b; Pickering 2001]. Stereotyp organizuje informaci tak, že opakovaně přináší velmi často negativní poselství o tom, co to znamená být členem nějaké sociální skupiny (např. být ženou, rodičem/matkou). Vytvořený obraz je tím silnější, čím je reprezentace jednodušší (Např. ve filmu nebo seriálu čím jednodušší postava nebo téma, tím více je nakloněna tomu být re/prezentována stereotypem, naopak komplexnější postavy jsou stereotypizaci nakloněny méně.) [Holtzman 2000].

Stereotypy tak mají dvě základní funkce: první je zjednodušení a zafixování odlišností a druhou je uzavření a exkluze toho, co je jiné. Stereotypizace je ve své podstatě prezentací řádu a moci, které převládají v dané kultuře. Vždy pracuje s přirozeností jako se svou základní charakteristikou. Neflexibilitou stereotypů se pak dané mocenské vztahy zdají jako nevyhnutelné, pevné, a zejména normální, tedy přirozené. Stereotypní označení je vždy pro někoho výhodné, pro takto označovaného však méně. Jelikož je mnohdy stereotyp považován pouze za zobecněnou zkušenost, je opomíjen fakt, že se stereotyp obvykle objevuje tam, kde existují značné nerovnosti v moci. Stereotyp představuje formu sociální kontroly a reprodukce stávajících norem a je konkrétním spojením reprezentace dané identity a rozdílů v přístupu k moci [Hall 2001b; Pickering 2001].

Jak již bylo dříve zmíněno, v souvislosti se stereotypy lze vysledovat dvě protichůdné tendence: první tendence obviňuje stereotyp, že je *nerealistický*, zjednodušující a že znemožňuje vidění světa takového, jaký je (např. zobrazování žen ve filmech a reklamách jako vykonavatelek domácích prací zastiňuje skutečnost, že jsou manažerkami). Druhá tendence naopak zdůrazňuje, že stereotyp je *neustále realistický*, a tak zamezuje možnost představit si svět jiný, než jaký právě je (Např. v mediálních produktech je zobrazováno málo žen manažerek, protože jich je ve skutečnosti málo.) [Pickering 2001].

V souvislosti s genderovými stereotypy se ve feministicky zaměřených mediálních studiích objevuje koncept **socializace**, i když je téměř nemožné empiricky prokázat socializaci jedince skrze mediální působení. Základní myšlenkou teze o socializaci je, že média mohou symbolickou odměnou nebo trestem za určité předvedené chování prosazovat jisté hodnoty a normy. Příjemci se průběžně učí jak zvládat určité role v určitých situacích. Mediální reprezentace tak představují očekávání, která daná společnost na zobrazovanou roli klade, přičemž nabízené zobrazení životních modelů a situací často předchází osobní zkušenosti [McQuail 1999]. Tento proces však není tak jednoduchý, a jelikož tomu, čemu jsme se naučili, se můžeme zase odnaučit [Holtzman 2000: 19], neprobíhá socializace jenom v dětství, jak by se z předložené definice dalo usuzovat. Je to spíše neustále probíhající proces, ve kterém jsou zainteresováni rovněž dospělí členové společnosti [van Zoonen 1994]. Tuto souvislost je potřebné si uvědomit zejména ve vztahu k mediovaným textům zkoumaným v této studii, textům z ženských a mužských časopisů, které jsou určeny dospělým.

Zatímco začátky výzkumu mediálních produktů z hlediska genderu souvisely zejména se stereotypy a „pokřiveným“ zobrazováním žen a mužů, pozdější konstruktivistické teorie jdou dále a ptají se po strukturálním původu reprodukce genderových identit a nerovností. Pojmy jako ideologie, hegemonie, konstrukce reality či sociální kontrola jsou typickými teoretickými koncepty, ze kterých tento typ feministických mediálních studií vychází. Média jsou v tomto pojetí často nazývána jako nástroj dominantní (patriarchální) ideologie, tedy šířitelé stávajících norem a hodnot. Avšak spíše než konstatování, že zobrazování žen není správné, se tyto studie snaží ukázat, jakým způsobem je gender (ženství a mužství) konstruován a co se za takovou konstrukci v mediálním produktu skrývá [Carter, Steiner 2004a; van Zoonen 1994]. „Zakódování“ reprezentace genderové identity není zcela jednoznačné a odehrává se v širokém kontextu společenských institucí, hodnot a norem dané společnosti a zároveň je ovlivňováno zcela konkrétními podmínkami mediální produkce dané společnosti – profesními, případně estetickými požadavky na daný mediální produkt a osobním přístupem tvůrců textu [van Zoonen 1994]. Konstruktivistický přístup k mediálním reprezentacím genderových identit vychází především z kulturních studií. Důležitým prvkem tohoto přístupu je komunikační **model kódování/dekódování** (jinak i příjmový model [viz McQuail 1999]). Jak již bylo naznačeno, model předpokládá, že celá komunikace se odehrává v daném sociálním kontextu, který zahrnuje vědomostní rámec, sociální vztahy a technickou infrastrukturu. Při kódování textu, tedy jeho vytváření (konstrukci), jsou na základě těchto podmínek vytvářeny významové struktury, které jsou pak dále sdělovány. Při dekódování (čtení) sdělení příjemcem jsou rovněž produkovány významové struktury, které mohou, ale nemusí, být shodné s významovými strukturami kódování. Výsledek komunikace, který se jeví jako samozřejmý, není přirozený a nevyhnutný, texty jsou vyráběny – aktivně konstruovány i dekonstruovány. Tento proces, jakkoliv se jeví být složitý, je vlastně automatický a neuvědomovaný, protože kódy užívané v dané kultuře jsou natolik samozřejmé, že se zdají být přirozené. Uživatelé si neuvědomují, že ona „přirozenost“ a „nevyhnutelnost“ je výsledek zvyku, jelikož reprezentace, potažmo stereotypy, pracují s přirozeností jako svou základní vlastností. Kódování a dekódování jsou dva odlišné procesy, avšak aby byla komunikace účinná, nebo ještě lépe aby se vůbec uskutečnila, musí spolu alespoň trochu souviset – kódování a dekódování se musí odehrávat v jistých předem daných rámcích. To zajistí, že sdělení nebude při dekódování přiřknuto libovolný význam. Neznamená to ale, že by dekódování muselo proběhnout shodně s kódováním. V případě, kdy se oba procesy shodují, nastává *dominantní (hegemonický) kód*. Druhou variantou je *dohodnutý (vyjednaný) kód*, kdy čtenář v obecné rovině se zakódovaným významem souhlasí, ale jeho osobní zkušenost je jiná, a v jistých jednotlivostech proto dominantní význam nesdílí. Třetí možností je *kód opoziční*, kdy čtenář předkládanému významu rozumí, ale na základě odlišné sociální zkušenosti a vědomostního

rámce dekóduje význam opačně (Lze říci, že odhalí ideologické pozadí.) a může vyvolat boj o význam. Aby text byl pochopen dle záměru autora, podavatele, tedy aby významové struktury byly na straně kódování i dekódování stejné, jsou do textu vkládána „vodítka“ (tzv. orientátory). Tato dominance jednoho, žádoucího významu je označována jako **preferované čtení** [Hall 2001a]. I když je model kódování a dekódování zaměřen zejména na příjemce, pro analýzu textu je důležitá právě zmínka o preferovaném čtení a dominanci jednoho významu, která ukazuje na působení širších společenských a kulturních procesů při konstrukci reprezentací sociálních identit, v našem případě genderu.

Jedním ze základních prvků feministického studia médií vycházejících z tohoto modelu je boj o význam, tedy možnost definovat, co je reálné, upravit význam a vést zápas o signifikaci. I když je těžké empiricky dokazovat, že by média v západních společnostech systematicky prosazovala nějakou ucelenou ideologii, je ve výběru témat, jejich zpracování a zobrazování sociálních rolí a sociálního chování možné najít nepřehlédnutelné shody [McQuail 1999]. Média podle feministických studií patří mezi instituce, skrze které je budována konformita, konsenzus a jejichž prostřednictvím je prosazován dominantní (patriarchální) ideologický pohled na společnost a kulturu. A s odkazem na koncept hegemonie je reprezentace pro feministická mediální studia místo, kde se boj o moc, o možnost definovat odehrává. Každá z reprezentací skrývá potenciál pro vyjednávání a rezistenci a to, co je „reálné“, je procesem stejně tak jako neustálé definování genderu jako sociální identity. Reprezentace a potažmo média jsou arénou pro konflikt a neustálé re/definice významů. Vlivem sociálních změn ve společnosti, konkrétně vlivem feministického sociálního hnutí, dochází i ke změnám v reprezentacích. Tento proces ovšem nelze považovat za lineární, spíše se jedná o neustálou cirkulaci významů [Gledhill 2001: 347-364; viz též Crane 2003].

„... v kódovacím procesu,..., mediální texty netvoří uzavřený ideologický systém, ale odrážejí protiklady produkce.“ [van Zoonen 1994: 41] Proto ani konstrukce mediálních reprezentací a produktů nemusí být nutně jednoznačná a může v sobě nést stávající i zcela nové významy zároveň. Při dekonstruování mediálních textů se tak neklade otázka, zda je to tak správné a reálné, ale co všechno daný význam konstruuje.

Jak již bylo zmíněno, zkoumání médií, komunikačního procesu a produkce z hlediska genderu je poměrně novou disciplínou a ještě novější je orientace výzkumů na texty určené především ženskému publiku, např. mýdlové opery, knihy „harlekýnky“, romantické filmy pro ženy a také ženské časopisy. Analýze zmíněných typů produktů populární kultury určených ženám se však v posledním čase dostává více prostoru [Carter, Steiner 2004a; Holtzman 2000]. V obecné rovině lze říci, že závěry těchto analýz na jedné straně potvrzují převládající rámec dominantní ideologie v reprezentacích přítomných v těchto produktech (např. tradiční konstrukce role ženy a muže, tradiční uspořádání rodinného života, tradiční uspořádání pracovního života), ale také poukazují na nové významy, které jsou inkorporovány do stávajícího rámce (např. prezentace pánského stylu oblékání jako módní novinky pro ženy v ženských časopisech [Inness 2004; viz též Crane 2003]). Vzniká tak systém souhlasících i odporujících si významů, které jsou předkládány specificky ženskému publiku.

2.2. Genderově vyhraněná média (ženské a mužské časopisy)

Ženské a mužské lifestylové časopisy jsou specifické tím, že se svým zaměřením snaží jednoznačně selektovat své publikum podle pohlaví/genderu. Ženské časopisy mají svou podobou přitahovat především ženské publikum, mužské časopisy se soustřeďují na muže. Existuje poměrně málo typů médií, které by se takto jasně koncentrovaly na některé z pohlaví/genderu. Právě proto je zajímavé zjistit, v čem se ženské a mužské lifestylové časopisy odlišují, jaké obrazy žen a mužů předkládají, jak chtějí, aby jejich čtenáři jednali, a co podavatelé o publiku předpokládají, když si myslí, že jejich sdělení bude přijato a pochopeno.

Vznik ženských časopisů se ve Spojených státech amerických datuje do doby přibližně před 200 lety. Po celou dobu své existence jsou svědectvím o tom, jaká má být **ideální žena** své doby, podobně jako mužské časopisy zobrazují **ideálního muže**. Představa dokonalosti se pochopitelně s postupem času mění. Nejdříve, již od počátku 19. století, byla žena zobrazována jako hospodyně a strážkyně rodinného krbu a témata, která se objevovala v časopisech, např. starost o domácnost, zábava či povídky, této představě odpovídala. Avšak již v této době se v časopisech mluvilo rovněž o sociálních změnách, kupříkladu o majetkových právech vdaných žen. Ve 20. letech 20. století se k obrazu ženy jako hospodyně přidala ještě romantická témata. Ovšem zatímco v ženských časopisech se stalo velmi důležitým téma lásky, časopisy pro muže byly zaměřeny na příběhy o osobních a pracovních úspěších. Během druhé světové války se začala v ženských časopisech objevovat nová témata: pracující ženy ve válečném úsilí, ženy očekávající návrat svých příbuzných, ovšem po skončení války nastal návrat k portrétu ženy jako hospodyně a sexuálního objektu. Teprve koncem 60. a začátkem 70. let 20. století se začala v souvislosti s nástupem feministického hnutí koncepce ženských časopisů měnit. Nejenom že vznikly nové feministicky orientované časopisy, ale i dosavadní mainstreamové tituly postupně reflektovaly nové potřeby mladých žen a soustředily se na různé aspekty života ženy (např. mateřská dovolená, zdraví, otázky profesní kariéry), přičemž tento trend přetrval do dnešních dní [Lont 1995: 68-73].

Zřejmě nepřekvapí, že vývoj témat v ženských časopisech je jistou paralelou k vývoji postavení žen ve společnosti. Jak bylo zmíněno v předešlé podkapitole, mediální produkty a reprezentace jsou místem vyjednávání a konfliktu, boje o význam, přičemž vnější vlivy (jako např. feministické hnutí) způsobují neustálou cirkulaci a re/definici významů. Podobně jako je tomu u jiných produktů populární kultury (např. u filmu [viz Holtzman 2000: 82-88]), i v ženských časopisech dochází k viditelným posunům témat a reprezentací, ovšem, jak dodávají kritikové, pouze pod tlakem komerčních zájmů. Ženské časopisy vždy sloužily jako nosiče pro prodej zkrášlovacích produktů a nejnovější módy a své čtenářky braly spíše jako konzumentky. Nově se objevující multiplicita ženských identit je proto obchodně výhodná, jelikož každá z identit, která najde dostatek konzumentek, může být prodána [Carter, Steiner 2004a; Ouellette 2003]. Podobný náhled ohledně vytváření mužského konzumenta a obrazu úspěšného stylu mužství je uplatňován i při analýze mužských časopisů [Beynon 2004; Breazeale 2003].

I když zde bylo zmíněno, že ženské časopisy zejména v poslední době pracují s několika ženskými identitami, nelze nepřipomenout, že tyto nové významy jsou zasazeny do již stávajícího rámce, jak dokazuje i ve své studii o drsnosti v ženských časopisech Sherrie A. Inness [2004], nebo Laurie Ouellette [2003] v stati o konstruování „Cosmo“ děvčete. I když jsou ženám předkládány pobídky k tomu být sama sebou, oblékat se do kůže evokující maskulinitu, nebo do pánského stylu, tato po-

bídka je vždy vyvážena zjemněním (např. vhodnými doplňky) a důrazem na to, že je to jen hra, pod kterou dřímá skutečná ženskost. Ženské časopisy v současnosti předkládají množství různých významů. „Ženské časopisy mohou přinášet sdělení, která podporují sociální změnu – progresivní nebo konzervativní (a často obě). Kvůli komplexnosti ženských časopisů a různým trhům, na které cílí, časopis může nést mnoho sdělení v jednom a tom samém čísle.“ [Inness 2004: 126] Nicméně když autoři Claire M. Renzetti a Daniel J. Curran [2003] prováděli sondu do témat ženských časopisů, jako dominantní témata u vybraných tiskovin identifikovali vztahy k mužům, zejména sexuální, ale i rodinné, a zkrášlování. Při přípravě pozdějšího vydání své knihy však zjistili, že se začínají tematizovat i otázky kariéry a financí.

Mužské časopisy představují podle Renzetti a Currana kontrast k ženským časopisům. „Normativní maskulinita podle těchto časopisů nezahrnuje dlouhodobý vztah se ženou. Skutečný chlap je naopak svobodný dobrodruh. Je to člověk, který rád riskuje, s elánem se věnuje své práci a svým zálibám – do kategorie zálib patří i vztahy se ženami.“ [Renzetti, Curran 2003: 192] Tyto závěry do značné míry potvrzuje i následující kvalitativní analýza mediovaných textů.

Proměny témat v ženských časopisech a s nimi i vyobrazení ideálu ženy jsou důležité vzhledem k tomu, že tyto časopisy hrají poměrně důležitou roli v **socializaci žen**. Významnost těchto časopisů spočívá v jejich rozmanitosti, mnohosti a neustálé přítomnosti obrazů, které vytvářejí. Vzhledem k tomu, že ženské časopisy se mění spolu se sociálním životem žen, jsou psané pro ženy a berou vážně témata, která ženy zajímají, nelze tyto produkty populární kultury přehlédnout při přemýšlení o konstrukci ženskosti v současné společnosti [Inness 2004]. A i když jsou zde zmiňovány proměny amerických magazínů, pro české poměry mají tyto dějiny ženských časopisů také svou relevanci. Většina z nich je totiž buď vydávána v zahraniční licenci, což znamená, že musí dodržovat předepsaný formát a styl časopisu (např. Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Elle, Esquire), nebo jsou alespoň vlastněny zahraničními vydavatelstvími, které své zkušenosti přenášejí do vytváření časopisů v České republice (např. Tina, Katka).

Mužské časopisy jsou v tomto kontextu trochu odlišné. Maskulinita, kterou konstruují, je zjevně úžeji vymezena, než je tomu v případě femininity v ženských časopisech. Jak naznačují některé z analýz mužských časopisů, motivací pro ně může být snaha o vytvoření mužského konzumenta [Breazeale 2003] a vůle nabízet zábavu blízkou především mladším generacím (nezadaných) mužů [Beynon 2004].

3. Metodologie

3.1. Charakteristika výzkumného souboru

Vzhledem k velké šíři nabízených typů médií bylo zkoumání zúženo na tištěná média. I tento segment médií je však velmi rozsáhlý, a proto bylo nutné zvolit ten druh tištěných médií, u kterých je vzhledem k nabízeným produktům možný hlubší vhled do problematiky. Byl tak vybrán specifický typ tiskovin, který se zařazuje pod hlavičku časopisecké produkce: časopisy určené mužům a časopisy určené ženám. Časopisy určené ženám a mužům byly vybrány z vícera důvodů:

- a) délka textů, a tím i prostoru pro zkoumaná témata a jeho kontinuální sledování je obvykle v časopisech na rozdíl od deníků větší a je zde více prostoru pro odhalení, jak jsou konstruovány reprezentace různých typů rodinného a pracovního života;
- b) časopisy jsou specializovány na určité specifické segmenty lidí, kteří v nich hledají informace, na rozdíl např. od deníků, které oslovují co nejširší čtenářskou obec;
- c) mezi časopisy zaměřenými na speciálně ženské či speciálně mužské publikum lze najít tzv. *lifestylové* – určující a podporující životní styl a postoj.

Z uvedených důvodů byla tedy ke zkoumání vybrána taková média, která mají vliv na ty specifické skupiny, jež jsou středem výzkumného zájmu (ženy a muži), a která mají ve své náplni utvářet a usměrňovat životní styl čtenářů. Kromě obecné definice femininity a maskulinity tak lze zkoumat i rodinná a profesní témata (typ soužití, děti, vztah k práci a kariéře), která přispívají k celkovému obrazu toho, jaká je žena a jaký je muž.

Jelikož nabídka ženských a mužských časopisů je široká, byla zvolena dvě základní kritéria pro výběr periodika do souboru: celostátní vydání každého čísla a čtenost (<http://www.uvdt.cz/>).¹ Soubor zkoumaných časopisů byl připravován dle třídění uvedeného v ročence Unie vydavatelů 2005: časopisy pro muže, časopisy pro ženy (exkluzivní) a časopisy pro ženy (ostatní).² Kromě základních dvou kritérií bylo při zařazení do výzkumného souboru přihlíženo i k převládajícím tématům v daném časopise. **Ženské časopisy** na českém trhu totiž lze obecně rozdělit do několika kategorií:

- a) exkluzivní;
- b) obecně zaměřené časopisy – péče o domácnost a rodinu, rady ohledně módy, kariéry;
- c) péče o zdraví a zdravý životní styl;
- d) soutěže, křížovky, příběhy ze života;
- e) hobby (zahrádka, ruční práce).

1 Ročenka Unie vydavatelů 2005; data zveřejňována v roce 2005 (např. tisková zpráva Media Projekt 2005, 2. 11. 2005).

2 Do úvahy byla brána i data zveřejňovaná v roce 2005.

Vzhledem ke zkoumaným tématům se jako nejučelnější jeví vypustit hobby časopisy, podobně i periodika se zaměřením na soutěže a křížovky a péči o zdraví, a soustředit se jak na exkluzivní časopisy pro ženy, které se zabývají módou, tedy prezentací toho, co je považováno za ženské, radami v osobním a kariéřním životě, tak na ostatní časopisy pro ženy, jejichž náplní je radit ohledně péče o domácnost, rodinu a v kariéřním postupu.

Ženské i mužské časopisy, které byly do výzkumu vybrány, jsou řazeny do kategorie **lifestylových**, nikoliv **společenských** (informace o celebritách), proto byly vyloučeny tiskoviny jako např. Xantypa (z ženských exkluzivních časopisů), Story či Šťastný Jim (z ostatních ženských časopisů). Z kategorie **mužských** byl vyloučen časopis Men's Health, jelikož jeho zaměření je více orientováno na péči o tělo a zdraví. Z exkluzivních ženských časopisů pak kromě Xantypy nebude zkoumán ještě Style, který má nejnižší čtenost (i když o málo nižší než Harper's Bazaar) a svým obsahem a konceptem se od ostatních časopisů neliší.

Vybrané tiskoviny:

1. časopisy pro muže:

- a) Playboy,
- b) Esquire,
- c) Maxim,
- d) Redhot.

2. časopisy pro ženy (exkluzivní):

- a) Cosmopolitan,
- b) Elle,
- c) Marianne,
- d) Harper's Bazaar.

3. časopisy pro ženy (ostatní):

- a) Vlasta,
- b) Žena a život,
- c) Katka,
- d) Tina,
- e) Blesk pro ženy,
- f) Svět ženy,
- g) Claudia.

U všech vybraných časopisů byla zkoumána čísla vydaná v prvním čtvrtletí roku 2005. Jelikož v každém mediovaném textu je nějakým způsobem konstruován gender, bylo klíčové stanovit charakter a rozsah zkoumaných materiálů. Vzhledem k množství periodik byla pozornost upřena na texty **přímo zaměřené na téma soukromého (rodinného) nebo pracovního života**, přičemž byly zahrnuty různé žurnalistické žánry – zpravodajské články, reportáže, rozhovory, pravidelné rubriky (poradny, editorials, dopisy čtenářů). Celkově bylo do vzorku zahrnuto 175 textů (viz Příloha).

Kromě těchto specializovaných druhů časopisů byly jako doplněk do výzkumu původně zařazeny i suplementy celostátních deníků, a to právě z opačného důvodu, než byly vybrány ženské a mužské

časopisy. Jak bylo zmíněno výše, ty jsou jasně zacíleny na jistý typ publika, kdežto suplementy přikládáné k celostátním deníkům směřují k co nejširší čtenářské obci. Vzhledem k jejich distribuci společně s deníky zasahují mediální produkty obsažené v suplementech velký počet obyvatel. Jak se ovšem v průběhu výzkumu ukázalo, u tohoto typu tiskovin v podstatě nebylo možné vypracovat podobnou analýzu, jaká byla provedena v případě ženských a mužských lifestylových časopisů. Za celé zkoumané období byly ve všech suplementech nalezeny pouze dva texty odpovídající výběrovým kritériím, tedy přímo se tematicky dotýkající problematiky soukromého (rodinného) či pracovního života.

Jedním z textů je rozhovor s Olgou Sommerovou (*Mužský jsou taky lidi*, Pátek Lidových novin, 12/2005, str. 4), druhým je článek skládající se z příběhů manželství známých osobností (*Můj drahý darebák aneb Nevěrný muž a tolerantní žena*, Magazín Dnes + TV, 13/2005, str. 14).

Do analýzy byly zahrnuty následující suplementy: Blesk magazín + TV, Magazín Dnes + TV, Magazín Právo + TV, Pátek Lidových novin a Víkend.

3.2. Výzkumná metoda a zpracování dat

Ke kvalitativnímu zkoumání vybraných mediovaných textů byla použita metoda zakotvené teorie (grounded theory [viz Strauss, Corbinová 1999; viz též Silverman 2005]). Před začátkem výzkumu tak nebyly stanoveny hypotézy, které měly být analýzou potvrzeny nebo vyvráceny, ale v průběhu procesu sběru, porovnávání a zkoumání dat byly vytvářeny významy a odhalovány významové struktury. Původně měly všechny analyzované texty tvořit jednu hermeneutickou jednotku, avšak analýza dat vedla k oddělení mužských a ženských časopisů a k vyloučení suplementů, jelikož výskyt témat souvisejících s rodinným a profesním životem byl v mužských časopisech velmi malý a v suplementech stanoveným kritériím vyhovovaly ve zkoumaném období dva texty. Z důvodu nemožnosti naplnit jednotlivé pojmy (kódy) a vytvořit z nich kategorie či subkategorie, byly tedy jednotlivé typy tiskovin (mužské časopisy, ženské časopisy) analyzovány zvlášť.

Výběr textů probíhal pročitáním z tištěných verzí uvedených tiskovin, z nichž byly, jak již bylo zmíněno, vybírány a analyzovány texty přímo se týkající soukromého nebo profesního života (seznam analyzovaných příspěvků viz příloha).

4. Mužské časopisy

I když původním záměrem analýzy bylo vytvořit jednu hermeneutickou jednotku a předeštit různé reprezentace rodinného a profesního života ze všech zkoumaných mediovaných textů, při sběru dat začalo být jasné, že tento cíl nebude možné naplnit. Mužské lifestyle časopisy jsou ve zkoumané oblasti – vztahy a profesní život – ve výrazném kontrastu s ženskými časopisy. V jejich obsahu naprosto převládá zaměření na zábavu, volný čas, sport, nové technologie a sex, přičemž skutečně minimum prostoru je věnováno mezilidským vztahům, případně pracovním problémům.

Přestože se články v mužských časopisech nevěnují problémům pracovního života, je v podstatě očekáváno **zaměstnání na plný úvazek**. Předpokládá se úspěšná kariéra, ačkoliv není sama o sobě kladena za cíl. Spíše se jedná o prostředek jak dosáhnout zpříjemnění života a koupit si nové technické vymoženosti a zařízení prezentované v časopisu. Vydělané peníze jsou rovněž možností jak být atraktivní a zabavit se s co nejrůznějšími dívkami. Pracovního života se týkají celkem dva příspěvky, oba spíše ironicky laděné. Jeden pojednává o workoholismu jako nesmyslném problému, protože v práci by se zaměstnanec neměl stresovat, ale v poklidu přežít pracovní dobu (*Dejte si padáka!*, Esquire, 2/2005, str. 23). Druhý se zabývá „kategorizací“ kolegů, kteří mohou lézt čtenáři časopisu na nervy (*Sedíte v práci s blbcem?*, Esquire, 2/2005, str. 24).

Partnerský vztah je v mužských časopisech zcela oddělen od **sexu**, který je tématem značné části příspěvků. Sex je objektivizován a depersonalizován, přičemž je prezentován jako hlavní náplň kontaktů s opačným pohlavím. Ačkoliv téma sexu je velmi silně zastoupeno i v ženských časopisech, vždy je zobrazováno v souvislosti se vztahem, přičemž sexuální praktiky jsou vnímány pouze jako prostředek k hlavnímu cíli – posílení a zkvalitnění partnerství. Tento zásadní rozdíl mezi mužskými a ženskými časopisy zmiňují i zahraniční studie [viz Renzetti, Curran 2003: 190] a vzhledem k tomu, že zkoumané mužské časopisy jsou vydávány v zahraniční licenci a mají do značné míry „nadnárodní“ obsah, i tato analýza dospěla k témuž závěru. Ve většině případů jsou prezentovány různé sexuální praktiky heterosexuálních párů, i když nechybí ani příspěvek o bisexualitě (*Existuje bisexualita?*, Redhot, 3/2005, str. 28).

Z možných forem partnerského soužití jsou zmiňovány tři – **manželství**, **nesezdané soužití** a život jako **singl**. V textech je však nejvíce přítomen obraz mladého muže (do čtyřiceti let), který žije v nepříliš jasně definovaném vztahu se ženou, a jejichž partnerství se pohybuje na pomezí letmé známosti a chození. Životní styl singl je ve srovnání s nesezdaným soužitím a manželstvím líčen mnohem příznivěji.

Jako negativum jakéhokoliv bližšího vztahu, i chození spolu, je zobrazována **ztráta svobody**, a to jak v organizování svého volného času dle vlastního uvážení, tak zejména v sexuální oblasti a mož-

nosti střídat partnerky. Ti, kteří s partnerkou nesdílejí domácnost, případně žádnou stálou přítelkyni nemají, jsou jednoznačně ve výhodě ve věcech, které jsou v mužských časopisech oceňovány – sex, zábava, mužští přátelé.

„Můžete si domů přivést dvě náhodné přítelkyně, aniž byste musel spolujitelce klíčů namáhavě stlát ve špajzu na zemi.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 42)

„Na mejdanech se můžete spřátelit s kteroukoli ženou a vždycky máte kam jít.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 42)

„Můžete se vytahovat na ženaté kamarády a naznačovat jim, že jejich život prakticky skončil.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 42)

Čtyři příspěvky *Chcete ženu do bytu?*³, *Návrat jednoho kultu, aneb výhody starého mládence*⁴, *Výhody starého mládence*⁵ a *Úvodní slovo* (editorial) lednového čísla časopisu Redhot⁶ se věnují životnímu stylu singl muže a srovnání se stálým partnerstvím. Výhodou života bez partnerky je svoboda a naplňování pouze svých potřeb a tužeb bez ohledu na vůli jiné osoby. Výhody stálého vztahu jsou prezentovány v jiných souvislostech – v zázemí a pohodlí domova, které vytvoří právě partnerka. Tato prezentace partnerství souvisí i s pojmáním ženy ve zkoumaných textech jako vykonavatelky domácích prací.

„Zázemí se dá shrnout do tří slov: teplo, čistota, blahobyt. Teplo samozřejmě zajišťují radiátory, ovšem byt se ženou je tak nějak teplejší. Do čistoty spadá vše od trenýrek po záclony a blahobytný je ten, kdo se nemusí starat, co bude ráno snídat. Nemusím dodávat, že se všim má SM (starý mládenec – P.T.) problémy.“ (Úvodní slovo, SM, nebo Ž?, Redhot, 1/2005, str. 8)

Rozchod je v mužských časopisech prezentován jako poměrně běžná záležitost, jelikož vztahy se ženami netrvají dlouho a partnerka, která odejde, je vždy lehce nahraditelná novou. Tak jako sex, i ženy jsou depersonalizovány, nijakým způsobem není reflektována jejich osobnost. Na rozdíl od ženských časopisů, kde je rozchod prezentován jako bolestná událost a kde je vylíčena konkrétní zkušenost s daným partnerem, zde se jedná o rozchod se „ženou“ – anonymní bytostí. Nevěra ve vztahu je v postatě předpokládána, a to nejen ze strany muže, ale i ženy.

„Jestli začíná domů chodit kolem půlnoci, uhýbá očima a občas vám zvěstuje, jak svět vidí její nový kolega Standa, máte problém. Je na čase přítelkyni vykopnout z bytu dřív, než si za vaší nepřítomnosti Standa půjčí auto a vyžere ledničku.“ (Pozor, ona lže!, Esquire, 2/2005, str. 47)

Zcela jinak je však rozchod zobrazen, týká-li se manželů, tedy pokud jde o **rozvod**.⁷ V tomto případě je rozpad partnerství velmi nepříjemná a komplikovaná záležitost, a to zejména kvůli zhrzené partnerce. Jsou popsány různé možnosti, kterými ženy mohou partnerovi znepríjemnit odchod, a je zde cítit i citová angažovanost muže.

3 Esquire, 3/2005, str. 40.

4 Redhot, 1/2005, str. 28.

5 Redhot, 2/2005, str. 8.

6 Úvodní slovo, SM, nebo Ž?, Redhot, 1/2005, str. 8.

7 Tohoto problému se týká jeden příspěvek s názvem *Ženská msta*, Redhot, 2/2005, str. 38.

Jak bylo naznačeno výše, **žena** vystupující v člancích je anonymní, bez osobnosti a je především sexuálním objektem, přičemž je zároveň lehce nahraditelná jinou.

„Ale neustálé opakování namlouvacích rituálů, boj o vedení domácnosti, jakmile ji necháte doma déle než tři dny, a nakonec zjištění, že jsou všechny stejné...“ (Úvodní slovo, SM, nebo Ž?, Redhot, 1/2005, str. 8)

Kromě role sexuálního objektu je žena v textech zobrazována především v tradiční roli **pečovatelky o domácnost a partnera**. Pohodlí, které svému příteli nebo manželovi vytvoří, je vlastně jedinou výhodou života v páru oproti strategii singl. Muž je prezentován jako živitel, a to i v případě nesezdaného soužití. Starostí ženy je zůstat krásná, což souvisí s její rolí sexuálního objektu, a její názory a pocity nejsou podstatné, jsou spíše směšné a obtěžující. Rovněž není zmiňováno její povolání, či zaměstnání, přičemž všechny tyto faktory souvisí s depersonalizací a vnímáním ženy jako objektu uspokojení.

„Sedíte v zabordeleném bytě a nemáte po ruce nikoho, kdo by vám uvařil kafe a požitelnou večeři. ... A právě tehdy, ve stadiu největšího duševního i tělesného oslabení, vás to napadne: Co takhle pořídit si do bytu ženu? Nějakou milou mladou krásnou společnici, která by podobně depresivní stavy odpráskla jediným mávnutím svých zdomácnělých kalhotek. Uvaří aromatickou kávu, vypere prádlo, jehož se i vy štítíte být jen dotknout, z trouby vyházeje papíry, staré diskety, špinavé nádoby a nahradí je vonící kachnou. A pak samozřejmě několik hodin orálního sexu, zatímco vy ležíte na zádech, střídavě sledujete porno, čtete si Esquire a myslíte na kolegyni, která nikdy nenosí podprsenku.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 40)

„Vaše špinavé a zapáchající prádlo se samo vytratí z podlahy a druhý den ho najdete složené ve skříni. Voní a ty zatvrdlé fleky zmizely.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 40)

„Vaše schopnost pořádat kvalitní mejdany vzroste. Vy pozvete kámoše, spolubydlící se postará o kompletní catering včetně úklidu, protože ji to vlastně baví a chce vás důstojně reprezentovat.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 40)

„Odpadají nepříjemné návštěvy úřadů a marné hledání nezaplacených složenek. O všechno se teď stará víceúčelový provozní vedoucí vaší domácnosti.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 40)

„Zvládne i těžší domácí práce. Mnoho žen s potěšením vymaluje, přestaví nábytek a přírodnější typy můžete vypustit i na zahradu.“ (Chcete ženu do bytu?, Esquire, 3/2005, str. 40)

„Děláš si ze mě služku. Nedokáže překousnout, že vy vyděláváte a ona musí po návratu ze solária otřít prach ze zrcadla, aby viděla, jestli ty tmavě hnědé fleky na kůži vypadají přirozeně.“ (Pozor, ona lže!, Esquire, 2/2005, str. 48)

„Vždycky jsem chtěla být samostatná a žít se sama. Právě proto bydlí s vámi a považuje za samozřejmost, že platíte večeře a většinu účtů, protože jste přece chlap.“ (Pozor, ona lže!, Esquire, 2/2005, str. 48)

Obraz **vztahu k dětem** je konstruován z několika součástí. V obecné rovině nejsou děti ničím chtěným ani vítaným, jelikož představují závazek a připoutávají muže k jedné partnerce, což značně omezuje pocit svobody, který je klíčovou hodnotou v konstrukci mužství ve zkoumaných časopisech. Je to právě žena, která vyžaduje závazek, a to i prostřednictvím dětí.

„Stejně se nechci vdávat. Nechci se vdávat, protože kdybych řekla, že chci, pokusíš se zdrhnout, ale buď si jistě, že tě nakonec dostanu.“ (Pozor, ona lže!, Esquire, 2/2005, str. 48)

„Buď v klidu, beru prášky. Jedna z metod, jak vás dostat. Mnohokrát ověřeno. Hroby padlých důvěřivců se táhnou parky celé zeměkoule, mají kolečka, pěrují a ozývá se z nich dětský řev.“ (Pozor, ona lže!, Esquire, 2/2005, str. 48)

Využití této ženské slabosti pro závazek a děti doporučuje jeden z příspěvků o získávání sexuálních partnerek na jednu noc. Pochvalná slova na adresu dětí jsou podle článku dobrou cestou jak zaujmout.

Zcela jiný typ vztahu k dětem, tentokrát **otcovský**, je prezentován v textech týkajících se **rozvodu a dětí**. Jeden z příspěvků popisuje problémy biologického otce, který nežije se svou rodinou a jehož děti jsou svěřeny do péče matky, druhý je naopak zaměřen na přijetí nového partnera matky dětmi. Je zde zobrazována poměrně bolestná životní zkušenost a projevuje se celkem hluboký citový vztah k dětem, ovšem v obou případech je konfliktní situace řešena opuštěním dětí či rodiny. Na rozdíl od reprezentací otce v ženských časopisech zde není kladena vina za rozpad vztahu muži a situace je nazírána z jeho perspektivy. Je tak konstruován obraz citově zasaženého člověka, který byl okolnostmi (partnerkou) donucen své děti přestat vídat. Otec není agresorem, jako v reprezentacích otce po rozvodu v ženských časopisech, ale **obětí situace**.

„V matčině péči zůstaly i obě jejich děti – jedenáctiletý Martin a sedmiletá Simona. ... Milan se v duchu zapřísahal, že nebude vyzvídat, ale jednou přece jenom mu ujela otázka na maminku a její postoj. Martin bezelstně odpověděl, že maminka pořád říká, že tatínek je hodně zaměstnaný, že na ně nemá čas, že se tam moc dobře nenajedí, že je zbytečné někam jezdit, když se mohou doma v klidu dívat na televizi, že u něho nemají žádné kamarády a že si je tatínek bere jenom proto, že musí, protože mu to nařídil soud. Milan nemohl nic dělat, protože kdyby cokoli Regině řekl, ohrozil by Martina. Vydržel to ještě půl roku, a pak to vzdal. S dětmi se vídal jen o prázdninách, později za ním Martin občas přišel sám od sebe, když už byl větší. Ale Simona se nechala maminkou zpracovat natolik, že k sobě budou cestu hledat zřejmě jen hodně těžko.“ (Ženská msta, Redhot, 2/2005, str. 40)

„Tahanice o děti je to nejhorší, čeho se může otec dočkat. Zkušenosti radí: než vést předem prohranou válku, vzdejte se jich.“ (Ženská msta, Redhot, 2/2005, str. 40)

Příběh **vstupu nového otce do rodiny** signalizuje, že pevnější než partnerský vztah je vztah mezi matkou a dítětem, který ustojí (nebo je příčinou) i více odchodů mužů od rodiny. Vztah otce a dítěte je zobrazován mnohem problematictější a méně pevně. Konstrukt otce v mužských časopisech je tak spojen právě s tématem rozvodu a nestálosti vztahu otec – dítě.

„Podle mých zkušeností si lze jakž takž získat na svou stranu děti mladší deseti let. Pak je to utrpení. Jestli vás to zajímá, tak právě děti byly příčinou toho, že jsem ukončil pětiletý vztah s fajn ženskou. Byla ale na nich závislá víc, než mi bylo milé, a protože mě nepřijaly, musel jsem z domu jít.“

To je smutný příběh a asi se nestal pouze vám. Nás by ale spíše zajímaly metody, jak jste na to sbližování šel. I ostatní se rádi poučí z omylů druhých.“ (Jak si získat cizí děti?, Mezi řádky čtenářů, Redhot, str. 8)

Třetím konstrukčním prvkem vztahu muž – dítě je **péče o dítě**. Ironický příspěvek je návodem, jak přebalit malé dítě, a vzhledem ke stylu psaní v mužských časopisech ho lze chápat jako lehkou ironii na výzvy otcům, aby pečovali o děti.

„Narodilo se nám dítě a já jsem z toho úplně pať. Chtěl bych se o něj permanentně starat, ale nevím, jak ho přebalit. Manželky se na to ptát nechci, abych ji mohl překvapit.

Hnát se z vlastní vůle do ne zrovna zábavné a ještě k tomu poněkud nevonící práce... že vy budete prvorodič?“ (Uvázlo v síti, Redhot, 2/2005, str. 21)

Přehledové schéma jednotlivých typů organizace rodinného/soukromého a pracovního života a sladování těchto dvou sfér (mužské časopisy)

Soukromý život		
typy zobrazovaného partnerství		
singl	životní strategie	strategie zvládnání života jako singl: přednosti
nesezdané soužití	vynucená životní situace	ztráta svobody
manželství	vynucená životní situace	ztráta svobody
jiné typy uspořádání soukromého života – nejasně definovaný vztah se ženou		
sex		oddělen od partnerského života, objektivizace, depersonalizace, žena jako pečovatelka o domácnost a partnera, důležitý zejména fyzický vzhled ženy a péče o něj

klíčové události soukromého života		
rozchod partnerů	životní strategie	nejen absence stigmatizace, ale oceňování, netraumatizující záležitost
	vynucená životní situace	rozvod/traumatizující záležitost
vztah k dětem	vynucená životní situace	závazek, omezení svobody, odmítání
vztah k dětem/ rodičovství/otcovství	životní strategie/vynucená životní situace	role v rodině definována absencí (především fyzickou), otcovství v kontextu rozvodu a po rozvodu, nestálost vztahu otec – dítě, vstup nového (nebiologického) otce do rodiny
Profesní život		
typy zobrazovaného profesního života		
plný úvazek		předpoklad úspěšné kariéry, práce jako prostředek, nikoliv cíl

5. Ženské časopisy

Ze zkoumané časopisecké produkce jsou to právě ženské časopisy, které jednoznačně věnují nejvíce prostoru mezilidským vztahům obecně, potažmo vztahům partnerským, a také profesní kariéře a sladění pracovního a rodinného života. Skladba témat v tomto druhu časopisecké produkce se dá rozdělit do následujících oblastí: krása, půvab, zdraví, bydlení a hobby, kuchyně, mezilidské vztahy. Množství různých příspěvků z této oblasti je tedy pochopitelné, jelikož v tematické výstavbě ženského časopisu patří mezilidské vztahy k jednomu ze základních pilířů.

5.1. Soukromý život

5.1.1. Zobrazované typy partnerství

Lidé, kteří žijí sami /singles

Témažití bez partnera je poměrně sledované, přičemž je tento způsob života pojímán dvěma způsoby: jako **životní strategie**, záměr a jako **okolnostmi vynucená životní situace**. Podle toho se dělí i konotace spojené s tímto způsobem života. Pokud se jedná o záměrný stav, jsou zdůrazňovány **přednosti** rozhodnutí žít sám: možnosti volby, jak trávit svůj čas, čemu věnovat pozornost, absence kohokoliv, kdo by danou osobu omezoval, případně ji až týral. Samostatně žijící osoba se tak nemusí nikomu přizpůsobovat, ani podřizovat a může si tzv. „užívat života“.

„Přestože jsem jí v tu chvíli dala jasně najevo, že MOJE samota je chtěná, dobrovolná, žádoucí a že si ji navíc užívám, nedalo mi její zvolání spát. Opravdu je samota (mám na mysli samozřejmě ta partnerská) tak zlá, že raději než SAMY trávíme život vedle nudných (zlých, arogantních, despotic-kých atd.) mužů? Anebo se jen dopředu bojíme něčeho, co jsme si vlastně nikdy nevyzkoušely? Já za sebe můžu říct, že ačkoli se to na první pohled nezdá, být nějaký čas bez chlapa není vůbec špatné.“ (Editorial, Žena a život, 2/2005, str. 4)

„Jste-li svobodná, bezdětná a nedávno vám bylo čtyřicet, s úlevou si uvědomte, že jste právě překročila onu hranici, na kterou vám zbytek světa stavěl poslední šanci na plnohodnotný život (rozumějte manžel, děti, sporák a sex v noci ze soboty na neděli – v lepším případě). Odtud si tedy můžete dělat, co se vám zamane, protože podle stejných měřítek onoho soudícího zbytku světa stejně budete dělat všechno proto, abyste ony plné hodnoty zatlačila až na samý konec jejich pomyslného žebříčku. Kašlete na to. Buďte hodně mělká a hodně snob a pořádně si to užíjte. (Slasti odepsané ženy, Marianne, 3/2005, str. 116)

„Cokoli děláte, činíte jen proto, že se vám upřímně chce. Aktivitám, z nichž byste měla pocit ztráty času, odmítáte věnovat i tisícinu vteřiny.“ (Slasti odepsané ženy, Marianne, 3/2005, str. 116)

Ve většině případů je však **život bez partnera vnímán spíše jako nepříliš šťastný**, jelikož není chápán jako rozhodnutí, které umožňuje svobodně se realizovat, ale jako souhra nežádoucích okolností.⁸ Jako samostatně žijící jsou zobrazovány mladé ženy a muži, kteří si zatím z nějakých důvodů nenašli stálého partnera, avšak sami zůstat nechtějí a jsou ochotni se budoucímu příteli/muži přizpůsobit a slevit ze svých nároků. Také jsou to starší ženy, které již mají negativní zkušenosti z předešlých vztahů (manželství), a i když odmítají nevyhovující vztah, žítí bez partnera není plánem, ale životní nutností.

„Vždycky jsem chtěla mít vlastní rodinu. Neměla jsem štěstí na muže, a tak ještě žiji sama. Zvládám to, ale toužím po partnerovi. Je hezčí, když se ráno probouzíte ve dvou, nasnídáte se a něco spolu podniknete. Vždycky jsem chtěla mít rodinu. Brzy mi bude 39 a občas propadám pocitům zoufalství.“ (Singl, Sex a otázky, Katka 11/2005, str. 39)

„Aleně bylo téměř 40 let, když se její muž odstěhoval po 15letém manželství k přítelkyni. ... Tím jsem s hledáním partnera skončila. Naučila jsem se žít sama. Je to lepší, než mít neuspokojivý vztah,‘ vysvětluje zklamaná žena.“ (Život bez muže, Blesk pro ženy, 4/2005, str. 14)

Být singl podle příspěvků v podstatě neznamena celoživotní strategii, ale je to způsob života **po jistý čas** – v případě mladých lidí je to etapa před vážným partnerským vztahem, u starších se jedná o přechodné období mezi dvěma déle trvajících partnerskými vztahy, či po nezdařeném manželství. Také je zmiňován jev týkající se mladých nezadaných žen věnujících se profesní kariéře (typických singles), přičemž rodina je na jistý čas odsunuta bokem.

„V posledních přibližně deseti letech se začal stále častěji objevovat nový fenomén, a to svobodná, bezdětná žena, která se více než na vztahy zaměřuje na svou práci a své koníčky, která se dokáže postarat sama o sebe a muže potřebuje jenom k občasnému sexu. Přestože žen, jež se rozhodly žít samy, přibývá, sociologové jsou přesvědčeni, že není třeba se bát rozpadu tradiční rodiny a hlavně že se jenom posunul věk, kdy si lidé rodiny zakládají.“ (Strach ze samoty, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 75)

„Já za sebe můžu říct, že ačkoli se to na první pohled nezdá, být nějaký čas bez chlapa není vůbec špatné.“ (Editorial, Žena a život, 2/2005, str. 4)

„Stále touží po tom, že bude žít normální život s milým mužem, kterému by mohla důvěřovat. Přestala však věřit tomu, že ho ještě najde.“ (Život bez muže, Blesk pro ženy, 4/2005, str. 15)

Život bez partnera je v diskurzu ženských časopisů brán jako **vážné téma**, ať je pojímáno jako přednost či jako neuspokojivý stav, a tato životní strategie či situace neznamena nic odsouzeníhodného. Svědčí o tom i použitý jazyk v příspěvcích: slova s vyloženě negativními konotacemi jako stará

8 O tom, že žít sám není žádoucí stav, svědčí i texty o seznámení na inzerát, přes internet. I když se v nich objevují varující formulace a příklady nevydařených schůzek, samotná konstrukce konkrétních příběhů směřuje k šťastnému seznámení a soužití.

panna a starý mládenec, které evokují odlišnost od „normálního stavu“, byla použita jenom ve dvou příspěvcích.

Svobodná matka

Matka, která od počátku nežije s otcem svých dětí a která se rozhodla vychovávat své potomky sama, představuje specifický typ uspořádání soukromého života. Ve většině příspěvků je tato forma rodinného života zobrazována jako problematická, a to přinejmenším ve dvou aspektech: odpor okolí, nejdříve partnera, který dítě odmítá a preferuje interrupci, pak např. rodičů, a také v souvislosti s materiální či finanční nouzí.

„Vyšel ven a řekl, že si všechno rozmyslel, že dítě nechce a že se chce rozejít. Potom ještě dodal, že kdybych šla na potrat, dá mi půlku peněz. Vrátila jsem se k mámě a všechno jí řekla. Čekala jsem její podporu. Ale ona se mě po chvíli zeptala, jestli by ten potrat nebyl nejlepší řešení.“ (David si mě vzal i s dvojčaty, *Vlasta*, 7/2005, str. 63)

Objevuje se však i jiný typ příspěvků, ve kterém je život svobodné matky znázorněn jako rozhodnutí a specifická životní strategie. V něm je toto uspořádání soukromého života pojato optimističtěji, jako výzva, která se dá zvládnout. Zároveň není rozhodnutí být svobodnou matkou v analyzovaných textech zavržováno a i s jistými výhradami, či upozorněními (např. dítě by nemělo vyrůstat bez otce) je přijímáno jako jedna z možných forem rodinného soužití.

„Zvládnou to i bez chlapa!“ řekly si ženy, které se po marném hledání rozhodly vychovávat své děti úplně samy. Po mužích netruchlí a samota jim občas přijde vhod.“ (Svobodné matky, s.r.o., *Žena a život*, 2/2005, str. 64)

„Počet svobodných matek se rok od roku zvyšuje. Některé si tuto cestu zvolí dobrovolně, třeba i kvůli tomu, že se nechtějí starat o „nějakého mužského“. Jiné k tomu dožene situace: věk či neshody se stávajícím partnerem. Ať tak či onak, na všechny čeká náročná cesta, kdy se budou muset samy poprat se všemi nástrahami výchovy. „Pro dítě není dobře, aby vyrůstalo bez otce,“ tvrdí psycholožka Olga Salivarová. Máme samozřejmě na mysli fungujícího tátu, a ne pouze biologického otce. „Je totiž dokázáno, že děti z neúplné rodiny mají v životě problémy dát ve vztahu najevo, co od partnera chtějí,“ dodává. Většině žen to však příliš nevadí a fenomén svobodných matek se u nás začíná pomalu zabydlovat.“ (Svobodné matky, s.r.o., *Žena a život*, 2/2005, str. 64)

Nesezdané soužití

Tento typ uspořádání soukromého života patří spolu s manželstvím v textech k nejvíce zastoupeným. Je označováno výrazy jako soužití „na hromádce“, život „na psí knížku“, či soužití „bez papírů“, partneři jsou nazýváni druh, družka. Nesezdané soužití není v textech prezentováno jako výjimečné, nebo neobvyklé, je bráno jako samozřejmá možnost partnerského vztahu.

„Téměř každý desátý pár žije bez oddacího listu a tento trend neustále stoupá. Dnes je svobodných párů 2x více než před 10 lety.“ (Svatba = štěstí?, *Blesk pro ženy*, 6/2005, str. 26)

Tento typ soužití je v příspěvcích záležitostí především mladých lidí bez dětí, ovšem v několika textech je zmíněno, že takové páry mohou společně vychovávat děti, v jednom případě se takovéto partnerství týká staršího páru s dětmi z předešlého vztahu. V zásadě není rozdíl mezi pojetím nesezdaného soužití a manželství, oběma typům partnerství jsou přisuzovány stejné atributy – pevnost svazku, opora, věrnost, stálost, dlouhodobý charakter. Články týkající se přímo nesezdaného soužití se tedy vždy zabývají srovnáním tohoto způsobu uspořádání soukromého života s manželstvím. Základní otázkou textů je proto rozdíl mezi těmito typy partnerství, tedy proč se brát.

„K čemu je dobrý sňatek? Zamilovaní lidé v mládí často říkají, že jejich láska nepotřebuje úřední pozhánání. ... Má tedy vůbec význam vzít se?“ (Svatba = štěstí?, Blesk pro ženy, 6/2005, str. 26)

„Vzít se, či nevízt se? To je to, oč tu běží.“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 62)

Srovnání obou typů partnerství v člancích nestojí na společenské přijatelnosti či nepřijatelnosti nesezdaného soužití, ale na právních aspektech manželství, na právech při jednání s úřady, ať jsou předmětem sociální dávky, zdraví partnera, jeho zastupování v jednání s úřady nebo státní půjčka na bydlení.

„Navíc jako manželka můžete užívat výhod, které vám z této „funkce“ plynou. Kromě banálních věcí, jako je vyzvednutí manželova dopisu na poště, přes získání lékařských informací v případě, že je manžel hospitalizován, po možnost nevypovídat v případě soudu proti svému partnerovi.“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 63)

„A co víc, dnes už se na vás nikdo nebude dívat skrz prsty a říkat: ‚Oni spolu žijí, mají dítě, ale nejsou manželé. Hruža!‘ Svoboda se může zdát nekonečnou, a pokud vztah klapne, není nutné cokoli měnit. Horší je to v případě, že se váš druh těžce rozestoná, nebo dokonce zemře. Nebo když nebudete moci mít dítě a jedinou vaší šancí na rodinný život bude adopce. Právě tohle jsou případy, kdy oddací list otevírá potřebné dveře. Manželství zkrátka není až tak zastaralou a omšelou institucí, jak si možná myslíte. V klíčových životních situacích se přece jen jeví, přiznejme si to, jako nadmíru praktické.“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 63)

Manželství je preferováno z důvodu právního ošetření možných nastalých situací a je prezentováno výhodněji i po finanční stránce než nesezdané soužití. Předností nemanželského svazku je podle zkoumaných textů pocit svobody a možnost rychlého rozchodu, ovšem pouze pokud:

„...máte své partnerství navíc potvrzené notářskou smlouvou o majetku...“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 63)

Vzhledem k tomu, že na oba typy svazků jsou v textech kladena stejná očekávání, je pocit svobody v nesezdaném soužití, jak je prezentován, spíše iluzorní.

„Kdo si však myslí, že v soužití bez oddacího listu ho nečekají žádné závazky, je na omylu. Partneři od sebe očekávají věrnost i bez snubního prstenu.“ (Svatba = štěstí?, Blesk pro ženy, 6/2005, str. 26)

„V obou vztazích hledáte důvěru i oporu.“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 62)

V článcích je v podstatě upřednostňováno manželství, i když je zde jakoby ponechán prostor pro rozhodnutí.

„Ale je to jenom na vás. A jestli do toho praštíte, nezapomeňte nám poslat svatební oznámení.“ (Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 63)

Nesezdané soužití není prezentováno jako dlouhodobá životní strategie, ale spíše jako pokus, zda partneri mohou spolu žít; je jakýmsi předstupněm manželství, které je po jistém čase přirozeným vyústěním dlouhodobějšího vztahu.

„Naše „manželství na zkoušku“ se naštěstí vydařilo a zatím nám to takhle vyhovuje. Když se rozhodneme se vzít, nic nás už nemůže překvapit.“ (Svatba = štěstí?, Blesk pro ženy, 6/2005, str. 26)

„Když páry žijící v nemanželském svazku překonají krizi, často skončí před oltářem. Víc než polovina dvojic si nakonec řekne zavazující ANO. Soužití „na hromádce“ je vlastně jen manželstvím na zkoušku, na jehož konci stojí otázka: Vzít se, nebo se rozejít? (Svatba = štěstí?, Blesk pro ženy, 6/2005, str. 26)

Manželství

Je nejvíce zastoupeným typem partnerského soužití, podstatná část příspěvků týkajících se partnerských vztahů předpokládá, že partneri jsou manželé. Tomuto uspořádání soukromého života je přikládána značná důležitost i ve srovnání s ostatními typy partnerských vztahů. Neznamená to sice, že by manželství bylo líčeno pouze v příznivých souvislostech, ale je jaksi inherentně předpokládáno, že je tou nejpřirozenější formou soužití. S tímto typem partnerského života je ve velké míře spojována ztráta svobody v tom nejširším smyslu, přičemž muži jsou zobrazováni jako ti, kteří mají k tomuto typu „závazku“ větší odpor. I když jsou ženy prezentovány jako sebevědomé, schopné a emancipované, je velká část textů o mezilidských vztazích věnována strategiím získání a zejména udržení toho správného partnera, tedy potenciálního manžela. Neznamená to však, že by manželství bylo zmiňováno jako konečný cíl, hodnota sama o sobě; i v něm by měl být prostor pro seberealizaci, a to jak prostřednictvím rodinného života a dětí, tak skrze zaměstnání a koníčky či jiné volnočasové aktivity. I v manželství je tak akcentována jistá míra svobody, a to až do podoby tzv. rozvolněného svazku, tedy života v páru, ale zároveň každého po svém.

„Denisa a Tomáš nejsou sami, kdo se rozhodli žít v rozvolněném svazku. Svobodu ctí řada lidí nade vše. Snad se dá dokonce říct, že je to téma doby a také české společnosti. Představa, že bychom měli někomu každý den skládat účty za své jednání, že bychom měli být závislí, nebo ho dokonce poslouchat, je pro většinu z nás neúnosná.“ (Miluj mne a nech mne žít!, Elle, 3/2005, str. 97)

Preference pocitu svobody v páru může dojít až tak daleko, že se objevuje rezignace i na sexuální věrnost, jinak základní charakteristiku manželství a nesezdaného soužití.

„Že si manžel může myslet, že někoho mám a teď za ním jdu? Jistě! I on může mít přítelkyni, s tím nic nenadělám.“ (Miluj mne a nech mne žít!, Elle, 3/2005, str. 98)

V textech se tak projevuje jistá ambivalence v postoji k partnerské věrnosti, ať je to nesezdané soužití nebo manželství. Na jedné straně je věrnost vnímána jako velmi žádoucí, jako základní pilíř vztahu, na straně druhé nevěra ještě neznamená automatický rozpad vztahu; nastane zvažování situace, srovnávání hodnoty věrnosti s jinými aspekty vztahu (finančním zázemím, společnými zájmy apod.). Soužití v manželském svazku je v podstatě v textech neustálým srovnáváním kladů a záporů, a to jak v oblasti osobní svobody a možností seberealizace, kdy žena uvažuje, co jí svazek nabízí, tak v oblasti přínosů partnerů do manželství – materiálních (finance, péče o domácnost a rodinu) a citových. Nejlépe je tato situace vidět v příspěvcích o rozchodech (rozvodech) a nevěře.

Ostatní typy partnerského soužití

Dva příspěvky jsou věnovány **homosexuálnímu a lesbickému vztahu**, přičemž text o lesbickém vztahu je věnován problematice nezájmu o sex v partnerském vztahu. Text zmiňující homosexuální soužití je příběhem ženy, která žila s homosexuálem v manželském svazku a měla s ním děti. Po rozvodu však manžel i jeho přítel nebyli z rodinného kruhu vyloučeni a podílejí se dále na výchově dětí; toto uspořádání není prezentováno jako nežádoucí, spíše naopak.

„...usmívá se Petra, která se za to, co se jí v životě stalo, nestydí. Naopak dává tuto historku ve společnosti k dobru. S exmanželem i jeho přítelem vychází bez problémů, dokonce byli všichni i s dětmi na společné dovolené.“ (Odešel za jiným, Blesk pro ženy, 9/2005, str. 15)

V dalším z textů je zmiňován problém **vztahu na dálku** (s cizincem) a zvažována otázka, zda žít nebo nežít v tomto typu partnerství. Příspěvek je koncipován jako poradna a jak v otázce čtenářky, tak v odpovědi odborníka převládá negativní postoj k tomuto typu vztahu.

„Vzdálenost a omezené možnosti kontaktů poskytují totiž až příliš mnoho prostoru pro vzájemnou idealizaci. Krátkodobá setkání pak nejsou zrovna nejvhodnější pro vzájemné poznání. ... Teď mi, prosím, promiňte ten obrat, ale „Pepa od nás ze vsi“ (ulice, kanceláře, klubu...) může být z tohoto hlediska mnohdy lepší volbou!“ (Známost na dálku nechci, Tina, 9/2005, str. 19)

5.1.2. Rozchod partnerů, partnerská nevěra

Rozchod partnerů a partnerská nevěra jsou dva typy témat, které bezpochyby dostávají nejvíce prostoru v analyzovaných časopisech, nejvíce příspěvků je věnováno právě jim. Nevěra je v textech prezentována ve dvou typech zobrazení: **nevěra muže**, kdy se žena musí rozhodnout, jak s ní naloží – tento typ je v příspěvcích častější –, a **nevěra samotné ženy**, kdy je opět z jejího pohledu zvažováno, zda má vztah ještě budoucnost. Zobrazovaný aktér nevěry tak není pouze muž, ale i žena.

„Tak se to stalo – byla jste nevěrná! Vyspala jste se s kolegou, ačkoli doma na vás čeká partner. Máte se mu přiznat, nebo dělat mrtvého brouka?“ (Když ta podlá mrcha jste vy!, Cosmopolitan, 1/2005, str. 24)

Jak již bylo naznačeno výše, i když je partnerská věrnost ceněnou hodnotou, nevěra neznamená automaticky rozpad vztahu. V příspěvcích je kladen důraz na přemýšlení, jaké jiné hodnoty lze ve vztahu najít, pokud má zůstat zachován – většinou se jedná o společné zájmy, majetek, děti.

„Můj muž si našel milenku a nechce se jí vzdát, ani se rozvést. Nepřipadá mu, že by dělal něco špatného. Naše děti jsou už poměrně odrostlé (12, 15 a 19 let) a já mám strach o společný majetek. Manžel vydělává docela dost peněz a já se bojím, abych i s dětmi neskončila na ulici. Nevím, co mám dělat. Stále ho miluji, a kdyby mimomanželský vztah skoncoval, snad bych mu i odpustila.“ (Jako v pasti, Blesk pro ženy, 1/2005, str. 27)

Rozchody partnerů (rozvody manželů) jsou zobrazovány jako velmi bolestná a komplikovaná událost, která je spojená s pocity sebeobviňování a obviňování druhých. Časopisy nabízejí celé strategie, jak stav po rozchodu zvládnout – návštěvy přátel, nové koníčky, intenzivní práce apod. Už to naznačuje, že rozchod dvou partnerů není v textech považován za něco odsouzeníhodného, nebo nezvyklého, spíše naopak, je součástí partnerského života. V některých textech je dokonce vnímán jako jediné řešení, ženy jsou k němu nabádány (to v případech domácího násilí), jindy je považován za jednu z možností řešení vážných partnerských potíží. Jako nejčastější důvod rozchodu je v textech zmiňován nový partner, a to jak ze strany muže/partnera (tento případ je častější), tak ze strany ženy samotné, která se rozhoduje mezi stávajícím vztahem a novou láskou.

„Asi tak po šesti letech manželství jsem si začala uvědomovat, že můj muž není ten vysněný princ. Ale pořád jsem ho měla ráda,“ připouští. „Až do chvíle, kdy se ve třiatřiceti zamiloval do mladé holky. První měsíc jsem to jen tušila, druhý věděla a třetí měsíc jsem ho vyhodila. Dala jsem mu půlroční ultimátum. Když ale na Vánoce přinesl dárky pro kluky a zase rychle odešel, bylo mi jasné, že je definitivní konec.“ (Rozvod s lidskou tváří, Marianne, 2/2005, str. 26)

V jednom příspěvku je zmiňován jiný důvod rozchodu, a to nespokojenost se vztahem, malý pocit seberealizace a uspokojení v něm.

„Po deseti letech společného života se rozešla se svým partnerem, protože zjistila, že už delší čas nežijí spolu, ale vedle sebe. „Byli jsme spolu jen ze zvyku, už nás nic nespojovalo.“ (Do starého železa se ještě rozhodně nechystají, Katka, 14/2005, str. 51)

Jako důvod opuštění stávajícího partnera tak v reprezentacích rozchodů jednoznačně převažuje zamilování se do někoho jiného (tzv. ideologie lásky) než nedostatečný pocit seberealizace (jako důsledek individualizace společnosti).

5.1.3. Děti a plánování mateřství

Rodičovství, lépe řečeno mateřství a děti, je jedno ze základních témat ženských časopisů v souvislosti s rodinou. V centru pozornosti jsou zejména otázky spojené se zdravím, respektive nemocemi dítěte a výchovou dítěte, především se objevují výchovné problémy jako braní drog, problémy ve škole apod. Obecně jsou v diskurzu ženských časopisů témata spojená s dítětem velmi silně zastoupena a kromě již zmiňovaných je značně diskutovaným tématem plánování rodičovství, tedy otázka, kdy je vhodná doba mít dítě.

„Před prvním rozhodnutím, kdy je ten nevhodnější čas mít dítě, stála, stojí a bude stát asi každá z nás. Ve dvaceti nám připadá, že jsme moc mladé, v pětadvaceti se nám zdá, že máme celý život před sebou, ve třiceti si myslíme, že jsme si ještě všechno neužily, a ve čtyřiceti už je pozdě. Tak jak tedy poznat, kdy je ta pravá doba přivést na svět potomka!“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

I když je jeden článek věnován problematice mateřství v teenagerskému věku (*Statečné matky – teenageři!*, Claudia, 4/2005, str. 4), příspěvky k tomuto tématu se spíše zmiňují o trendu **plánovaného oddalování mateřství** z nejrůznějších důvodů – studium, kariéra, cestování.

„Nenápadně, avšak o to závažněji však století volby ovlivňuje náš soukromý, respektive rodinný život. Mladí lidé (a k nim se – světe div se – dneska už běžně počítají i třicátníci) využívají možnosti, které se jim nabízejí, a tak budují kariéru, studují v zahraničí, cestují kolem světa a zdokonalují se v moderních sportech. Na rodinu mají času dost – vždyť jen blázen by se zaháčkoval doma u dětí, když toho má ještě tolik ke stihnutí. Na první pohled to může vypadat katastroficky, ale demografové si prý nervou vlasy nějak zvláště zoufale, protože jsme se jen přiblížili „západnímu“ světu, kde se svatba a potomstvo nevytěšňují ze života, jen se odkládají na později.“ (Muka výběru, Marianne, 1/2005, str. 46)

„Statistiky říkají, že se rodí čím dál méně dětí. Jedním z důvodů je, že věk prvorodiček se neustále posunuje směrem nahoru.“ (Dítě chci, ale ještě ne!, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 149)

„Podle gynekologů byste si měla první dítě pořídit do třiceti let. Nestihla jste to? Nejste sama – dnes totiž spousta žen věnuje víc času sobě, kariéře nebo hledání partnera než rození potomků. Výsledek? Stoupá počet žen, které se rozhodly родit po třicítce.“ (Jak dlouho můžete čekat na dítě?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 34)

S odkladem mateřství pak souvisí příspěvky, které se nezabývají sociální, ale biologickou připraveností ženy mít dítě, a rovněž problémy s otěhotněním a metodami asistované reprodukce.

„Po třicátém pátém roce se zmenšuje možnost otěhotnět o padesát procent! Rodičkám, kterým už bylo třicet šest let, více hrozí, že jejich potomek bude mít nějakou vrozenou či vývojovou vadu. Většina čtyřicátnic nemá šanci otěhotnět jinak než umělou cestou.“ (Jak dlouho můžete čekat na dítě?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 34)

Příspěvky zabývající se mateřstvím tak vytvářejí tlak, aby ženy své rodičovství příliš neodkládaly, a to jak uváděním názorů odborníků, tak názorů známých osobností.

„**Mahulena** (Bočanová – P.T.): Tak takových mám kolem sebe spoustu, protože se pohybuju mezi holkama, které kariéru budují a záleží jim na ní. A já jim říkám, ať to nedělají, protože když budou mateřství odkládat, tak to bude jenom horší a horší. A že pak nebude práce? Kdepak! Já mám teď shodou okolností nejvíc práce, co jsem kdy měla.“ (Kariéra, nebo dítě?, Harper's Bazaar, 1/2005, str. 103)

Na druhou stranu se však texty týkající se plánování mateřství snaží tlaku okolí, který je vyvíjen na ženu, aby měla dítě, postavit. Tento tlak je vnímán ze dvou stran: již zmíněný nátlak odborných názorů a očekávání rodičů. V článcích o mateřství se tak dítě stává příležitostí, nikoliv nutností, a žena je nabádána, aby se rozhodovala dle své svobodné vůle.

„Od mých třiatdvaceti let se mě rodiče, babičky a tetičky na pravidelných návštěvách nikdy nepomněli zeptat, kdy se konečně vdám a budu mít dítě. Protože jsem nejstarší ze tří sester, očekávali potomka především ode mě.“ (Poprvé těhotná, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 88)

„Máme snad podlehnout tlakům okolí, které nás od určitého věku deptá trapnými poznámkami o biologických hodinách? Nebo snad uvěřit odborným článkům, kde nás straší tím, že ve třiceti už jsme přestárlé rodičky? Rozhodně ne!“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

„Není dobré se nechat do mateřství natlačit názory jiných,“ říká k tomu psychologka Zdeňka Sládečková. „Dítě si pořídte, až budete chtít vy sama. V osmnácti nebo až ve čtyřiceti.“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

„Z hlediska lékařů je už žena, která otěhotní po pětatřicítce, považována za starší matku. Jako optimální pro první porod totiž odborníci udávají věk mezi dvaceti a třiceti lety. Pro život však nepatří žádný „jízdni řád“. Jede si po svých kolejích a ty vedou pro každého z nás jinak.“ (Mateřství na sklonku sezóny, Tina, 13/2005, str. 12)

Ženské časopisy tak ve svých textech předestírají dvě protichůdné tendence. Na jedné straně poměrně podrobně upozorňují na možná rizika odkladu těhotenství a mateřství, na straně druhé propagují možnost svobodně se rozhodnout, kdy se stát matkou. Zvláštní příspěvky jsou věnovány starším matkám; pokud pomineme text o mateřství v šedesáti jako extrémní příklad (*Mohou být babičky matkami?*, Vlasta, 10/2005, str. 29), je mateřství v pozdějším věku líčeno příznivě, i s přihlédnutím k upozorněním na možné komplikace. Zejména je zdůrazňováno jisté omládnutí ženy, její zodpovědný přístup k mateřství a schopnost více si ho v pozdějším věku vychutnat.

„Každý mi říkal, jak jsem s miminkem omládlá.“ (Mateřství na sklonku sezóny, Tina, 13/2005, str. 12)

„Pozdní rodičky si zase s dětátkem prodlouží mládí, což konec konců potvrdila nejenom má matka, která si mě pořídila až po třicítce, ale i všechny ostatní starší mámy.“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

„Starší rodiče se podle odborníků svým dětem věnují s větším nadhledem, mají dost času na povídání a hraní.“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

Při srovnání mladších a starších matek se texty pokouší o nestrannost v tom smyslu, že jak u mladších, tak u starších rodičů uvádějí klady a zápory rodičovství v daném věku a snaží se vydvihnout spíše individuální povahové rozdíly mezi matkami, než je nějakým způsobem generalizovat právě dle věku.

„Každý věk má své. „Mezi dvacetiletou a čtyřicetiletou budoucí maminkou nevidím příliš velký rozdíl,“ uklidnil mě gynekolog Ivan Ročárek.“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 66)

„O starších maminkách se říká, že jsou přecitlivělé a úzkostlivé,“ vypráví psychologka, „některé takové opravdu jsou, ale nemyslím si, že by to až tolik záleželo na věku.“ (Kdy přiletí čáp..., Žena a život, 4/2005, str. 68)

Dítě je v ženských časopisech prezentováno jako velmi důležitá životní hodnota a součást, a to natolik, že ženy, které dítě nemají, ale touží po něm, jsou ochotny jít do konfliktu se stávajícím partnerem. Článek se týká touhy ženy adoptovat dítě, i když její manžel je proti tomuto kroku. (Cizí dítě domů nechci, Vlasta, 13/2005, str. 22)

Velikost ženské touhy mít dítě a jeho zásadní postavení v ženském životě ilustruje i jiný text, který ženám nezamítá plánovanou možnost počít dítě i bez stálého partnera a vychovávat ho, tedy pořídit si dítě pro sebe samu.

„Pořídily byste si dítě i bez partnera?“

Dita: Tak to tedy nevím.

Tereza: Kdybych se ocitla v životní situaci, že mít dítě bude pro mne první věc na světě, šla bych do toho. I bez podpory chlapa.

Kristina: Určitě bych chtěla celou rodinu – už kvůli svému dětství, táta od nás odešel, když mi byly tři roky. Ale i kdybych neměla vhodného partnera, dítě bych chtěla za každou cenu.“ (Dítě chci, ale ještě ne!, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 149)

„**Mahulena** (Bočanová – P.T.): Někdo ho nemá, protože nemůže najít toho správného chlapa, ale já říkám, že by ty holky měly mít dítě i za cenu toho, že to nebude ten pravý. Ať není pozdě. Pro ženskou je nejdůležitější ze všeho mít dítě.“ (Kariéra, nebo dítě?, Harper's Bazaar, 1/2005, str. 103)

5.1.4. Otcovství

Otcovství je v příspěvcích zmiňováno ve dvou hlavních souvislostech: **otec v nukleární rodině**, jeho chování k dětem a **otec v rozvedené rodině** a jeho vztah k dětem vlastním, případně k dětem nové partnerky. Konstrukce otcovství v ženských časopisech ovšem stojí stejně tak na tom, co zmiňováno je, jako i na tom, co zmiňováno není. V textech o řešení rodinných problémů s dětmi často vystupuje pouze žena.

I v rodině, která je zobrazena s oběma rodiči žijícími spolu, je řešení výchovných problémů spojeno s matkou. Otec je tak svým způsobem vynechán a jeho role v rodině není v textech přímo charakterizována, v podstatě je definována jeho absencí. V článcích, které se kategorie otcovství přímo dotýkají, si ženy přejí, aby se otec více angažoval ve výchově dětí (Kdyby to bylo možné, co byste na muži změnila?, Claudia, 3/2005, str. 2).

Ovšem podobně často se v textech také objevují i příklady mužů, kteří pomáhají svým partnerkám, a to zejména v článcích o úspěšném profesním životě žen v různých povoláních.⁹

Specifickým případem je příspěvek o starších otcích, tedy těch, kteří již mají poměrně odrostlé či dospělé děti z předešlého partnerství a kteří s novou mladší partnerkou zakládají novou rodinu.

9 Více o tomto typu otcovství je zmiňováno v podkapitole 5.3. Skloubení rodiny a zaměstnání.

Podobně jako v textech týkajících se starších matek, i zde je toto otcovství prezentováno pozitivně, jako přínos pro otce i dítě.

„Jsem moc rád, že dnes už mohou být tatínci u porodu. Byl to úžasný zážitek. V okamžiku, kdy se malý Péťa dychtivě prodral na svět, se mi do očí nahruly slzy.“ (Jak se žije starším otcům, Tina, 7/2005, str. 16)

„Petr je báječný táta. Je zralejší, klidnější, dovede si otcovství lépe vychutnat. Nic ho nevyvede z míry, se vším mi pomáhá.“ (Jak se žije starším otcům, Tina, 7/2005, str. 16)

V některých příspěvcích se objevuje vzpomínka žen a mužů na vlastního otce, a to zejména v souvislosti s předáváním stereotypů v chování, přičemž je upozorňováno na to, jak hluboce mohou návyky z původní rodiny ovlivnit vlastní rodinný život. Obraz otců v těchto textech se pohybuje na škále od nevěrníka a tyрана, přes submisivní, či samotářské povahy, až ke kamarádským vztahům s dětmi, ovšem ani jeden z otců do výchovy dětí příliš nezasahoval.

„Neporazitelný, silný, vševědoucí. To se ale nestává často – nejspíš ho nenávidíte za to, že vás moc omezoval, byl chladný, v horším případě si vás pletl se zaprášeným kobercem, který potřebuje pořádně vyklepat.“ (Co když vám všechno zkazil tatínek?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 102-104)

„Máte-li otce samotáře, nejspíš vás nechával růst jako dříví v lese. Péči o vás hodil na matku, z dětství si nevybavujete žádné společné zážitky. Váš otec se jevil okolí jako přísný morous, ale vzhledem k faktu, že se moc nestaral, co děláte, nic vám nezakazoval ani vás netrestal. Nejspíš se věnoval své práci nebo koníčkům a rodičovství pro něho nikdy nebylo na prvním místě.“ (Co když vám všechno zkazil tatínek?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 104-105)

Konstrukt otcovství v tomto příspěvku však není jednoznačně negativní. Ačkoliv se otec do výchovy nezapojuje, neznamená to, že by mu na dětech nezáleželo.

„Nepamatuju se, že by se se mnou někdy mazlil, hrál si. Nikdy neměl čas ani chuť. Přitom vím, že kdyby se mi něco stalo, hodně by ho to rozhodilo, protože mě má rád.“ (Co když vám všechno zkazil tatínek?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 105)

Vzhledem k počtu článků o rozchodech partnerů je druhý obraz otce v rodině spojen právě se situací po rozvodu. V malém počtu příspěvků jsou rodiče představováni jako lidé, kteří byli schopni se dohodnout na péči o dítě, přičemž však dítě zůstalo v péči matky. Ve více textech je však otec zobrazován jako tyran rodiny ještě před rozvodem, a následovně i po něm.

„Naši se rozvedli, když jsem chodila do první třídy, a nám s matkou nastalo peklo. Táta vyhrožoval, že nás zažaluje a že mě už mamka nikdy neuvidí. Udělal z ní tu největší couru na světě, ze mě dítě, které každý litoval a s nímž nikdo nechtěl mít nic společného. Nastalo období, kdy jsem ho nemohla ani cítit a které trvá dodnes.“ (Cosmo P.O. Box, Cosmopolitan, 3/2005, str. 14)

„Vždycky měli pocit, že tátu moc nezajímají. Táta se o ně nestaral před rozvodem a zdálo se, že při tom zůstane i po rozvodu. Po čase se ale objevil, vyžadoval jejich pozornost a přitom pomlouval a urážel mámu. Tak to viděly, cítily a přestaly ho chtít vidět. Odmítl se s tím smířit. Začal dcery pro-

následovat cestou do školy, křičel na ně před spolužáky. Okolí jejich bytu začaly zdobit nápisy s ko-sočtvercem a matčiným jménem. Dárek k Velikonocům? Stažený králík na rohožce. Dárek k Vánocům? Srnčí kopýtka tamtéž.“ (Spravedlnost dětem. Lásku taky!, Elle, 2/2005, str. 49)

Ve třech příspěvcích v ženských časopisech ze zkoumaného období je zmiňován přímo termín „syndrom zavrženého rodiče“, který je spojován právě s otcem a jeho nepřítomností. Ve dvou z těchto textů je pak líčení otce jako zavrženého rodiče zproblematizováno jeho dřívějším nezájmem o rodinu a despotickým chováním.¹⁰

„Myslím, že to bylo poprvé, kdy někdo napsal o tomto problému i jinak, než z pohledu ‚zavrženého rodiče‘. Doufejme, že tato reportáž bude takovou první vlašťovkou, kdy už nebudeme vidět ty ubohé opuštěné tatínky, kteří zoufale chtějí pečovat o své děti, ale budeme respektovat názor dítěte jako lidské bytosti s vlastními pocity. Možná dám tento článek přečíst svému otci. Ale asi ne, jeho se to stejně netýká, vždyť pro nás dělá první poslední. Nevycházíme spolu jen proto, že nás maminka navádí. Ve dvaadvaceti letech jsem přece tak snadno ovlivnitelná...“ (Vaše dopisy naší redakci, Jiný pohled, Elle, 3/2005, str. 12)

Kromě takto ostře charakterizovaných vztahů v rodině je v několika příspěvcích také konstatováno, že se otcové s dětmi nestýkají, aniž by byly blíže vysvětleny okolnosti. Otec po rozvodu je tak v textech charakterizován poměrně negativně, v lepším případě jako někdo, kdo navštěvuje děti o víkendech, případně o bývalou rodinu a děti nemá zájem.

V jednom příspěvku, který se týká rozchodu biologických rodičů dítěte, je zmiňován problém soužití nového partnera matky s dětmi z předešlého soužití. Vztah dětí a nově příchozího otce není příliš rozebírán, nový partner matky však plně nahradil biologického otce a převzal jeho místo v rodině.

„Od té doby nám David pomáhal zařídit mužské práce v domě, občas přišel vykoupat děti a zůstal i na zprávy. ...a řekl, že si mě chce vzít i s Vojtou, Zuzankou a babičkou.“ (David si mě vzal i s dvojčaty, Vlasta, 7/2005, str. 63)

V souvislosti s konstrukcí otcovství v ženských časopisech je zajímavý fakt, že až pět příspěvků v různých časopisech ve zkoumaném tříměsíčním období se týká poměrně odborné problematiky testů otcovství (společně s informacemi o testech DNA, finančními náklady a místy, kde se dají testy provést) a zjištění, zda je dítě vlastní.

5.2. Profesionální život

Vzhledem k množství příspěvků, které se buď přímo zabývají tématem pracovního života, nebo jej v nějaké podobě zmiňují, je možné konstatovat, že téma zaměstnání je jedním z klíčových v ženských časopisech.

¹⁰ V souvislosti s konstrukcí obrazu otce po rozvodu je užitečné srovnat podání tohoto problému v textech ženských a mužských časopisů, které je odlišné (viz kapitola 4. Mužské časopisy).

5.2.1. Zobrazované formy zaměstnání

Ve všech zkoumaných textech ze souboru ženských časopisů je zabudován jeden základní předpoklad, a to že ženy jsou zaměstnané, tedy vykonávají placenou práci po převážnou část produktivního života. Doba, po kterou nepracují, je pouze přechodná a je spojena s mateřskými povinnostmi, s péčí o nejmenší děti. Jaksi samozřejmě je v konstrukci textů obsaženo, že se jedná o práci na **plný úvazek**, která je v podstatě prezentována jako nejběžnější typ zaměstnání. Pro ženu je tak obvyklá přerušovaná nebo přerušovaná kariéra, kdy se střídají období v domácnosti a období v zaměstnání. Jiné, nové formy práce jsou v článcích zmiňovány právě v souvislosti s mateřstvím a možností se co nejrychleji a nejlépe zapojit zpátky do pracovního procesu tak, aby bylo možné sladit požadavky zaměstnání s nároky rodinného života.

„Dokud nezačneme tlačit na své zaměstnavatele, k žádnému přelomu nedojde. Co po nich máme chtít? Částečné úvazky a sdílené úvazky především. Částečný znamená čtyř- nebo šestihodinový, sdílený znamená, že se o plný úvazek s někým podělíte – například týden pracuje v téže funkci on, týden vy, práci si však můžete rozdělit jakkoli jinak. Zkuste požádat o stlačený pracovní týden, možnost pracovat z domova, flexibilní pracovní dobu...“ (Vyrovnajte nás!, Elle, 1/2005, str. 66)

V článcích je nejčastěji zastoupen **zkrácený pracovní úvazek** a **práce z domova**. Právě práci z domova je kromě jiného věnován samostatný text. Oba typy zaměstnání jsou zobrazovány v souvislosti s mateřskou dovolenou, nebo péčí o malé dítě předškolního věku. V článcích o ženách s úspěšnou kariérou se právě práce z domova stala východiskem k vytvoření strategie, jak skloubit rodinu a profesní život. Jsou zmiňovány klady těchto nových forem organizace pracovního života.

„Pro ženy je práce z domova přes počítač ideální nejen kvůli tomu, že mohou současně řídit práci i rodinu. Většinou tento způsob umožňuje také soustředěnější, a tedy i výkonnější práci. Neruší vás kolegové ani rozhovory. Kromě toho tak jste ušetřena zbytečného cestování do práce a takto získaný čas můžete věnovat péči o svou rodinu.“ (Hledám práci na dálku: vydělávejte si z domova!, Claudia, 8/2005, str. 26)

„Laborantka jezdila za mnou domů a od rána do večera jsme míchaly přípravky. Rodiče už jsem neměla, a tak nebyl nikdo, kdo by Janu hlídal,“ popisuje dramatické období.“ (Splněný sen, Blesk pro ženy, 12/2005, str. 51)

Objevují se také tipy na kombinaci různých forem práce, například práce z domova a **sdílení pracovního místa**, případně kombinace části pracovního týdne stráveného doma s dobou strávenou na pracovišti. Případná negativa práce z domova, např. možná sociální izolace a málo kontaktů s kolegy v kanceláři, nejsou nijakým způsobem akcentována. Kromě pozice zaměstnance se v příspěvcích objevuje i typ ženy **podnikatelky**, ovšem její časová flexibilita, možnost pracovat z domova, je vyvažována náročností práce, kterou vykonává, a tak ani práce z domova není ideálním řešením pro sladění rodinných a pracovních nároků.

„Její prvotní představa, že bude pracovat v poklidu z domova a že překážky přece jen nebudou tak veliké, vzala velmi brzy za své. Klára zjistila, že pokud chce denně aktualizovat vydání internetových stránek pro ženy, je potřeba věnovat se této práci na více než 100 %.“ (Žena-in!, Blesk pro ženy, 1/2005, str. 31)

Tematice zaměstnání je v různých ženských časopisech věnován poměrně značný prostor, přičemž odborníky jsou řešeny dotazy z oblasti pracovněprávních záležitostí (právo zaměstnavatele propustit zaměstnance, nevyplácení mzdy), nároky na sociální dávky (mateřský či rodičovský příspěvek) nebo placení daní.

„**Podnikatelka na mateřské dovolené.** Jsem podnikatelka s příjmy kolem třiceti tisíc měsíčně. Plánuji rodinu a předpokládám, že i po narození dítěte budu moci částečně podnikat. Budu mít nárok na mateřskou, případně v jaké výši? Kolik vlastně činí rodičovský příspěvek? Musím tyto příspěvky zdanit a na jaké nezdanitelné položky mám nárok?“ (A co daně, platíte?, Svět ženy, 3/2005, str. 66)

Poměrně rozsáhlý článek je věnován problému **šikany na pracovišti** (mobbing, bossing), který kromě příběhů zesměšňovaných žen nabízí rady odborníků, jak se bránit, a kontaktní místa, kam se obrátit pro pomoc. Šikana na pracovišti ovšem není vnímána jako čistě ženský problém, i když na ženy v této situaci je text zaměřen.

„Možná i vy chodíte do práce s pocitem, že to tam už další den nevydržíte, protože to, co zažíváte, je prostě teror. V našich „vodách“ se totiž šikaně daří čím dál víc. Její obětí nejsme jen my, ženy, ale samozřejmě i muži. Šikanovaných žen je však mnohem víc. Každá pátá z nás to zažila na vlastní kůži!“ (Šikanuji mě!, Žena a život, 2/2005, str. 34)

Jako samostatný „typ práce“ by se dala charakterizovat i pozice **ženy v domácnosti**. Ačkoliv rozhodnutí ženy zůstat jistou dobu doma a věnovat svůj čas péči o dítě (v případě bezdětných párů péči o manžela) je prezentováno jako něco samozřejmého a je v příspěvcích v podstatě oceňováno, týká se to pouze pozice ženy v domácnosti jako přechodné, nikoliv celoživotní strategie. Příběhy žen v domácnosti, které byly závislé na vysokém příjmu svého manžela, svou konstrukcí směřují k nešťastnému konci: žena se vrací do práce, aby se rodina dostala z neuspokojivé finanční situace, případně žena má pocit nedostatečné seberealizace, který řeší návratem do zaměstnání. Obraz ženy v domácnosti není konstruován pouze přímými zmínkami o tomto jevu, ale je formován i souvisejícími tématy, jako jsou ekonomická nutnost dvou příjmů v domácnosti, ekonomická nezávislost ženy, která je oceňována právě v souvislosti s tématem nevěry a partnerských rozchodů, a možnost seberealizace v práci. Zaměstnání je tak zobrazováno jako hodnota, a to jak z pohledu finančního zajištění, tak z pohledu seberealizace ženy. Spokojenost ženy v tomto případě znamená vyváženost mezi pracovním a rodinným životem. Obraz ženy v domácnosti je tak konstruktem s protichůdnými prvky – na jedné straně je kladně hodnocena snaha péče o děti a manžela, na straně druhé je zde zmiňována hrozba nejistoty, jelikož žena není finančně samostatná a chybí zde jiný prvek seberealizace než děti. Být v domácnosti je jako přání vysloveno v několika příspěvcích, na druhou stranu je však zaměstnání prezentováno jako nutná nebo chtěná, avšak především samozřejmá součást života ženy v produktivním věku.

„To však nic nemění na tom, že více než 80 % matek by nejraději bylo s dětmi doma až do začátku jejich školní docházky. Péči rodičů totiž prý dětem žádná školka nenahradí.“ (Kdy dát dítě do školky?, Katka, 10/2005, str. 12)

„Pracuje na poloviční úvazek v jedné restauraci jako uklízečka. „Můj muž to sice nevidí rád, ale já jsem se ho na nic neptala. Rodina i dům něco stojí, a když to ze své výplaty neutáhne sám, tak holt musím přispět nějakou korunou do rozpočtu já. Ale nemyslete si, že bych raději nebyla doma s dcerou.“ (Do starého železa se ještě rozhodně nechystají, Katka, 14/2005, str. 51)

„**Štěstí bez pozlátka.** ... Pavlína Baburková mě fascinuje, protože mluví s dojemnou něhou o svém štěstí – štěstí ženy vdané za muže, kterého miluje, pro něhož je tady a s nímž má děti, jimž se absolutně věnuje. ... Je šťastná životem zdánlivě „obyčejné ženy“ doma, je v pohodě, spokojená a nechybí jí žádná pozlátka.“ (Vaše dopisy naší redakci, Elle, 2/2005, str. 14)

„**Obrovský obdiv.** Měla jsem Pavlínou Baburkovou jako modelku moc ráda a dost mě mrzelo, co se kolem ní před pěti lety dělo – doufám, že nyní všechny přesvědčila svým postojem k životu. Tato krásná žena, která se vzdala úspěšné kariéry modelky pro své děti a svého manžela, vzbuzuje v uspěchané době, kdy se většina lidí žene za penězi a slávou, obrovský obdiv.“ (Vaše dopisy naší redakci, Elle, 2/2005, str. 14)

„**Neobětovat se.** Trochu na mne spadl splín po přečtení článku o Pavlíně Baburkové. Chápu, že měla sice zajímavý, ale dramatický osud ... Myslím si ale, že se nevyplácí upnout se na děti a na manžela ... Výsledkem bude nová generace mužů očekávajících od ženy „plné nasazení“ v domácnosti ...“ (Vaše dopisy naší redakci, Elle, 2/2005, str. 14)

„**Opačný případ je Anna.** Byla devět let v domácnosti. Nejprve se jí narodila dcera, potom syn. Manžel se mezitím vypracoval ve slušně vydělávajícího podnikatele. Postavili si domek na okraji malé vesnice a Anna se věnovala pouze rodině. Rozhodně se při tom nenudila. Děti vozila do školky a do školy, potom zase do různých kroužků, mezi tím nakupovala, vařila, uklízela. Večer se věnovala unavenému manželovi a v noci uléhala s pocitem, že se už rozdala úplně ze všeho. Postupně si „zadělala“ na těžkou neurózu. Začala navštěvovat psychologa a ten jí doporučil jediné: začít pracovat a přenést část zodpovědnosti za chod domácnosti na partnera. Jenže ten se začal bránit: Jak k tomu rodina přijde? Děti potřebují stálý dohled! On je přece uživí, tak proč by zrovna jeho žena měla chodit do práce? Nikdo Annu nechápal, ale psycholog si nakonec promluvil i s partnerem a ten se nechal obměkčit. Pro Annu se tedy stal největším úspěchem samotný návrat do práce, byť jenom úřednické a průměrné placené.“ (Úspěšné ženy – a co za to?, Vlasta, 7/2005, str. 14-15)

„Dokud jsem si u manžela neprosadila, že se budu věnovat svým milovaným koním, byla jsem jak tělo bez duše. Nemáme děti a já jsem jen celé dny čekala, kdy se Vojta vrátí z práce. ... Po čase jsem se ale domluvila s majitelem jedné farmy, že mě zaměstná, a začala jsem se věnovat koním na plný úvazek. Vojtovi se nejdřív moc nelíbilo, že se kolikrát vracím domů později než on, ale pak se na mě začal těšit.“ (Úspěšné ženy – a co za to?, Vlasta, 7/2005, str. 14)

5.2.2. Rovné příležitosti

V souvislosti se zaměstnáním patří mezi podstatná témata diskriminace na pracovním trhu a rovné příležitosti.¹¹ Diskriminace, jež je zmiňována v textech, je dvojího druhu: genderová a věková, tedy diskriminace žen (matek) a starších lidí nad padesát let. V centru pozornosti však stojí zejména diskriminace na základě pohlaví, přičemž se zájem soustřeďuje zejména na otázku rozdílného finančního ohodnocení žen a mužů a posléze na nízké zastoupení žen v řídicích funkcích a v některých oblastech veřejného života (v politice).

11 V jednom z textů (Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 64) je použit a definován anglický termín affirmative action.

„Nerovnoprávnost se odstranit podařilo – přinejmenším formálně. V reálném světě je to občas trochu horší: ženy mívají nižší mzdy než muži, hůře shání práci, a pokud patří mezi ty úspěšné, brzy zjistí, že jim kariéra bývá dopřána po jistou mez. Není to typicky český problém, potýká se s ním i celý vyspělý svět.“ (Vyrovnajte nás!, Elle, 1/2005, str. 64)

„A tak je průměrný plat českých žen o celou čtvrtinu nižší než průměrný plat mužů. Čím vyšší je vzdělání a pozice, tím větší je mezi platy žen a mužů rozdíl. Podle závěrů Českého statistického úřadu pobírají české manažerky ve vysokých funkcích zhruba polovinu toho, co za stejnou práci dostávají muži!“ (Vyrovnajte nás!, Elle, 1/2005, str. 64-65)

„Jen mám často pocit, že kdybych byla chlap, tak se budu bavit o úplně jiných penězích. Pořád totiž platí, že vyděláváme za stejnou práci méně než naše mužské protějšky...“ (Zasloužím si víc peněz!, Žena a život, 2/2005, str. 16)

„Ženy jsou mezi řadovými členy KDU-ČSL dokonce v převaze nad muži. Jenže... Mezi poslanci už jsou jen dvě křesťanské demokratky, v Senátu dokonce jediná. A ministryně? Nenechte se vysmát...“ (Vyrovnajte nás!, Elle, 1/2005, str. 65)

Příčiny nerovného postavení žen na trhu práce jsou identifikovány ve dvou rovinách: jednak je to stereotyp ženy jako pečovatelky o domácnost a muže jako živitele, jednak jsou to jisté postupy ve firmách, kdy muži ve vysokých pozicích vybírají za své zástupce opět jen muže. Řešení, která texty popisují, se dají rozdělit do dvou skupin: **individuální akce**, tedy aktivita ženy, její hlas a odpor a **změna společenského systému**, tedy nazírání na rodičovství, zapojení mužů do otcovské role, politická opatření jako zavedení kvót, přizpůsobení celkového společenského klimatu. Oba texty propojují tyto pohledy. Zatímco však článek *Zasloužím si víc peněz!*¹² více akcentuje individuální akci:

„Nerozčilujte se nad tím, že máte malý plat a peníze vám pořád někudy utíkají. Raději udělejte všechno pro to, abyste vydělávala víc. ... Nepodceňujte se.“ (str. 14-15),

text *Vyrovnajte nás!*¹³ se mnohem více zabývá společenskou podmíněností nerovnosti mezi muži a ženami.

„Změnit se totiž bude muset celý svět: svět otevíracích dob, svět školních povinností, ale především svět osmi, deseti a dneska už běžně i dvanáctihodinových pracovních dob, protože to všechno je svět mužský. Moderní pojetí popisu práce a pracovních povinností počítalo až do této chvíle s tím, že se o pracujícího (tedy muže) někdo (přirozeně žena) stará. Jenže kdo se teď postará o pracující ženu? Nikdo? Pravděpodobně ne, těžko si představit společnost, kde by se o každou pracující ženu starala jedna „nepracující“. Pak se tedy musí změnit to, co nazýváme prací. „TO“, tedy ona činnost, musí být slučitelné s faktem, že na světě existují děti.“ (str. 65)

Téma diskriminace žen se objevuje ještě v jednom příspěvku, a to v souvislosti s postavením matek po mateřské dovolené, respektive matek s malými dětmi, na trhu práce. Text popisuje stereotypy, které vůči matkám s malými dětmi na trhu práce panují, tedy že jejich koncentrace na pracov-

12 Žena a život, 2/2005, str. 14.

13 Elle, 1/2005, str. 64.

ní úkoly je rozptylována starostmi o děti a rodinu, případně že jejich kariéra byla pozastavena na tak dlouhou dobu, že mají nízkou kvalifikaci nebo nedostačující praxi.

„Končí vám mateřská dovolená a přemýšlíte, co dál? Jestli jste si dovolila mít dvě nebo více dětí po sobě, ztratila jste nejspíš možnost vrátit se na původní místo. Při hledání nového zaměstnání stojíte před tvrdou realitou. Když nemáte „ty správné“ známé, nezbude vám, než navštívit úřad práce. Jeho pracovnice vám už při první návštěvě sdělí, že šance na vaše uplatnění jsou mizivé. Na sebevědomí vám to nepřidá. Začnete mít výtky, že jste po nocích nestudovala cizí jazyky a dále nedoplňovala své vzdělání, a pokud ano, bylo to nedostatečné. Navíc máte smíšené pocity. Okolnosti vás nutí k nástupu do práce, všichni očekávají, že konečně přiložíte ruku k dílu, ale vy se bojíte, že budete šidit své děti. To, že jsou jim čtyři roky, neznamená, že vás potřebují méně. Případný zaměstnavatel má bohužel opačné obavy – abyste kvůli dětem nešidila práci. Dá to najevo hned v úvodu. Pokud se rychle nevytasíte s babičkou ve výborné kondici, pohovor pravděpodobně právě skončil. Při otázce, která se týká vaší praxe a co můžete vlastně nabídnout, je vám hned jasné, že v porovnání s mužem nebo mladou absolventkou, která plánuje v souladu s trendy otěhotnět až po třicítce, by bylo naivní doufat, že se zaměstnavatel rozhodne pro vás. Ve vzduchu jako by visela otázka: Co s vámi, když jste „jen“ máma?“ (Dopis týdne, Co s vámi, mámy?, Vlasta, 11/2005, str. 22)

5.3. Sladování rodinného a pracovního života

Mateřství a zaměstnání jsou v ženských časopisech reprezentovány jako dvě klíčové kategorie života ženy a je jim v těchto médiích věnována velká pozornost. Vzhledem k tomu, že obě tyto kategorie jsou pojímány jako významné součásti života ženy, sladění požadavků rodinného a profesního života je dalším důležitým tématem.

Stres jako důsledek pokusu zvládnout rodinný a pracovní život

Zvládnutí obojího, dětí i zaměstnání, je v textech nejčastěji spojováno s velkým stresem. Žena je prezentována jako hybatel rodinného života, jako pečovatelka o domácnost i děti a zároveň je zaměstnávána na plný úvazek, případně podniká. Tento stav vyvolává pocit neustálého tlaku a stresu z množství nesplněných povinností a nároků, které jsou na ženu kladeny.

„Naše kolegyně Johana doběhla do práce přesně na devátou hodinu. Čelo zbrocené potem, v tváři děs. „Neuhádnete, co jsem dneska nestihla,“ zaúpěla směrem k ostatním redakčním matkám. „Dala jsem dětem šálíčky, čepičky, snídani, svačiny, přezůvky. Podepsala jsem úkoly, vysadila je včas před školou, nakoupila, hodila nákup domů. S kvilejícími pneumatikami jsem to všechno zvládla za sedmdesát minut, jsem tu včas, jenže holky, až na schodech mi došlo, co jsem dneska zapoměla: Já se dneska ráno zapoměla UMÝT!“ (Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 64)

„Johana je jednou z mnoha matek – misionářek, které přes všechny nepodepsané úkoly, nestihnuté třídní schůzky a neuvařené večeře stále věří, že vyhrají samy nad sebou, že se jim jednoho krásného dne mateřské povinnosti přece jen povede skloubit se zákony pracovního světa.“ (Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 64)

„Tak proč jsme pořád uštvané, roztěkané a bez nálady? Milá prababičko, to bude tím, že trpíme komplexem pilnosti a nevíme, co dřív. Ty ses jistě také celý den nezastavila, ale pochybuji, že ti podsouvali, že úspěšná žena rovná se výkonná manažerka, žádoucí, krásná manželka, vzorná matka chytrých a poslušných dětí a k tomu všemu prvotřídní hospodyně (bez služebných, přirozeně).“ (Jako štvaná zvěř, Žena a život, 3/2005, str. 60)

„Pracuju, **proto nestíhám**. Nejste první ani poslední matkou, která je pracovně tolik vyčerpána, že těžko hledá chvílku pro komunikaci s dětmi.“ (Jen je nechte, ať se nudí, Marianne, 1/2005, str. 95)

„Znáte to samy: dny naplněné povinnostmi, které nejdou odsunout, starosti v zaměstnání, péče o domácnost, o děti. K tomu ještě nakoupit, uvařit, všem se věnovat...“ (Jsou to sice malé chvílky, ale dokážou nás povzbudit, Katka, 2/2005, str. 36)

Vzhledem k množství očekávání, které jsou s rolí matky a aktivní zaměstnané ženy spojeny, je v článcích zmiňován pocit zmaru, když se tato očekávání nepodaří naplnit, případně pocit viny, a to jak vůči zaměstnavateli, tak – a to především – vůči rodině.

„Chci od života víc, ale upřímně řečeno přestávám to zvládat. Od rána se nezastavím a vidím-li vyčítavá kukadla svých dětí pokaždé, když je vyzvedávám z družiny a ze školky jako poslední, říkám si, že tohle dlouho nevydržím. Navíc se děším každého jejich zakašlání. Jsou-li nemocné, musím s nimi být doma, šéf je pochopitelně naštvaný a kolegové, kteří za mě musí dělat moji práci, taky. Pocitu viny se tak nezabavím vlastně nikdy.“ (Jako štvaná zvěř, Žena a život, 3/2005, str. 61)

„Někdy pocítím dlabnutí pochybnosti, jestli se o svou rodinu nestarám málo, když pravidelně nevyvářím, přiznává Eva Šmídová z Prahy. Její matka vařivala v sobotu a v neděli a trávila tím dvě celá dopoledne. Matka její matky vařila každý den a vyplnila tím dost velkou část každého dne. Ona sama vaří – občas. Rozumějte, skutečně vaří a chystá celé jídlo zgruntu sama doma. Jinak si ale život zjednodušuje jídly z mrazáku, rychlovkami, polotovary a návštěvou restaurací. Stejně jako většina z nás, jejích současnic, žije a vaří jinak než ženy v celé historii před ní. Dělá, co může, přesto ji někdy zaskočí ona pochybovačná otázka: Jsem dost dobrá matka?“ (Jsem špatná matka, když nevařím?, Marianne, 3/2005, str. 94)

Strategie sladění rodinného a pracovního života

Formou přímých rad nebo příběhů ze života žen jsou tyto obavy ze selhání mírněny a jsou nabízeny různé strategie, jak ke své spokojenosti skloubit rodinný a profesní život. První strategií je pocit **osobní vnitřní psychické pohody ženy**, o čemž svědčí i množství textů zabývajících se relaxačními technikami, časem stráveným pro sebe samu. Žena se má podle návodních rad v příspěvcích zbavit pocitu, že vše musí zvládat, a má se postavit očekáváním a stereotypům, které jsou na ni od ní samotné i od okolí jako „na správnou matku“ kladeny.

„Bez teplé večere by to šlo taky. Vykašlete se na model obětavé matky, stejně to nikdo neocení. ... naučte každého z rodiny vařit jedno jídlo, třeba to bude akčnější než film.“ (Vyberte si: dobrý, nebo špatný stres, Marianne, 2/2005, str. 34)

„V praxi to znamená umět udělat kompromis na správném místě. Chci pracovat a být skvělá matka? Pak možná nebudu skvělá kuchařka. Chci pracovat a být skvělá kuchařka? Pak možná nebudu až tak skvělá matka. Volba je na nás.“ (Jsem špatná matka, když nevařím?, Marianne, 3/2005, str. 94)

Další strategií jak skloubit práci a rodinu je **přenesení části povinností v péči o domácnost a o děti na partnera**. Muži se ve zkoumaných příspěvcích stávají aktivnější součástí rodiny, a to jako otcové i jako partneři v pomoci ženám. Je zde představen nový typ otce, který má své dítě nejen rád, otevřeně mu projevuje své city a jeví zájem o jeho výchovu, ale který je schopen se o něj i sám postarat.

„Stranou nezůstal samozřejmě ani manžel, který se rovněž Bertíkovi hodně a rád věnuje. Myslím, že těmito společnými silami se nám podařilo vytvořit šťastnou rodinu, ...“ (Žena-in, Blesk pro ženy, 1/2005, str. 30)

„A právě tady se všem nestíhajícím matkám (tedy všem zaměstnaným matkám) rodí nečekaný nový spojenec: muž-otec. V minulých patnácti letech totiž udělala společnost ve vnímání otcovství neuvěřitelný krok dopředu. Vzpomenete si ještě například, že tehdy bylo pokládáno za velmi zvláštní, když se otec mazlil s dítětem? Že vidět miminko v mužském náručí nebo muže s kočárkem byla rarita? Dnes už si málo mužů nechá uniknout šanci být u porodu.“ (Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 66)

„Vyzvednout ho ze školky a uvařit večeři. Kdo by neuměl dát pizzu do mikrovlnky... I oni postupně chápou, že čas strávený doma může být tou nejpříjemnější částí dne. A tak si začali nárokovat šance pro své rodičování. I jim přestal vyhovovat popis práce, před desítkami let vytvořený pro mužský svět. Ani jim se nelíbí slabikářový stereotyp otce, který každý den s kravatou a diplomatkou vyráží dobývat svět, stejně jako se nám kdysi znelíbil archetyp matky, potácející se dlouhé roky mezi plotnou a křičícími dětmi.“ (Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 66)

Je tak bořen mýtus, že otec se nedovede o dítě postarat stejně dobře jako matka. V článcích se tak objevuje jistý rozpor. Na jedné straně stojí stresovaná matka, která se snaží dostát nárokům na ni kladeným, na straně druhé je představován obraz nového otce, který je rovnocenným partnerem v péči o domácnost a děti. Specifickým tématem týkajícím se péče o děti je téma **muže na mateřské dovolené**. Tohoto tématu se týkají tři příspěvky, ve kterých je tato zkušenost líčena vesměs pozitivně. Jelikož partnerka získala zajímavou práci, které se po letech strávených doma s předešlými potomky nechce vzdát, otcové sami přicházejí s návrhem, že zůstanou s očekávaným dítětem doma. Otec na mateřské dovolené však není představován jako méně mužný; je zde budován **nový typ představy mužnosti**, kdy mužný znamená být chápající a mít zájem o partnerku a rodinu.

„Považuji za přirozené, že muž má své partnerce se vším pomáhat. Tím spíš, když jde o jejich děti. Kamarádi se mi sice smáli a někteří mě odsoudili jako zženštilce, ale to mě nijak netrápí. Jenom tím projevili svou sobeckost a netoleranci. Já totiž považuji pomoc manželce za daleko větší projev mužnosti, než sedět v hospodě, zatímco žena se stará o děti a domácnost.“ (Muži na mateřské dovolené, Katka, 6/2005, str. 40)

Představa mužnosti muže v domácnosti, tedy nového typu otce, je podpořena i jeho sexuální přitažlivostí pro partnerku.

„A ještě něco vám řeknu: Když vidím Pavla v kuchařské zástěře, tak mě to pokaždé velmi vzruší, a to se pak nedokážu ovládnout. Takže ani po téhle stránce si rozhodně nemáme na co stěžovat.“ (Muži na mateřské dovolené, Katka, 6/2005, str. 40)

V textech jsou patrné narážky na možné překážky v rozhodnutí být mužem na mateřské dovolené, zejména nesnášenlivý postoj okolí, které jiný typ uspořádání partnerství nemusí tolerovat.

„...řekl, že s druhým dítětem zůstane doma tentokrát on a že klidně bude chodit mezi další maminky na pískoviště.“ (Táta na mateřské, Horká linka, Harper's Bazaar, 1/2005)

V tomto příspěvku odlišnost otce mezi samými matkami není nijak řešena, není nijakým způsobem naznačen směr, jakým by se ubíralo případné řešení konfliktu s okolím, které by eventuálně mohlo znevažovat otce na mateřské dovolené. Ve výše citovaném článku *Muži na mateřské dovolené*¹⁴ je konflikt popsán – okolí snižuje vážnost muže, pokud se rozhodne zůstat doma s dítětem – a je řešen právě zaštitěním se novou formou mužství-otcovství.

Třetí strategií sladování rodinného a pracovního života je **svěření dětí do péče třetím osobám**, přičemž jsou zmiňovány tři možnosti: hlídání někým z příbuzenství (babička, sestra), profesionální chůva a kolektivní zařízení (jesle, školky). Velmi pozitivně jsou v textech hodnoceny školky a otázka ani tak nespočívá v tom, zda dítě do školky umístit, ale spíše kdy ho tam umístit. Naopak na jesle není pohlíženo tak příznivě. Ve třech příspěvcích,¹⁵ ve kterých jsou předškolní zařízení zmiňována, je citován názor odborníků, podle kterého dítě do tří let potřebuje zůstat v rodině a mít těsnou vazbu s rodičem. Ve věku nad tři roky dítěte je však už zařazení do kolektivu žádoucí. Je tak v podstatě podporována praxe tří až čtyřleté mateřské dovolené, po které je dítě zařazeno do školky mezi své vrstevníky. Zatímco do jeslí se dítě dostane pouze v tom případě, pokud rodiče „nemohou jinak“ (*Kdy dát dítě do školky?*, Katka, 10/2005, str. 12), školka je považována za dobré řešení, jelikož se dítě naučí sžít se s kolektivem.

V souvislosti se sladováním rodinného a pracovního života je zajímavá i otázka pozice **ženy jako živitelky rodiny**. Je přirozené, že jelikož jsou zobrazované ženy ve velké většině zaměstnané, spolupodílejí se také na rozhodování o společných financích v partnerství. Pokud spolu páry pouze chodí, případně žijí v nesezdaném soužití, jsou v souvislosti s nimi zmiňovány především oddělené účty, v manželství mají ženy často na starosti rodinný rozpočet. V některých případech, a to jak v nesezdaném soužití, tak v manželství, se ženy dostávají do role živitelky. V příspěvcích týkajících se této role je vždy kladena otázka, zda a dokdy partnera živit. Tato partnerství jsou líčena jako problematická, v jednom případě je partner označován jako gambler, v jiném jako lenoch. Ovšem ze všech textů celkem jednoznačně vyplývá, že muže, který se nechá živit ženou, je těžké si vážít.

„Protože ho živíte, nemůžete si ho dostatečně vážít. To časem povede k tomu, že i on si přestane vážít vás.“ (Proč pomlouvá svou matku?, *Cosmopolitan*, 2/2005, str. 36)

14 Katka, 6/2005, str. 40.

15 Děti potřebují hlavně lásku, *Svět ženy*, 2/2005, str. 33; Kdy dát dítě do školky?, Katka, 10/2005, str. 12; Škoda rány, která padne vedle?, *Harper's Bazaar*, 1/2005, str. 98.

„Peníze domů sice nosí moje žena, ale já se nezastavím celý den. Vařím, kontroloju dětem úkoly, doučuju je a vymýšlím hry. Když o tom tak přemýšlím, možná by bylo načase vrátit se do práce a začít opět chodit mezi lidi. V očích celého svého okolí – i v očích svých dětí – jsem jenom poloviční chlap. Sám se jako poloviční chlap začínám cítit. Anebo bych spíš měl říct poloviční člověk. Dívají se na mě jako na neschopného břídila, který si nedokáže zorganizovat svůj život. Jako kdybych se celé dny jenom flákal. Muž, který se nechá živit ženou, zkrátka a dobře v tomhle světě moc obdivu ani úspěchu nesklidí.“ („Živí mě moje partnerka...“, Harper's Bazaar, 1/2005, str. 93)

To, že muži partnerek-živitelek jsou vnímáni takto negativně, je zajímavé zejména ve srovnání s kategorií mužů na mateřské dovolené, kteří jsou naopak zobrazováni velmi pozitivně. V ženských časopisech je požadováno, aby se muži více soustředili na péči o rodinu a domácnost, nevydělávající muži jsou však znázorňováni jako neschopní. Jelikož ani u žen není příliš oceňováno dlouhodobé setrvávání v domácnosti a seberealizace pouze skrze péči o děti, lze ve velmi obecné rovině konstatovat, že ačkoliv je zde snaha o skloubení rodinného a pracovního života a péče o rodinu je formálně oceňována, ve své podstatě je přece jenom více ceněno zaměstnání a výdělečná činnost.

Přehledové schéma jednotlivých typů organizace rodinného/soukromého a pracovního života a sladování těchto dvou sfér (ženské časopisy)

Soukromý život		
typy zobrazovaného partnerství		
singles	životní strategie	omezení strategie časovým horizontem (dočasnost), strategie zvládnání života jako singl: přednosti
	vynucená životní situace	omezení strategie časovým horizontem (dočasnost), strategie zvládnání života jako singl: nespokojenost
svobodná matka	životní strategie	strategie zvládnání života jako svobodná matka: optimismus
	vynucená životní situace	strategie zvládnání života jako svobodná matka: problém
nesezdané soužití	životní strategie	omezení strategie časovým horizontem (dočasnost), konstruováno na srovnání s manželstvím, strategie zvládnání života v nesezdaném soužití: svoboda

manželství	životní strategie	v zásadě neomezování strategie časovým horizontem, strategie zvládnání života v manželství: potlačování pocitu nsvobody/ztráty svobody/důraz na seberealizaci, favorizace tohoto typu uspořádání soukromého života, „přirozenost“
jiné typy uspořádání soukromého života – zcela marginální zastoupení ve vzorku homosexuální vztah u muže a u ženy		
jiné typy uspořádání soukromého života – zcela marginální zastoupení ve vzorku vztah na dálku		
klíčové události soukromého života		
rozchod partnerů	vynucená životní situace	nevěra, ideologie lásky, nikoliv nedostatečná seberealizace, absence stigmatizace, traumatizující záležitost
rodičovství/mateřství děti a plánování mateřství	životní strategie	plánování mateřství jako ambivalentní koncept, dítě jako hodnota – adopce, pořídít si dítě sama pro sebe
rodičovství/otcovství	životní strategie	podíl na výchově dětí, otec v kontextu sladování rodinného a pracovního života
	vynucená životní situace	role v rodině definována absencí (ve výchově nebo fyzickou)

Profesní život

**typy zobrazovaného
profesního života**

plný úvazek	nejběžnější typ zaměstnání, přerušená/přerušovaná kariéra ženy, důraz na „přirozenost“ konceptu
nové formy práce/zkrácený pracovní úvazek, práce z domova, sdílení pracovního místa	v kontextu sladování rodinného a pracovního života
podnikání	v kontextu sladování rodinného a pracovního života
žena v domácnosti	přerušená/přerušovaná kariéra ženy, omezení strategie časovým horizontem (dočasnost), ambivalentní koncept

**situace související
s profesním životem**

rovné příležitosti/ diskriminace na trhu práce	individuální akce/změna společenského systému
---------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Sladování rodinného a pracovního života

stres jako důsledek sladování rodinného a profesního života	povinnost, odpovědnost
strategie sladování rodinného a pracovního života	individuální akce/osobní strategie (relaxace, přenesení části povinností na ostatní členy rodiny)
výběr partnera	nový typ otce, muž na mateřské dovolené, nový typ mužnosti, v protikladu koncept ženy jako živitelky rodiny
péče o děti třetími osobami	ambivalentní kategorie v souvislosti s věkem dítěte

6. Konstrukce analyzovaných textů v ženských a mužských časopisech po formální stránce

V předešlých kapitolách byla analýza zaměřena především na tematické rozčlenění reprezentací a jejich konstrukci; jednalo se o analýzu obsahů a významů. Tato kapitola se zaměří na konstrukci významů reprezentací po formální stránce, tedy jak jsou příspěvky sestaveny z hlediska autorského textu a citací a kdo je v těchto citacích mluvčím.

Pro ženské časopisy je typická snaha o **autenticitu výpovědi**, která má zajistit ztotožnění se s tématem prezentovaným v článku. Tato autenticita je dosahována častými citacemi, případně i autorský text je psán tak, aby vtahoval čtenáře do děje. Proto se používá první osoba jednotného a množného čísla, případně přímé oslovení a výzva druhou osobou množného čísla. Ve všech textech v ženských časopisech lze v podstatě nalézt tři **typy mluvčího**: **kamarádka** (výjimečně kamarád), **autor textu** a **odborník** (zpravidla psycholog, lékař, méně již zástupce veřejné správy či neziskové organizace). Jakékoliv téma je zpracováno kombinací dvou, případně tří typů těchto mluvčích, přičemž jednotlivé promluvy jsou postaveny tak, aby se navzájem podporovaly. Například mediální reprezentace odkladu mateřství je v zásadě ambivalentní, jelikož je důrazně prezentována jak možnost rozhodnout se odložit mateřství do pozdějšího věku, tak zdravotní nebezpečí spojené s odkladem těhotenství. V obou případech vystupují jak konkrétní ženy se svými příběhy (kamarádky), tak autor se svým textem a rovněž tak odborníci, kteří (ve dvou různých textech) podporují jak možnost mateřství odložit, tak nutnost ze zdravotního hlediska nerodit příliš pozdě. Lze proto konstatovat, že bez ohledu na téma a jeho vyznění je konstrukce textů v ženských časopisech po formální stránce jednotná.

V mužských časopisech je práce s autenticitou výpovědi podobná, dosahuje se jí stejnými metodami. Významným rozdílem však je ta skutečnost, že v mužských časopisech nevystupuje jako typ mluvčího odborník. Jednak je zde věnován podstatně menší prostor záležitostem vztahů a práce, jednak je celková konstrukce časopisu směřována spíše k oddychu než k řešení problémů.

7. Struktura čtenářské obce jednotlivých ženských a mužských časopisů

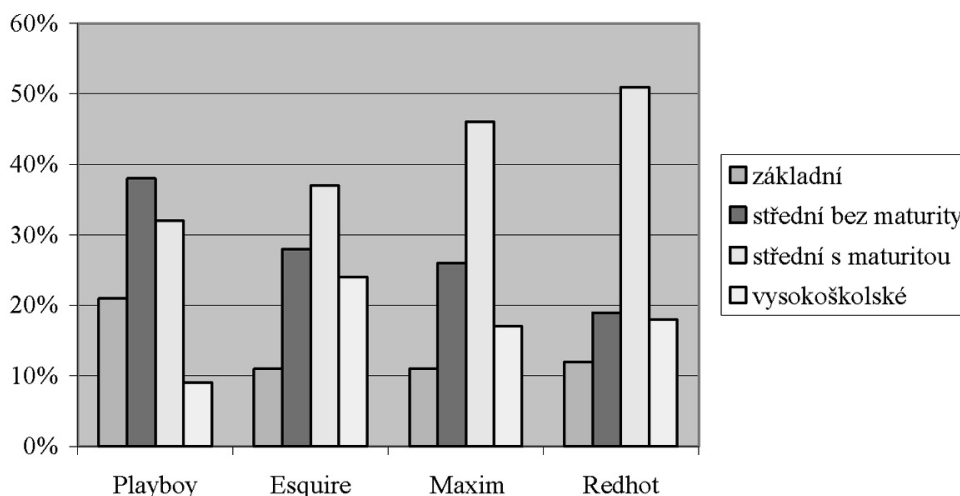
Zuzana Uhde

Jako doplnění kvalitativní analýzy mediálních reprezentací forem soukromého a pracovního života v mužských a ženských lifestylových časopisech se v následujícím textu zaměřím na analýzu struktury čtenářů/čtenářek jednotlivých časopisů. Data byla získána z Media projektu¹⁶, k dispozici byly tudíž pouze omezené informace umožňující třídění prvního stupně. Nicméně i ty mohou poskytnout zajímavou informaci o specifických kategoriích čtenářů a čtenářek. Celkově platí, že mužské a ženské exkluzivní časopisy mají menší čtenost než ostatní lifestylové časopisy dostupné na českém trhu, ty se ale zaměřují pouze na ženy jako na cílovou skupinu čtenářek. Z mužských exkluzivních časopisů je nejčtenější Playboy (1,1 %), ostatní analyzované časopisy, tj. Esquire, Maxim a Redhot, pravidelně čte necelé 1 % populace. U ženských exkluzivních časopisů je čtenost v celkové populaci vyšší, u Cosmopolitanu, Elle a Marianne se blíží 2 %, pouze u Harper's Bazaar je čtenost pod 1 %. U ostatních ženských lifestylových časopisů je, jak jsem již uvedla, čtenost vyšší. Může to být dáno jejich finanční dostupností, ale rovněž obsahem a vyšší frekvencí vydávání (většinou se jedná o týdeníky, zatímco exkluzivní časopisy vycházejí měsíčně). Nejčtenější je Vlasta (6,9 %), následuje Žena a život (5,8 %), Blesk pro ženy (5,5 %) a Katka (5 %), poté Tina (4,1 %), Svět ženy (3,1 %) a s nejmenší čteností Claudia (2,6 %). Nejčtenější jsou suplementy deníků (kromě Pátku Lidových novin – pod 5 % a Víkendů – 2,1 %), vzhledem k jejich distribuci jako příloh k celostátním deníkům a zároveň jejich zaměření na široké publikum jsou tyto údaje o vyšší čtenosti předpokladatelné. Časopisy zaměřené na úzkou cílovou skupinu nemohou být rovnocenně srovnávány podle čtenosti v celé populaci.

U mužských exkluzivních časopisů je rovněž úzce vymezená struktura čtenářů podle věku. Z analyzovaných časopisů zasahuje pouze Playboy věkové skupiny od 20 do 60 let. Esquire, Maxim a Redhot zasahují téměř výhradně muže od 20 do 29 let, ačkoli Esquire je v menší míře čten i ve věkových skupinách od 30 do 50 let. Podle vzdělání je struktura čtenářské obce všech zmiňovaných časopisů víceméně obdobná, nejvíce čtou exkluzivní mužské časopisy středoškoláci bez maturity i s maturitou. Za určitou výjimku by mohl být považován Esquire, který čtou ve větší míře i vysokoškoláci. Viz graf 1.

¹⁶ Vzorek zahrnoval 8750 respondentů/tek, z toho 4286 mužů a 4464 žen. K dispozici bylo třídění podle věku, vzdělání, ekonomické aktivity a regionů. Data za období 1. 4. 2005–30. 9. 2005, zakoupeno SOÚ AV ČR, v.v.i.

Graf 1. Struktura čtenářů mužských exkluzivních časopisů podle vzdělání v procentech



Zdroj: Media projekt.

Celkově jsou exkluzivní mužské časopisy nejvíce čteny v Praze, což potvrzuje předpoklad, že určité nové vzory pro muže, ovšem spíše stereotypně založené, které exkluzivní mužské časopisy prezentují, se s odezvou nejvíce setkávají ve velkých městech, kde je míra individualizace větší a kde je následně kladen větší důraz na individuální seberealizaci, uspokojení a aktivní životní styl v hedonistickém smyslu. Playboy je nicméně ve větší míře čten v Moravskoslezském kraji a Maxim v Plzeňském kraji, což lze vnímat jako rozšiřování těchto trendů. Jedná se ovšem o údaje s velmi malou četností, které nelze považovat za statisticky významné. Podle ekonomické aktivity je zajímavé zdůraznit čtenost Esquire, Maxima a Redhotu mezi studenty, žáky a uční. Tyto časopisy tedy zřejmě slouží jako vzory zejména mladým lidem, kteří s velkou pravděpodobností doposud nemají soukromé závazky. Stejně jako s věkovým rozmezím čtenářské obce se z hlediska ekonomické aktivity vymyká Playboy, který svým obsahem zasahuje spíše starší publikum, tedy již ekonomicky aktivní, v tomto případě kategorii řadový zaměstnanec. Vedle studujících a řadových zaměstnanců čtou Esquire ovšem i vedoucí zaměstnanci, kteří, jak lze předpokládat, naplňují model úspěšného muže prezentovaný v časopise. Viz tabulku 1.

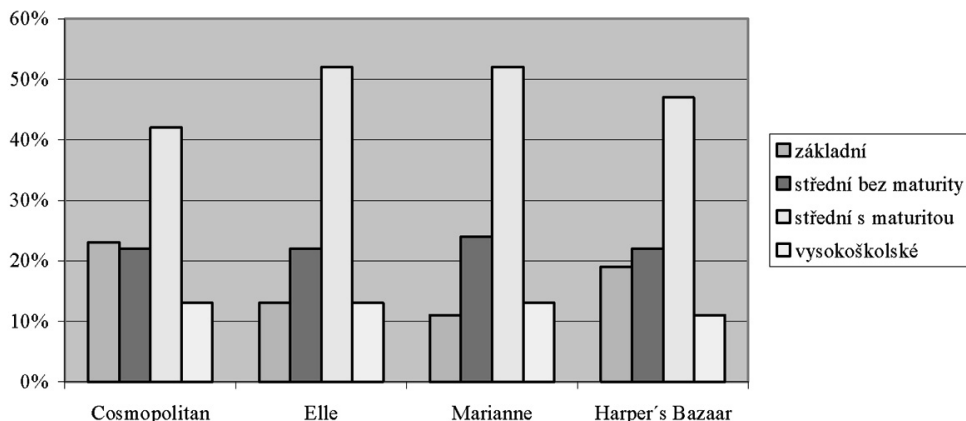
Tabulka 1. Struktura čtenářů mužských exkluzivních časopisů podle ekonomické aktivity v procentech

Struktura čtenářů podle ekonomické aktivity	Playboy	Esquire	Maxime	Redhot
Řadový zaměstnanec	60 %	42 %	49 %	36,4 %
Vedoucí zaměstnanec	6,5 %	18 %	8,2 %	4,5 %
Podnikatel	6,5 %	3 %	10,2 %	9 %
Student, žák, učeň	12 %	31 %	26,5 %	32 %
Nepracující důchodce	5 %	4 %	–	18 %
Ostatní	10 %	2 %	6,1 %	–

Zdroj: Media projekt.

U ženských exkluzivních časopisů je zajímavý vyšší poměr čtenářů-mužů. Zatímco totiž mužské exkluzivní časopisy jsou téměř výhradně čteny muži, strukturu čtenářské obce exkluzivních časopisů zaměřených na ženy tvoří muži v průměru zhruba v 10 procentech. Věk čtenářek a čtenářů se u jednotlivých časopisů různí, nicméně v kategorii 20 až 29 let oslovují všechny čtyři zkoumané exkluzivní časopisy největší skupinu. Oproti Elle, Marianne a Harper's Bazaar tvoří čtenářskou obec Cosmopolitanu rovněž kategorie do 19 let. První tři zmíněné časopisy naopak oslovují spíše starší publikum, shodně kategorie od 30 do 39 let, Marianne a Elle pak až do 59 let. Tato struktura ovšem odráží zaměření a obsahové vymezení jednotlivých časopisů. Oproti mužským exkluzivním časopisům tvoří čtenářskou obec ženských exkluzivních periodik výrazněji lidé se středním vzděláním s maturitou. U Cosmopolitanu a Harper's Bazaar je ale relativně početná skupina i se základním vzděláním, což ale zřejmě odráží věkovou strukturu čtenářek a čtenářů. Viz graf 2.

Graf 2. Struktura čtenářek a čtenářů ženských exkluzivních časopisů podle vzdělání v procentech



Zdroj: Media projekt.

Podle regionů převládá u všech analyzovaných časopisů Praha a následuje Moravskoslezský kraj. Trend je tedy obdobný jako u mužských exkluzivních časopisů. Podobná situace je i u struktury čtenářské obce podle ekonomické aktivity. Zatímco Cosmopolitan a Harper's Bazaar oslovují doposud studující, Elle a Marianne čtou nejvíce řadoví zaměstnanci/zaměstnankyně. Relativně vysoké procento lidí, kteří se nezařadili do nabízených kategorií (řadový zaměstnanec, vedoucí zaměstnanec, podnikatel, studující, nepracující důchodce) a zvolili kategorii „ostatní“, může vypovídat o méně častých formách pracovní aktivity či dočasné ekonomické neaktivity, např. z důvodu rodičovské dovolené, které daná škála nezahrnovala.

Ostatní časopisy zaměřené na ženy oslovují víceméně rovnoměrně jednotlivé skupiny, a to jak podle věku, tak podle vzdělání, vymyká se však skupina vysokoškoláků a vysokoškolaček, kteří tvoří nevýznamnou část čtenářské obce. Toto rovnoměrné rozložení tudíž svědčí o potenciálním vlivu těchto časopisů na nastolování společenských témat (agenda-setting). Ačkoli se tyto časopisy zaměřují primárně na ženy jako cílovou skupinu, muži tvoří neopominutelnou část čtenářské obce. Pouze u časopisu Svět ženy je podíl čtenářů-mužů pod deseti procenty (viz tabulka 2). Relativně vysoký zájem mužů o ženské exkluzivní i ostatní časopisy svědčí o jejich širším zaměření. Mužské exkluzivní časopisy se tematicky vymezují výrazně úžeji, jak vyplynulo z kvalitativní analýzy mediálních reprezentací v těchto periodikách. Mužské rolové vzory jsou zde představovány velmi jednostranně a jsou orientovány na svobodné a úspěšné muže, jejichž svět je vymezen sexem, zábavou a mužskými přáteli (viz kapitola 4). Zároveň obraz ženy je depersonifikován a objektivizován, což zřejmě přetudčuje velmi malý zájem žen o tyto časopisy.

Tabulka 2. Struktura čtenářů ostatních ženských časopisů podle pohlaví v procentech

	Vlasta	Žena a život	Katka	Tina	Blesk pro ženy	Svět ženy	Claudia
Muži	19 %	14 %	13 %	16 %	14 %	9 %	16 %
Ženy	81 %	86 %	87 %	84 %	86 %	91 %	84 %

Zdroj: Media projekt.

Plošné rozšíření ostatních ženských časopisů potvrzuje rovněž struktura čtenářské obce podle regionů, které jsou víceméně rovnoměrně zastoupeny. Podle ekonomické aktivity lze rovněž usuzovat na široké rozšíření těchto časopisů, nicméně u skupiny podnikatelů/podnikatelek a vedoucích zaměstnanců/zaměstnankyň je jejich čtenost výrazně nižší. Je ovšem třeba vzít v úvahu nízké četnosti pravidelných čtenářů a čtenářek vzhledem k celé populaci. Z uvedených údajů proto nelze vyvozovat statisticky významné závěry.

Genderově vyhraněná média v České republice nejvíce zasahují ženy i muže ve věku od 20 do 29 let. Jejich vliv lze tedy vnímat jako socializaci mladých dospělých, kterým jsou jejich prostřednictvím předkládány rolové vzory pro dospělý život. Jak ukázala kvalitativní analýza mediovaných obsahů, tyto vzory jsou značně odlišné v podání mužských a ženských časopisů. Nicméně vyšší podíl čtenářů-mužů ženských časopisů může znamenat jejich vyšší atraktivitu i mezi muži, a to

s ohledem na jednostranné pojetí rolových vzorů v mužských časopisech. Celkově ale nelze vzhledem k malému podílu čtenářské obce s ohledem na populaci České republiky vliv těchto médií přeceňovat, působit mohou spíše jako potvrzení vzorů předávaných jinými prostředky.

8. Závěr

Z kvalitativní analýzy mediovaných textů vyplývá, že mužské časopisy a ženské časopisy jsou diametrálně odlišné v zobrazování témat rodinného a pracovního života. Časopisy se neodlišují pouze v rozsahu prezentace témat pracovního života a rodiny, ale rovněž v typech reprezentací partnerství a práce. Při konstatování takových výsledků analýzy je namístě se zamyslet, zda samotný výběr médií – ženských a mužských časopisů – již předem neovlivnil výsledek a zda jsou mužské časopisy skutečným „protějškem“ časopisů ženských. Jak je zjevné z kvalitativní i kvantitativní analýzy, mužské časopisy jsou skutečně specifitější a nelze je plně srovnávat s časopisy pro ženy. Avšak pokud se analýza měla zaměřit především na média životního stylu a reprezentace v nich obsažené, nešlo v jejich nabídce vybrat vhodnější mediální oblast, která by se na své publikum obracela především z hlediska genderu a nabízela konstrukty a významy, co to znamená být mužem v dnešní společnosti. Pokud bychom se podívali na časopiseckou nabídku se záměrem určit, jaké jiné tiskoviny by mohly cílit především na muže, lze sáhnout např. po hobby časopisech, avšak lze předpokládat, že v tomto typu médií se zřejmě reprezentace rodinného a pracovního života nebudou příliš objevovat. Proto i tento poznatek o absenci reprezentací svým způsobem podporuje výsledky kvalitativní analýzy, ve které se ukázalo, že větší míra reprezentací rodinného života, pracovního života a jejich sladování se nachází v médiích určených ženám. Na druhou stranu není nezajímavé zjištění z kvantitativní stati, že ženské časopisy jsou čteny i muži, byť není možné dále dovodit, jaká témata tyto čtenáři akcentují nebo vyhledávají.

Z hlediska rozsahu se tedy nejvíce otázkami rodinného a pracovního života zabývají magazíny pro ženy. Naopak časopisy pro muže tematizaci vztahu partnerství a práce nepřikládají velkou váhu.

Mužské časopisy jsou ve značné míře zaměřené na zábavu, volný čas, sport, nové technologie a sex. Tématům rodinného a pracovního života je věnováno málo prostoru a konstrukty mužských časopisů ve zmíněných oblastech lze ve velké obecnosti charakterizovat jako tradiční. V zásadě jsou zobrazovány tři formy partnerského života: manželství, nesezdané soužití a singl, přičemž partnerský vztah má příchuť ztráty svobody. Značně typické je zobrazení poměru muže a ženy způsobem, ze kterého nelze přesně určit, jaký vztah mezi nimi je. V zobrazení partnerství (pokud se to tak dá nazvat) je přítomna jistá nedefinovatelnost, která k ničemu nezavazuje. Žena je především sexuálním objektem a pečovatelkou.

Rozchod lze na základě studovaných textů v mužských (ale i ženských) časopisech označit za normu. V mužských časopisech je zobrazován především jako nutná součást života, zatímco rozvod manželství je komplikovanější a vyžaduje citovou angažovanost muže.

Pole reprezentací týkajících se rodinného či profesního života je v ženských časopisech poměrně velké. Jsou zobrazovány různé typy partnerského života, od žití sám/sama (singl), jako svobodná matka, přes nesezdané soužití, až k manželství. Právě manželství je upřednostňováno před ostatními možnostmi soužití a je zároveň nejvíce zastoupeno. Nevyhnutelnými charakteristikami současného partnerského života, tak jak je konstruován ženskými časopisy, jsou nevěra a rozchod, i když nemusí vždy spolu nutně souviset. Zajímavým zjištěním je, že jako důvod k rozchodu je téměř po každé zobrazován nový partner, nikoliv nedostatečný pocit seberealizace ve vztahu – takový případ byl zaznamenán pouze jednou.

Podobně jako jsou v ženských časopisech zobrazovány různé formy partnerského soužití, je zmiňováno i více typů organizace pracovního života. Je obecným předpokladem všech textů, že žena má zaměstnání, a jestliže zůstává doma, je to především kvůli péči o malé dítě. Svěření dítěte do péče třetím osobám se obecně považuje za akceptovatelné po třetím roku života dítěte, do tří let je toto řešení charakterizováno spíše negativně. Ovšem stejně jako je v článcích oceňována rodina a péče o ni, je vyzdvihován i profesní život a jeho důležitost pro seberealizaci ženy i jako zdroje finančního zajištění.

Jelikož rodina i práce jsou v ženských časopisech vyobrazeny jako dvě velmi důležité sféry života, je podstatné i téma sladění požadavků soukromého a profesního života. V této souvislosti se objevuje reprezentace tzv. „nového muže“, nebo „nového otce“, který je stejně jako žena angažován i v rodině, pečuje o děti i domácnost a napomáhá tak seberealizaci ženy. Neznamená to ovšem, že by to byl jediný typ prezentace muže. Vedle toho jsou také konstruovány obrazy muže jako toho, kdo se domácnosti a dětem věnuje spíše sporadicky, a velmi specifický je obraz muže po rozvodu, který je pro svou rodinu tyranem a zátěží.

Sladování rodinného a pracovního života charakterizuje v ženských časopisech stres jako životní pocit. Řešení, která jsou nabízena, lze roztrždit do dvou kategorií: osobní řešení jako psychická a fyzická relaxace, nebo řešení „strukturální“, tedy rozbití zavedeného pohledu na partnerství, např. zapojení partnera do domácích prací a výchovy. V pracovní oblasti jsou zmiňována i témata jako rovné příležitosti a diskriminace.

Z toho, že jsou témata rodiny, zaměstnání a možností jejich skloubení prezentována zejména v ženských časopisech, lze usuzovat, že podavatelé (tvůrci časopisů) mají jistou ustálenou představu o tom, co které publikum bude zajímat, a předpokládají, že do časopisu pro muže není téma souvislostí rodinného a pracovního života příliš zajímavé. Naopak ženské časopisy své čtenářské obci předkládají témata rodiny, práce a sladění těchto dvou světů.

Doplněním kvalitativní studie je kapitola vycházející z kvantitativních měření o struktuře čtenářských obcí jednotlivých zkoumaných ženských a mužských časopisů. Ukazuje se, že mužské exkluzivní časopisy nacházejí své publikum nejčastěji mezi mladými muži (snad s výjimkou Playboye), zpravidla žijícími v Praze. U čtenářů lze tedy předpokládat vyšší míru individualizace, (velko)městský životní styl a zatím i absenci závazků v rodinném životě. Publikum ženských exkluzivních časopisů je oproti tomu širší – kromě žen je čtou i muži (okolo 10 % čtenářů). Totéž platí i pro ostatní ženské časopisy. Publikum exkluzivních ženských časopisů zahrnuje ženy ve věku od 19 do 59 let (i když také nejčastěji v kategorii 20-29 let), také častěji žijící v Praze. Publikum ostatních ženských časopisů je ještě výrazně širší – jsou zde přítomny všechny věkové kategorie a jsou zde rovnoměrně zaměřeny

všechny regiony. Lze tedy uvažovat o potenciálním vlivu těchto časopisů na nastolování společenských témat. Časopisy mohou vzhledem ke svému publiku hrát roli zejména v socializaci mladých dospělých, kterým jsou jejich prostřednictvím předkládány rolové vzory pro dospělý život, přičemž tyto vzory jsou značně odlišné v podání mužských a ženských časopisů.

Literatura

- Benyon, J. 2004. „The Commercialization of Masculinities: from the „New Man“ to the „New Lad“.“ Pp. 198-217 in C. Carter, L. Steiner (eds.). *Critical Readings: Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press.
- Breazeale, K. 2003. „In Spite of Women: Esquire Magazine and the Construction of the Male Consumer.“ Pp. 230-243 in G. Dines, J. M. Humez (eds.). *Gender, Race, and Class in Media: a Text Reader*. London: Sage Publications.
- Burton, G., J. Jiráček. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal.
- Carter, C., L. Steiner (eds.). 2004. *Critical Readings: Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press.
- Carter, C., L. Steiner. 2004a. „Mapping the Contested Terrain of Media and Gender Research.“ Pp. 11-35 in C. Carter, L. Steiner (eds.). *Critical Readings: Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press.
- Crane, D. 2003. „Gender and Hegemony in Fashion Magazines: Women’s Interpretations of Fashion Photographs.“ Pp. 314-332 in G. Dines, J. M. Humez. (eds.). *Gender, Race, and Class in Media: a Text Reader*. London: Sage Publications.
- Dines, G., J. M. Humez (eds.). 2003. *Gender, Race, and Class in Media: a Text Reader*. London: Sage Publications.
- Durham, M. G., D. M. Kellner (eds.). 2001. *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden Oxford: Blackwell Publishers.
- Dyer, R. 1985. „Taking Popular Television Seriously.“ Pp. 41-46 in Lusted, D., P. Drummond (eds.). *TV and Schooling*. London: British Film Institute.
- Gledhill, C. 2001. „Genre and Gender: The Case of Soap Opera.“ Pp. 337-386 in S. Hall (ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press.
- Grossberg, L., E. Wartella, D. CH. Whitney. 1998. *Media Making: Mass Media and Popular Culture*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hall, S. (ed.). 2001. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press.
- Hall, S. 2001a. „Encoding/Decoding.“ Pp. 166-176 in M. G. Durham, D. M. Kellner (eds.). *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden Oxford: Blackwell Publishers.
- Hall, S. 2001b. „The Spectacle of the „Other“.“ Pp. 223-290 in S. Hall (ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press.
- Holtzman, L. 2000. *Media Messages: What Film, Television, and Popular Music Teach Us about Race, Class, Gender and Sexual Orientation*. Armonk, New York: M. E. Sharpe.
- Inness, S. A. 2004. „Pretty Tough: The Cult of Femininity in Women’s Magazines.“ Pp. 123-142 in C. Carter, L. Steiner (eds.). *Critical Readings: Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press.
- Jiráček, J., B. Köpplová 2003. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Lont, C. M. 1995. *Women and Media: Content, Careers, and Criticism*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing.
- Majorová, P. 2003. *Média v procesu inkorporace*. Diplomová práce. Praha: FSV UK.
- McQuail, D. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Ouellette, L. 2003. „Inventing the Cosmo Girl: Class Identity and Girl-Style American Dreams.“ Pp. 116-128 in G. Dines, J. M. Humez (eds.). *Gender, Race, and Class in Media: a Text Reader*. London: Sage Publications.
- Pickering, M. 2001. *Stereotyping: The Politics of Representation*. London: Palgrave.

Renzetti, C. M., D. J. Curran. 2003. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum.

Ročenka Unie vydavatelů 2005. [online] [cit. 13. 9. 2007]. Dostupné z <<http://www.uvdt.cz/default.aspx?server=1&article=180>>.

Silverman, D. 2005. *Ako robíť kvalitatívny výskum*. Bratislava: Ikar.

Strauss, A., J. Corbinová. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.

Tisková zpráva Media Projekt 2005. *Základní přehled odhadů čtenosti a poslechovosti rozhlasů za 2. a 3. čtvrtletí 2005*. [online] [cit 13. 9. 2007]. Dostupné z: <<http://www.uvdt.cz/Upload/276.html>>.

Van Zoonen, L. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

Příloha: Seznam analyzovaných příspěvků

Blesk pro ženy

- Láska a Partnerství – Jako v pasti, Blesk pro ženy, 1/2005, str. 27
Žena-in!, Blesk pro ženy, 1/2005, str. 30
Zapomeňte na stres, Blesk pro ženy, 2/2005, str. 22
Nenecháš mě dýchat!, Blesk pro ženy, 3/2005, str. 26
Láska a partnerství – „Stýká se s milenkou“, Blesk pro ženy, 3/2005, str. 27
Život bez muže, Blesk pro ženy, 4/2005, str. 14
Láska a partnerství – Sperma ho usvědčilo, Blesk pro ženy, 5/2005, str. 27
Klady a záporý soužití „na hromádce“, Blesk pro ženy, 6/2005, str. 26
Jak si užívají volno „naše“ rodiny?, Blesk pro ženy, 7/2005, str. 26
Právnička radí, Blesk pro ženy, 8/2005, str. 25
Láska a partnerství – Podvádí ji, Blesk pro ženy, 8/2005, str. 27
Odešel s jiným, Blesk pro ženy, 9/2005, str. 14
Láska a partnerství – Přibývá nevěr? + Komplikovaná trojka, Blesk pro ženy, 9/2005, str. 27
Partnerka ji odmítá, Blesk pro ženy, 10/2005, str. 29
Sex a věrnost, Blesk pro ženy, 11/2005, str. 28
Láska a partnerství – Slabý milenec, Blesk pro ženy, 11/2005, str. 29
Ty mě neposloucháš! Blesk pro ženy, 12/2005, str. 48
Splněný sen, Blesk pro ženy, 12/2005, str. 50
Ale on je rozvedený..., Blesk pro ženy, 13/2005, str. 26

Claudia

- Dvacet pravd o našich mužích, Claudia, 1/2005, str. 2
České školky: patří prý k těm nejlepším v celé Evropě, Claudia, 1/2005, str. 11
Je naše manželství předurčeno? Claudia, 2/2005, str. 33
Kdyby to bylo možné, co byste na muži změnila? Claudia, 3/2005, str. 2
Statečné matky-teenageři!, Claudia, 4/2005, str. 4
Nemoc dlouho a nemilosrdně prověřovala pevnost naší lásky, Claudia, 8/2005, str. 4
Hledám práci na dálku: Vydělávejte si z domova!, Claudia, 8/2005, str. 26
Jsou zde ženy diskriminovány, nebo jen mají málo sebedůvěry?, Claudia, 9/2005, str. 3
Po desetiletém vztahu jsem chtěla dítě, ale pro partnera bylo vždycky přednější něco jiného, Claudia, 10/2005, str. 31
Zkouška otcovství je někdy poslední možnost, Claudia, 12/2005, str. 4

Cosmopolitan

- 5 strachů v lásce (hodte za hlavu!), Cosmopolitan, 1/2005, str. 20
Když ta podlá mrcha jste vy!, Cosmopolitan, 1/2005, str. 24
Když máte lakomce, Cosmopolitan, 1/2005, str. 58
Pracovní trapasy, Cosmopolitan, 2/2005, str. 24
4 věci, na kterých stojí vztah, Cosmopolitan, 2/2005, str. 28
Když chcete jeho, ale i ji, Cosmopolitan, 2/2005, str. 32
Jak dlouho můžete čekat na dítě?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 34
Mám ho ráda, ale nechci sex, Cosmopolitan, 2/2005, str. 36
Jak najít správného muže?, Cosmopolitan, 2/2005, str. 58
Máte kamarádit se svým bývalým? Cosmopolitan, 2/2005, str. 70
Co když vám všechno zkazil tatínek? Cosmopolitan, 2/2005, str. 102
Cosmo P.O. Box – tatínek, Cosmopolitan, 3/2005, str. 14
Přestaňte si škodit!, Cosmopolitan, 3/2005, str. 28
Proč se nevzdáme svých matek, Cosmopolitan, 3/2005, str. 70

Elle

- Vyrovnejte nás!, Elle, 1/2005, str. 64
Příhody srdeční, Elle, 1/2005, str. 74
Vezmi si mě, mami, Elle, 1/2005, str. 76
Vaše dopisy naší redakci, Elle, 2/2005, str. 14
Spravedlnost dětem. Lásku taky! Elle, 2/2005, str. 49
Vaše dopisy – Jiný pohled, Elle, 3/2005, str. 12
Místopis starého mládence, Elle, 3/2005, str. 77
Miluj mne a nech mne žít!, Elle, 3/2005, str. 97
A už mi nikdy nevolej!, Elle, 3/2005, str. 80

Esquire

- 6 míst, kde si to rozdat v zimě, Esquire, 1/2005, str. 19
Nažhavte si příbuznou!, Esquire, 1/2005, str. 30
Co vás letos potěší..., Esquire, 2/2005, str. 22
Dejte si padáka!, Esquire, 2/2005, str. 23
Sedíte v práci s blbcem?, Esquire, 2/2005, str. 24
Jednou a dost, Esquire, 2/2005, str. 28
Pozor, ona lže, Esquire, 2/2005, str. 47
Jak si užít svatební lov, Esquire, 3/2005, str. 28
Chcete ženu do bytu? Esquire, 3/2005, str. 40

Harper's Bazaar

Horká linka – Táta na mateřské, Harper's Bazaar, 1/2005
Porozchodová čistka, Harper's Bazaar, 1/2005, str. 90
„Živí mě moje partnerka...“ Harper's Bazaar, 1/2005, str. 92
Škoda rány, která padne vedle? Harper's Bazaar, 1/2005, str. 98
Kariéra, nebo dítě?, Harper's Bazaar, 1/2005, str. 101
Kdo nás bude živit?, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 12
Nevěra je nám vlastní..., Harper's Bazaar, 2/2005, str. 56
Mezigenerační láska, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 60
Nalaďte se na správnou vlnu, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 70
Vztah ve slepé uličce, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 72
Strach ze samoty, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 74
Poprvé těhotná, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 88
Muži a dobré vychování, Harper's Bazaar, 2/2005, str. 101
Konec jedné lásky, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 92
Čí je to dítě, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 94
Ryze ženské přednosti, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 100
Je čas proti vám?, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 139
Dítě chci, ale ještě ne!, Harper's Bazaar, 3/2005, str. 149

Katka

Drobné radosti pro lepší život, Katka, 1/2005, str. 12
Pořád si hraju, není to úžasné?, Katka, 1/2005, str. 14
Rozchod s partnerem bolí, často však přináší úlevu a konec trápení, Katka, 1/2005, str. 40
Zažehťe zabijáka vztahů – stereotyp, Katka, 2/2005, str. 10
Věra se už dlouho cítila být ve svém manželství ztracená, Katka, 2/2005, str. 22
Proč se vytratí láska, když zavládne stres? 2/2005, str. 33
Jsou to sice malé chvílky, ale dokážou nás povzbudit, Katka, 2/2005, str. 36
Aby vaše láska zůstala vášnivá, Katka, 3/2005, str. 33
„Večer co večer mě trápí otázka: vrací se domů od té druhé?“, Katka, 3/2005, str. 40
Sex není to nejdůležitější, Katka, 4/2005, str. 33
Muži na mateřské dovolené, Katka, 6/2005, str. 40
Muži a ženy v domácnosti, Katka, 7/2005, str. 16
Oba jsme se odvážali, ale on s ní možná něco měl!, Katka, 7/2005, str. 26
„Až cizí mi řekli, jak to ve skutečnosti je“, Katka, 8/2005, str. 22
Kdy dát dítě do školky?, Katka, 10/2005, str. 12
„Žít sama se sebou? To bych asi nikdy nezvládla!“, Katka, 10/2005, str. 18
V posteli jsme se vždycky usmířili, Katka, 10/2005, str. 38
Když semínko nedůvěry pomalu prorůstá celým vztahem, 10/2005, str. 44
Utajovaná vášeň v cizí posteli..., Katka, 11/2005, str. 14
Šortky zůstaly, Katka, 11/2005, str. 18
Aspekty života, Katka, 11/2005, str. 20
Singl, Katka, 11/2005, str. 39

Dlouhé stání, hodně hluku, věčný stres, Katka, 12/2005, str. 16

Zahýbal a cítil se přitom docela jistě. Pak se však dopustil chybičky..., Katka, 12/2005, str. 18

Dana zprvu nevěřila, že Markova minulost ohrozí jejich vztah, Katka, 12/2005, str. 20

Do starého železa se ještě rozhodně nechystají, Katka, 14/2005, str. 50

Marianne

Dopisy, Marianne, 1/2005, str. 6

Muka výběru, Marianne, 1/2005, str. 44

Jen je nechte, ať se nudí, Marianne, 1/2005, str. 94

Vyberte si: dobrý, nebo špatný stres, Marianne, 2/2005, str. 34

Rozvod s lidskou tváří, Marianne, 2/2005, str. 26

Jsem špatná matka, když nevařím?, Marianne, 3/2005, str. 94

Slasti odepсанé ženy, Marianne, 3/2005, str. 116

Pilotkou v Americe, Marianne, 1/2005, str. 10

Úklady tandemového podnikání, Marianne, 2/2005, str. 116

Odvahu hledám většinou v sobě, Marianne, 3/2005, str. 22

Playboy

... jen se ptejte, Playboy, 1/2005, str. 16

... jen se ptejte, Playboy, 2/2005, str. 16

... jen se ptejte, Playboy, 3/2005, str. 16

Redhot

SM, nebo Ž?, Redhot, 1/2005, str. 8

Návrat jednoho kultu aneb výhody starého mládence, Redhot, 1/2005, str. 28

Příliš kladní hrdinové, Redhot, 2/2005, str. 8

Uvízlo v síti, Redhot, 2/2005, str. 21

Ženská msta, Redhot, 2/2005, str. 38

Naše každodenní reality show, Redhot, 3/2005, str. 8

Existuje bisexualita?, Redhot, 3/2005, str. 28

Jak vyjít se snachou?, Redhot, 3/2005, str. 30

Svět ženy

A budeš také věrný/á?, Svět ženy, 2/2005, str. 18

Šéf nebo šéfka?, Svět ženy, 2/2005, str. 22

Babičky, nebo chůvy?, Svět ženy, 2/2005, str. 32

Otisk mého bývalého?, Svět ženy, 2/2005, str. 64

Prosím tě, už mlč!!!, Svět ženy, 3/2005, str. 56
Podnikatelka na mateřské dovolené, Svět ženy, 3/2005, str. 66

Tina

Čekám prince na bílém koni, Tina, 1/2005, str. 16
Slova, která se těžko hledají, Tina, 1/2005, str. 32
Zvítězila jsem nad milenkou, Tina, 3/2005, str. 12
Jak se žije starším otcům, Tina, 7/2005, str. 16
Nepromarněte život odkládáním svých snů, Tina, 8/2005, str. 32
Za hloupost se platí, Tina, 9/2005, str. 12
Známost na dálku nechci, Tina, 9/2005, str. 19
Táta s námi nebydlí, Tina, 9/2005, str. 36
Mateřství na sklonku sezóny, Tina, 13/2005, str. 12
Nevlastní máma a nárok na důchod, Tina, 13/2005, str. 39

Vlasta

Ptáte se – Kam půjde vnouček po rozvodu?, Vlasta, 3/2005, str. 54
Editorial, Vlasta, 4/2005, str. 3
Ptáte se – Mohu za smrt manžela? Vlasta, 4/2005, str. 31
Stačí mi to ke štěstí?, Vlasta, 5/2005, str. 54
Úspěšné ženy – a co za to?, Vlasta, 7/2005, str. 14
Ptáte se – Co bude dál s naším manželstvím?, Vlasta, 7/2005, str. 26
Lenka (24): David si mě vzal i s dvojčaty, Vlasta, 7/2005, str. 63
Jak se zachovat, když se dozvíte o nevěře někoho blízkého, Vlasta, 8/2005, str. 26
Je to dítě doopravdy moje?, Vlasta, 9/2005, str. 16
Zase jsme se rozešli, Vlasta, 9/2005, str. 27
Mohou být babičky matkami?, Vlasta, 10/2005, str. 28
Sněhový byznys s rodinou, Vlasta, 11/2005, str. 13
Dopis týdne – Co s vámi, mámy? Vlasta, 11/2005, str. 22
Ptáte se – Jak mohou zrušit trvalý pobyt bývalého manžela v mém bytě?, Vlasta, 11/2005, str. 63
Rodiče si nevybíráme, Vlasta, 13/2005, str. 14
Cizí dítě domů nechce, Vlasta, 13/2005, str. 22

Žena a život

Pomoc, jsem žárlivá!, Žena a život, 1/2005, str. 16
Svatba, nebo život na psí knížku?, Žena a život, 1/2005, str. 62
Editorial, Žena a život, 2/2005, str. 4
Zasloužím si víc peněz!, Žena a život, 2/2005 str. 15
Šikanují mě!, Žena a život, 2/2005, str. 35

- Svobodné matky, s.r.o., Žena a život, 2/2005, str. 64
Jako štvaná zvěř, Žena a život, 3/ 2005, str. 60
Ženy, které si splnily svá přání, Žena a život, 3/2005, str. 90
Miluji 2 muže, Žena a život, 4/2005, str. 63
Je lepší родit ve 20, nebo ve 40? Žena a život, 4/2005, str. 66
Žena v ofsajdu, Žena a život, 4/2005, str. 71
S tebou se nedá žít! Žena a život, 5/2005, str. 45
Výpověď, hotovo, konec!, Žena a život, 5/2005, str. 78
Romantický úspěch, Žena a život, 6/2005, str. 43
Přes hledáček, Žena a život, 6/2005, str. 82
Ani z Marsu, ani z Venuše, Žena a život, 6/2005, str. 6
Hodinový manžel, Žena a život, 6/2005, str. 92

Shrnutí

Studie „Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech“ je součástí projektu „Souvislosti proměn pracovního trhu a forem soukromého, rodinného a partnerského života v české společnosti“, č. grantu 1J034/05-DP2.

Práce je doplňujícím prvkem v pohledu na souvislosti měnících se soukromých a pracovních strategií. Jedná se o kvalitativní analýzu mediovaných textů týkajících se soukromého nebo pracovního života v mužských a ženských časopisech. Zmiňované typy časopisů se velmi liší v tom, kolik prostoru tématům rodiny a práce věnují i jaké reprezentace soukromí a zaměstnání lze v těchto časopisech najít. Zatímco v ženských časopisech tvoří témata rodiny i práce základní náplň, v případě mužských časopisů se jedná o poměrně marginální témata.

První část studie je věnována teoretickým východiskům a objasnění teoretických základů příčin daného studia mediálních produktů. Druhá část se věnuje mužským časopisům a reprezentacím, které se v nich objevují. V časopisech jsou tematizovány především zábava, volný čas, technické novinky a sex. Formy rodinného a partnerského uspořádání se objevují sporadicky. Ve zkoumaných textech existuje jistý nevyřčený předpoklad, že muž pracuje na plný úvazek. Z možných forem partnerského soužití jsou zobrazovány tři: singl, nesezdané soužití a manželství. Zmíněné formy uspořádání soukromého života jsou vykresleny na pozadí obrazu partnerského života jako ztráty svobody.

Třetí část studie je věnována ženským časopisům a jejich specifikům. Právě tato část je těžištěm analýzy, jelikož nejrůznější reprezentace soukromého a pracovního života tvoří jedno ze základních témat ženských časopisů. Zejména ve srovnání s mužskými časopisy se v ženských objevují rozmanitější možnosti uspořádání rodinného i pracovního života. Kromě možnosti být single je to svobodná matka, nesezdané soužití, ale i manželství, které je svou konstrukcí preferováno před ostatními možnými uspořádáními. Velkým rozdílem je i množství reprezentací vztahujících se k profesnímu životu. Zaměstnání je klíčovým tématem ve zkoumaných textech. Kromě práce na plný úvazek je zobrazována podnikatelská činnost a v souvislosti s péčí o dítě i nové formy práce (zkrácený úvazek, práce z domova, sdílení pracovního místa). Zaměstnání v sobě zahrnuje složku jak finančního zajištění, tak seberealizace, která je vysoce ceněna. Jelikož rodinnému i pracovnímu životu je jako významným konstrukcím přisuzována stejná důležitost, je tématem i sladování soukromého života a zaměstnání. Významným prvkem při konstruování propojení práce a soukromí je stres, který je se zvládnutím obou sfér spojen, a řešení, jak se tohoto stresu zbavit. Ženské časopisy přitom nabízejí osobní i strukturální strategie uvolnění napětí. Osobní souvisí s relaxací a volným časem, strukturálními lze nazvat ty, které nějakým způsobem zasahují do struktury především partnerského vztahu (zapojení otce do péče o děti a domácnost), méně již do pracovní oblasti.

Poslední, nejkratší část práce se věnuje formální konstrukci zkoumaných textů, zejména v ženských časopisech. Načrtává, jakým způsobem jsou tyto mediální produkty sestavovány a jaké strategie jsou používány pro dosažení věrohodnosti textu.

Doplněním kvalitativní studie je kapitola Zuzany Uhde vycházející z kvantitativních měření o struktuře čtenářských obcí jednotlivých zkoumaných ženských a mužských časopisů.

Summary

This study was developed as part of work on the research project 'The Context of the Changing Labour Market and Forms of Private, Family, and Partnership Life in Czech Society' (grant no. 1J034/05-DP2). It offers a complementary perspective on the background of changing private and working life strategies. It presents a qualitative analysis of media texts relating to private or working life published in men's and women's magazines, which differ considerably in terms of how much space they devote to the topics of work and family, and in terms of how they represent private life and employment. Family and work are basic, requisite topics in women's magazines, while in men's magazines they are relatively marginal.

The first part of the study focuses on theory and the theoretical motivations for this study of media products. The second part looks at men's magazines and the representations of topics that appear in them. In men's magazines, the most common themes are entertainment, leisure time, technological innovations or gadgetry, and sex. Forms of family and private life arrangements are only occasionally discussed. There is an unexpressed assumption in these texts that the men reading them work full time. When the topic of private life arrangements does appear, three private life arrangements are represented: single life, cohabitation, and marriage. Forms of private life arrangement are portrayed against a background image of partnership life as a loss of freedom.

The third part of the study focuses on women's magazines and their specific features. This is the core part of the analysis, as the various representations of private and working life constitute one of the basic themes in women's magazines. In comparison with men's magazines especially, a greater variety of forms of family and working life arrangements are presented in women's magazines. Alongside single women, other statuses covered include single mothers, unmarried cohabitation, and marriage, the latter represented as the preferred form over other possible family arrangements. A big difference is how much space is devoted to professional life. Employment is a key theme in the texts studied, and alongside full-time work, other forms of work represented include self-employment/freelance work, and new forms of work discussed in connection with raising a family (part-time work, working from home, job-sharing). A key component of employment is not just financial security but also professional self-fulfilment, which is highly valued. Given that family and working life are represented as of equal importance, the topic of work-life balance is another important theme. An important element in the discussion of work-life balance is the stress associated with trying to combine both spheres and the possible ways of dealing with such stress. Women's magazines offer personal and structural ways of coping with stress. Personal solutions relate to relaxation and free time, structural solutions are those that in some way alter the structure of, usually, the relationship between partners (involving the father in housework and looking after the children) or less often the sphere of employment.

The final part of the study looks at the formal structure of the texts studied, especially those in the women's magazines. It describes the way in which these media products are structured and strategies used to achieve text credibility.

The study is followed by a supplement written by Zuzana Uhde, which examines the readership structure of men's and women's magazines using quantitative data.

Zusammenfassung

Die Studie „Die Darstellung der verschiedenen Formen von Familienleben und Arbeitswelt in Frauen- und Männerzeitschriften“ ist Bestandteil des Projekts „Zusammenhänge der Veränderungen des Arbeitsmarktes und der Formen von Privatleben, Familie und Partnerschaft in der tschechischen Gesellschaft“, Förderprojekt Nr. 1J034/05-DP2.

Die Arbeit stellt ein ergänzendes Element der Betrachtung der Veränderungen der in Familie und Arbeit verfolgten Strategien dar. Es handelt sich um eine qualitative Analyse mediierteter Texte zu Privatleben und Arbeitswelt in Männer- und Frauenzeitschriften. Diese Zeitschriften unterscheiden sich erheblich darin, wie viel Raum sie den Themen Familie und Arbeit geben und in welcher Art und Weise Privatleben und Beruf dargestellt werden. Für Frauenzeitschriften sind die Themen Familie und Beruf sehr wichtig und stellen grundlegende Themen dar, während es sich für Männerzeitschriften eher um marginale Themen handelt.

Der erste Teil der Studie ist den theoretischen Ausgangspunkten und der Erläuterung der theoretischen Grundlagen der vorliegenden Untersuchung von Presseerzeugnissen gewidmet. Der zweite Teil befasst sich mit Männerzeitschriften und ihrer Darstellung der genannten Themen. In diesen Zeitschriften werden insbesondere die Bereiche Unterhaltung, Freizeit, technische Neuheiten und Sex thematisiert. Formen der Familienordnung und Partnerschaft tauchen nur sporadisch auf. In den untersuchten Texten findet sich die unausgesprochene Voraussetzung, dass der Mann hauptberuflich tätig ist. Von den möglichen Formen des partnerschaftlichen Zusammenlebens werden drei dargestellt: Single, unverheiratete Partnerschaft und Ehe. Diese Formen des Privatlebens werden vor dem Hintergrund der Partnerschaft als Verlust der Freiheit gezeichnet.

Der dritte Teil der Studie befasst sich mit Frauenzeitschriften und deren Besonderheiten. Dieser Teil macht den Schwerpunkt der Analyse aus, da die unterschiedlichen Darstellungen von Beruf und Privatleben in Frauenzeitschriften zu den Grundthemen gehören. Insbesondere im Vergleich zu Männerzeitschriften tauchen in Frauenzeitschriften vielfältigere Möglichkeiten der Gestaltung von Familie und Arbeit auf. Neben der Möglichkeit, Single zu bleiben, ist dies der Status der alleinerziehenden Mutter, die unverheiratete Partnerschaft, aber auch die Ehe, die in ihrer Konstruktion den anderen Möglichkeiten bevorzugt wird. Ein großer Unterschied besteht auch in der Häufigkeit von Darstellungen des Berufslebens. Der Beruf ist ein zentrales Thema der untersuchten Texte, und neben der vollzeitlichen Festanstellung wird auch die unternehmerische Tätigkeit dargestellt; im Zusammenhang mit der Kindererziehung werden auch neue Arbeitsformen (Teilzeitstellen, Heimarbeit und Job-Sharing) erwähnt. Der Beruf umfasst sowohl den finanziellen Aspekt, als auch die stark betonte Frage der Selbstverwirklichung. Da den Themen Familie und Beruf als Bedeutungskonstruk-

tionen die gleiche Wichtigkeit beigemessen wird, stellt auch die Frage der Vereinbarung von Beruf und Privatleben ein wichtiges Thema dar. Ein wesentliches Element der Vereinbarung von Beruf und Privatleben ist der Stress und die Lösungsansätze zur Stressverarbeitung. Frauenzeitschriften bieten dabei persönliche und strukturelle Strategien zum Stressabbau an. Der persönliche Ansatz hängt zusammen mit Erholung und Freizeit, während die strukturellen Lösungsansätze insbesondere in die partnerschaftliche Beziehung eingreifen (Einbindung des Vaters in Kindererziehung und Haushalt), weniger bereits direkt in die Arbeitswelt.

Der letzte, kürzeste Teil der Studie ist dem formalen Aufbau der untersuchten Texte, insbesondere in Frauenzeitschriften, gewidmet. Es wird aufgezeigt, wie Medienerzeugnisse dieser Art aufgebaut sind und welche Strategien eingesetzt werden, um den Texten Glaubwürdigkeit zu verleihen.

Die qualitative Studie wird ergänzt durch eine Abhandlung von Zuzana Uhde, die von der quantitativen Messung der Leserstruktur der untersuchten Frauen- und Männerzeitschriften ausgeht.

O autorkách

Paulína Tabery

paulina.tabery@soc.cas.cz

Vystudovala žurnalistiku a mediální studia na Fakultě sociálních věd UK v Praze a obor veřejná a sociální politika na téže fakultě. V letech 2005-2007 pracovala jako analytička Střediska empirických výzkumů (STEM, s.r.o.), od listopadu 2007 je odbornou pracovnící Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i. Mezi předměty jejího zájmu patří zejména vztah mezi médii a veřejným míněním a veřejná a sociální politika ve veřejném mínění.

Zuzana Uhde

zuzana.uhde@soc.cas.cz

Vystudovala sociologii na Filozofické fakultě UK, kde v současnosti pokračuje ve studiu tohoto oboru v doktorandském programu. Od roku 2004 působí v oddělení Gender & sociologie v Sociologickém ústavu AV ČR, v.v.i. Ve své odborné práci se zaměřuje na feministickou sociální a politickou teorii a rozvíjení kritického konceptu péče v transnacionálním kontextu.

Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech

Paulína Tabery

Edice Sociologické studie/Sociological Studies 07:5

Řídí: Marie Čermáková

Překlady: Robin Cassling, Daniel Meier

Redakce: Anna Gabrielová, Denis Jerie

Návrh edice a obálka: Zdeněk Trinkewitz

Sazba: Petr Teichmann

Tisk a vazba: ERMAT Praha, s.r.o., Praha 4

Vydal: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

Jilská 1, 110 00 Praha 1

Náklad 180 výtisků

1. vydání

Praha 2007

Prodej zajišťuje Tiskové a ediční oddělení

Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

tel.: 222 221 761, 221 183 217, 218, fax: 222 220 143

e-mail: prodej@soc.cas.cz