

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Prezentace ženy v pardubické příloze MFDNES

Lenka Šuláková

Bakalářská práce

2009

PROHLÁŠENÍ:

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 23.3.2009

Lenka Šuláková

PODĚKOVÁNÍ:

Ráda bych na tomto místě poděkovala především Mgr. Petru Pabiánovi, Th.D., za jeho odbornou pomoc, podporu, vstřícnost, cenné rady a připomínky, které mi poskytl během konzultací této práce.

Dále bych ráda poděkovala pardubické redakci Mladé fronty DNES, ve které jsem mohla rok shromažďovat materiály k této práci a všem redaktorům/kám, kteří mi vstřícně odpovídali/y na otázky.

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Katedra sociálních věd
Akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lenka ŠULÁKOVÁ**

Studijní program: **B6703 Sociologie**

Studijní obor: **Sociální antropologie**

Název tématu: **Prezentace ženy v médiích (Pardubická příloha Mladé fronty DNES)**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Bakalářská práce bude založena na prostudované literatuře, analýze MF DNES a na základě terénního výzkumu zrealizovaného v redakci deníku a mezi čtenáři.

Osnova práce:

1. úvod, metodologie (rozhovory, zúčastněné pozorování, práce v redakci)
2. teorie genderu (co je to gender, historie genderu v médiích, stereotypy)
3. pardubická redakce Mladé fronty DNES (co píší, jak píší, historie, kdo jsou redaktori- ženy x muži)
4. základní pravidla pro psaní článků v souvislosti s gender (existence pravidel, jaká jsou, jaká by měla být)
5. gender a lingvistika – správná volba jazyka (stereotypy)
6. Obrazová dokumentace – kdo je na obrázcích, v jaké situaci, více muži x ženy
7. stížnosti na časopis (feministická perspektiva)
8. výzkum v redakci a mezi čtenáři
9. závěr- analýza zjištěných dat

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ČÍHALOVÁ, B.: "Liší se postavení ženy a muže v médiích", Radiožurnál - Radioforum, 13.9.2007, čas vysílání - 18:32, [online]. Dostupné na www.zenyamedia.cz/clanky/lisi_se_postaveni_zeny_a_muze_v_mediich [staženo 2007-12-2]

FOWLER, R.: Language in the mens. Discourse and Ideology in the Press, 1.vyd., 2003, Routledge, ISBN 0-415-01419-0

FRIEDAN, B.: Femine mystique, 1.vydání, 2002, ISBN 80-7205-893-2

GIDDENS, A.: Sociologie, 1. vydání, 1999, ISBN 80-7203-124-4

KARSTEN H.: Ženy-Muži. Genderové role, jejich původ a vývoj; 1.vydání. Praha, 2006, ISBN 80-7367-145

MACHOVCOVÁ, K, LAZARUS, S., ZAMAZALOVÁ, M.: Ženské a mužské role v médiích. In: Jazyk a média. [online]. 2005 Dostupné na www.obcanskaspolecnost.cz

OASTES-INDRUCHOVÁ, L.: Gender v médiích: Nástin širší problematiky. In: Společnost mužů a žen z aspektu gender, 1999, NOSFP

OSVALDOVÁ, B.: Česká média a feminismus, 1. vyd., 2004, SLON, ISBN 80-7277-263-5

PACHMANOVÁ, M.: Umění bourat mýty ve světě kolem nás i v nás. In: Věrnost v pohybu. 1.vydání. 2001, NOSFP, ISBN 80-86356-10-8

WILKOVÁ, MUDRANINCOVÁ: Stereotypy začínají už titulky. [online]. Dostupné na www.zenyamedia.cz [staženo 2007-12-30]

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Petr Pabian, Th.D.
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce:

30. dubna 2008


Termín odevzdání bakalářské práce:

31. března 2009



prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.
děkan

L.S.



PhDr. Livia Šavelková, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2008

ABSTRAKT:

Cílem této práce je zjistit, jak je v médiích, Pardubická příloha MFDNES, prezentována žena, jestli se její prezentace od minulosti nějak změnila. Práce je zaměřena na užívání stereotypů, jak po lingvistické stránce, tak obrazové dokumentace. Důležitým bodem je nejen to jak píší o ženách samotní redaktoři/ky, ale i jak prezentaci žen vnímají čtenáři/ky deníku a jestli mají nějaké připomínky.

KLÍČOVÁ SLOVA:

gender – feminismus- média -Pardubická příloha MFDNES-
genderové stereotypy- lingvistika- obrazová dokumentace

TITLE:

Presentation of women in media: Pardubice's insertion of Mladá fronta DNES

ABSTRAKT :

The aim of this thesis is to discover how is woman presented in media (Pardubice's insertion of Mladá fronta DNES), if is woman's presentation other than was in past. This thesis is concentrated with the use of stereotypes, both linguistic aspect and effigy's documentation. Topic isn't only how redactors writes about women but also how is perceived this presentation in readers and if readers have any comments.

KEY WORDS:

Gender- feminism- media- Pardubice's insertion of Mladá fronta DNES- gender 's stereotypes- linguistic- effigy's documentation

Obsah:

1.	Úvod	
2.	teoretická část	
2.1.	pojmem gender.....	11
2.2.	genderové stereotypy	12
2.3.	historie genderu v médiích	15
2.4.	prezentace ženy v novinách	18
2.5.	feminismus	20
2.6.	Mladá fronta DNES	22
2.6.1.	Pardubická příloha MFDNES	23
3.	Metodologie	25
4.	Praktická část	
4.1.	Redaktorská část	
4.1.1.	gender v redakci	33
4.1.2.	analýza textu	
4.1.2.1.	co v novinách najdeme?.....	35
4.1.2.2.	obrazový materiál	37
4.1.2.3.	používání pouze mužského rodu.....	38
4.1.2.4.	používání genderových stereotypů.....	39
4.1.2.5.	příklad „ žena za volantem, auto bez řidiče“.....	41
4.2.	Čtenářská perspektiva	47
5.	Závěr	52
6.	Zdroje	54
7.	Přílohy	
7.1.	Rozhovory	
7.2.	Shrnutí rozhovorů se čtenáři/kami v číslech	

1. ÚVOD

V dnešní době, kdy média hýbou světem by bylo dobré, aby se v nich nevyskytovaly zastaralé a degradující informace nebo stereotypní vyjádření o ženách. Ženy dosáhly toho, že je na ně nahlíženo o mnoho lépe než tomu bylo před několika lety, a tak by se o nich mělo i psát. Je sice pravda, že spousta věcí už je zautomatizovaných, ale redakce novin by si přesto měly dát pozor na to, co a jak píší, protože noviny z určité části tvoří náš pohled na svět, tiskoviny se dostanou k velké škále lidí, tak by se k nim měly dostat ve správné podobě. Ženy se sice mohou snažit jakkoli, aby jejich postavení bylo lepší, ale pokud se nezmění celý systém, bude jejich snažení k ničemu.

Žena byla dříve prezentována jako „doplněk“ muže, stačilo jí pouze dobře vypadat, ona sama neměla žádný potenciál. Dnes se situace trochu zlepšila, ale stále ještě jsou ženy vykreslovány jako „domácí puťky“. Média se většinou snaží ženu ve stereotypních situacích neprezentovat. Bohužel i přes tuto snahu se v médiích stále objevují ženy ve stereotypních pozicích.¹

Cílem mé práce bude zjistit, zda a jak se prezentace žen od minulosti změnila, zda se u žen stále objevují stereotypy a v jakých situacích je o ženách psáno. U redaktorů by tato práce měla zjistit, zda existují nějaká pravidla pro tuto prezentaci, kdo píše o ženách, jak a zda se liší prezentace žen od mužů. Práce bude mít i reakci ze strany čtenářů/ček (jak oni/y sami/y vnímají prezentaci žen, zda jsou s ní spokojeni/y).

Toto téma by mělo být zajímavé nejen pro ženy, ale i pro muže, čtenáře i čtenářky, redaktorky i redaktory. Mělo by jim „otevřít oči.“ Mělo by ukázat jaká je dnešní společnost

¹ MACHOVCOVÁ,K, LAZARUS,S.,ZAMAZALOVÁ,M:Ženské a mužské role v médiích, 2005

v souvislosti s ženskou otázkou, ukázat jak jsou na tom dnešní ženy v médiích.

Téma práce bylo vybráno na základě shlednutí reklamy na nejmenovanou značku alkoholického nápoje, ta se vyskytovala jak v televizní, tak psané podobě. Tato reklama měla podtitul „v ideálním světě můžete ženu vypustit.“² Tato reklama mě přiměla k myšlence, že stereotypy jsou stále mezi námi. Vzhledem k tomu, že spoustě lidí se reklama líbila³, mnozí z nich si stereotypy ani neuvědomují nebo, což je možná horší, s nimi souhlasí. Mnohým se reklama zdála neuvěřitelně vtipná a vůbec by je nenapadlo hledat v ní genderové stereotypy. V konečné fázi jsem se místo na reklamu, zaměřila na denní tisk.

Práce nejprve vymezuje pojem gender, feminismus a uvádí nejčastěji používané genderové stereotypy. Vzhledem k orientaci práce na používání genderových stereotypů v minulosti a dnes, je zde nastíněna stručná historie genderu v médiích, novinách. S prezentací z historie je poté konfrontována prezentace dnes, ta je prováděna závěrečnou analýzou spojenou s názory redakce a čtenářstva. Protože za prezentací ženy v novinách stojí redakce, je samozřejmostí i pohled na fungování redakce, po genderové stránce.

² V reklamě byli muž a žena na dovolené a žena nebyla stále s něčím spokojena a hlasitě to dávala najevo. Muž proto „vyndal špunt“ a ženu jako nějaké „lehátko“ vypustil a užíval si daný nápoj.

³ I přestože byla zvolena za Šovinistickou bombu týdne na www.feminismus.cz držela se na obrazovkách dost dlouho

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1. Pojem gender

Nerodíme se jako muži ani jako ženy, ale stáváme se jimi. Tak nějak bychom si mohli definovat gender.

Jakmile se dítě narodí, ihned dostává jméno a už to je určitý kulturní konstrukt pohlaví. Slovo pohlaví můžeme chápat na jedné straně biologické (v angličtině „sex“) a na straně druhé kulturní (v angličtině právě „gender“).⁴

Pokud tedy mluvíme o pohlaví biologickém, máme na mysli jak viditelnou tělesnou schránku, tak i tu neviditelnou (tj. chromozómy a jejich uspořádání, hormony a „rozdělení“ mozku). Ovšem kromě této stránky jsou rozdíly mezi mužem a ženou patrné i v psychické a sociální rovině. Pohlaví zkrátka hraje velkou roli v našem životě a to, jestli jsme muž nebo žena, nám v určitém sociokulturním kontextu, jiné postavení má žena v české společnosti a jiné má v islámské společnosti, naznačuje, kam se bude naše cesta ubírat. V každém období určitou věc přijímají lépe ženy než muži a obráceně.⁵

Kulturní pohlaví- gender- znamená rod a bylo přejato z řečtiny.⁶ Ovšem slovo „rod“ má v češtině mnoho významů, např. pohlaví, sex, rodinu...., proto bylo rozhodnuto tento termín raději nepřekládat.⁷

Podle Skupníka označuje gender „sociální pohlaví- to je dané kulturními normami, na rozdíl od pohlaví- které je dané biologicky.“⁸

⁴ CVIKOVÁ, J, JURÁŇOVÁ , J. *Ružový a modrý svět : rodové stereotypy a ich dosledky*, 2005.
, str. 11

⁵ Genderové stereotypy- viz níže

⁶ Slovo je sice řeckého původu, ovšem v současné době se vyslovuje toto slovo spíše anglicky, ten, kdo tento výraz vyslovuje po česku určitě nedělá chybu

⁷ LÍNHART, J.a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. 2002

⁸ SKUPNÍK, J. *Manželství a sexualita z antropologické perspektivy*.2002, str.44

Pro nás bude rozhodující pojem gender jako kulturní konstrukce rozdílů mezi pohlavími, umožňující nám sledovat a interpretovat rozdíly mezi muži a ženami v různých sociokulturních kontextech.⁹

Do této koncepce dobře zapadá pojetí „ mužství“ a „ženství“. „Tyto dvě kulturní konstrukce implikují rozplývavé, „rozmyté“ množiny atributů různých rovin: psychické, kulturní, sociální, biologické.“ Rozdíl je dán nejen biologicky, ale je také podmíněn kulturou, tradicí, atd.¹⁰

2.2. Genderové stereotypy

V literatuře se uvádí pojmy „ ženství“ a „ mužství“, tyto dva pojmy stojí, dá se říci, proti sobě a pro každý jsou určena různá přídavná jména, různé vlastnosti, na které jsme v našem sociokulturním kontextu zvyklí. Tato přirovnání či danosti, jsou nazývána genderovým stereotypem (stereotyp- jednotvárný, ustálený, navyklý vzorec chování a myšlení).¹¹

Už v útlém věku dokáže dítě samo sebe označit jako chlapce či dívku a dokáže označit i ostatní děti.¹² Už u takových dětí si můžeme všimnout jistých stereotypů. U malého dítěte poznáme pohlaví nejjasněji podle barvy dupáček, je „odnepaměti“ dáno, že růžová signalizuje holčičku, modrá chlapečka. Když si dítě začne hrát, projeví se stereotypy ve „ výběru“ hraček- dívka má panenku, kuchyň (aby se z ní stala dobrá hospodyně a matka), chlapeček dostane auto a meč (aby se dokázal o svou ženu postarat). Pokud si náhodou děti hračky prohodí, uvažovalo se donedávna o různých „úchylnkách“ dítěte.

⁹ VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E, MAŘÍKOVÁ, H. *Společnost žen a mužů z aspektu gender*, 1999.

¹⁰ SKUPNIK, J.: *Manželství a sexualita z antropologické perspektivy*, 2002. , str. 49

¹¹ LINHART, J. a kol.: *Slovník cizích slov pro nové století.*, 2002.

¹² GIDDENS , A., JAŘAB, J.: *Sociologie*.1999.

Zkuste např. dát chlapečkovi sukni, kdyby si to přál a mnozí se na něj budou dívat jako na dítě s psychickou újmou.¹³

Ovšem ani v dospělosti se člověk neobejde bez stereotypů. Mezi základní pravidlo patřilo dříve, že se žena nesmí chovat jako muž, pokud by se tak náhodou chovala, hovořilo se o ní hanlivě. Příkladem by mohl být článek Mýtický kmen amazonek.¹⁴

Správná žena měla být donedávna skromná, něžná, měkká, poddajná, citlivá, nevědět, co chce, měla si nechat poradit od jiných, opustit svoje přátele kvůli muži, vzdát se své kariéry (ve prospěch muže a rodiny), být nesamostatná, dělat kompromisy. Muž by měl být pravý opak, tedy obrněný (neprojevuje navenek své city), rozhoduje se sám, nevzdává se kvůli své ženě svých zájmů, je aktivní, nedělá kompromisy a pracuje na své kariéře (s podporou své ženy).¹⁵

Takto byly ženy prezentovány donedávna (pokud někdo z této linie vybočoval, nebyl považován za „správnou ženu“, „správného muže“). Ovšem společnost se změnila a s ní i „požadavky“ na „správnou ženu“ i „správného muže“. Dnes se objevují muži i ženy v rolích dříve přisuzovaných opačnému pohlaví- příkladem toho může být muž na rodičovské dovolené, cílevědomá žena v politice atd.

Dalším prvkem častého používání genderových stereotypů je užívání rodů, mnohé světové jazyky (francouzština, španělština, němčina), mezi nimi i čeština mají dva a více rodů. Dá se říci, že kategorie mluvnického rodu do určité míry reflektuje přirozený sexus. Pokud porovnáme Česko se zahraničím, u nás se o ženách častěji mluví i píše v mužském rodě (voliči, klienti, atd.) a my se až z kontextu dozvídáme, zda se jednalo o muže nebo ženy. Značné užívání maskulina pomáhá udržovat genderově tradiční pojetí a znevýhodňuje

¹³ CVIKOVÁ, J., JURÁŇOVÁ, J.: *Ružový a modrý svět*, 2005.

¹⁴ Vysvětleno níže *Prezentace žen v novinách*

¹⁵ CVIKOVÁ, J., JURÁŇOVÁ, J.: *Ružový a modrý svět*, 2005. str. 33-34

podíl žen na chodu společnosti. Právě rodová korektnost se stala předmětem lingvistických i politických jednání.¹⁶

Dalším genderovým problémem je jazykový sexismus, ten zastřešuje způsoby, jimiž je jedno pohlaví (zejména ženské) znázorňováno jako méněcenné, kromě toho vede jazykový sexismus i k nerovnoprávnému určování pozice žen ve společnosti. Jako příklad se dá použít pouhé oslovení, muž je oslovován „pane“, žena je buď „slečna“ nebo „paní“, což ukazuje její vztah k muži.¹⁷

Proto, aby se role zrovnoprávnily a zmizely se genderové stereotypy, objevují se požadavky o genderu více informovat, mimo jiné vznikají i organizace, které se problematikou genderu zabývají – Gender studies o.p.s., Asociace pro rovné příležitosti, Česká ženská lobby atd.¹⁸

Rovnoprávné postavení muže i ženy se samozřejmě vyskytuje i v Evropské unii. Rada ministrů EU v roce 1990 vydala „Doporučení k eliminaci jazykového sexismu, tj. právě nadužívání mužských názvů osob. Např. ve Francii, zavedly povinné ženské analogie k mužským v oblasti úředního jazyka; v Německu mají přímo směrnice k zamezení sexistického užívání jazyka, které obsahují identifikaci sexistického jazyka i alternativní možnost jiného použití (genderově správného).¹⁹

Jedním z návrhů je zařazení tematiky gender do výuky. Ta se zaměřuje na to, aby měly děti rovný přístup ke vzdělání, mohly se svobodně rozhodnout o výběru povolání a snaží se zamezit tomu, aby si děti vybíraly povolání, která jsou pro jejich pohlaví typická.²⁰

¹⁶ VODÁKOVÁ, A., VODÁKOVÁ, O.. Rod ženský : kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?, 2003.

¹⁷ RENZETTI, C. M., CURRAN, D.J. *Ženy, muži a společnost.*, 2003.

¹⁸ Více informací o těchto organizacích nalezneme na www.genderstudies.cz, www.czlobby.cz, www.rovneprilezitosti.cz

¹⁹ Viz pozn.16

²⁰ JARKOVSKÁ, L.. *Genderově pozitivní výuka*, 2008

2.3. Historie genderu v médiích

Masová média (mezi která noviny patří) jsou pro čtenáře/ky zdrojem aktuálních informací, mnohdy zábavy i vzdělání. Ovšem média čtenáře/ky také určitým způsobem ovlivňují, předkládají mu „ vidění světa“ z pohledu redaktora/ky (z pohledu doby, kultury nebo politické strany). Je poté na čtenáři/ce jak s nabytými informace naloží. Může je samozřejmě nekriticky přijmout (poté je pokládá jako fakt) nebo se nad nimi zamyslet (zhodnotit). Média kulturu jen pasivně nereflktují, ale formulují ji. Filtrují to, co stojí za pozornost a určují pořadí důležitosti.²¹ Mnozí lidé informace pouze přijmou, a tak je důležité, aby se v nich z hlediska genderu (a rovných práv) nepoužívaly genderové stereotypy.²²

Navíc média veřejnosti předkládají to, co očekává, chce nebo vyžaduje. „ Obsah médií zrcadlí chování a vztahy, hodnoty a normy, které ve společnosti přetrvávají.“²³

Média většinou představují ženu jako tu, u které rozhoduje především to, jak vypadá a není tak důležité, co dělá, naproti tomu u muže je nejdůležitější jeho profesní uplatnění. To se obvykle ukazuje i při vedení rozhovoru, ženy jsou nejčastěji dotazovány na partnerské vztahy, rodinu a schopnost sladit kariéru s domácími pracemi.²⁴ Na to navazují zprávy, které se týkají žen a je v nich často popisován fyzický zjev a rodinné postavení, u mužů v článku málokdy nalezneme, zda je ženatý nebo počet jeho dětí.²⁵

Toto se projevuje i v časopisecké produkci - zatímco před rokem 1989 si žena mohla koupit časopis o ručních a jiných pracích na vylepšení rodinné situace, pro muže tu bylo široké spektrum časopisů s tematikou pro volný čas (vojenství,

²¹ RENZETTI, C. M., CURRAN, D. J. *Ženy, muži a společnost*. 2003.

²² GIDDENS, A, JAŘAB, J. *Sociologie*. 1999

²³ RENZETTI, C. M., CURRAN, D. J. *Ženy, muži a společnost*. 2003, str.182

²⁴ PACHMANOVÁ, M. *Věrnost v pohybu*, 2001.

²⁵ Viz pozn.17

rybářství atd.). Z jednoho čísla anglického časopisu McCall's z července roku 1960, který vidí ideální ženu doby jako ženu v domácnosti, byl vypsán jeho obsah- články o plešatění žen (protože si své vlasy často barví) , báseň o dítěti (ukázka ideální matky), vyprávění o dívce, která navštěvuje školu krásy, článek o tom, jak se vypořádat s pocitem méněcennosti, fotografie modelek předvádějících těhotenské šaty, spoustu užitečných rad jak zhubnout a vypadat jako modelka, vzory pro vyšívání, návod jak najít dobrého manžela,... Ideální žena je zde představena jako mladá, povrchní (téměř jako dítě), nenáročná a ryze ženská, celá šťastná, že žije ve světě vymezeném kuchyní a ložnicí.²⁶

Smyslem života ženy je nejprve „lov chlapa“ a poté chod domácnosti a spojený s výchovou dětí. Časopisy jsou plné fotografií jídla, oblečení, kosmetiky aj., ale to, že v Africe vznikly nové státy a světem hýbe protest proti abstraktnímu umění, se v ženském časopise neobjevilo. Příspěvatelé (byli to převážně muži) se zřejmě řídili nacistickým heslem 3K-Kinder, Küche, Kirche, podle nich by psaní v ženském časopise o hlubších myšlenkách nebo o všeobecně platných věcech bylo v případě žen jen ztráta času.²⁷

Už roce 1945 proběhl v jednom ženském časopise výzkum o vztahu žen k elektrickým spotřebičům. Podle tohoto výzkumu se ženy mohou rozdělit do třech kategorií- na typické hospodyňky, kariéristky a vyrovnané paní domu. Ač byly největší odběratelky mezi typickými hospodyňkami, nejvhodnější odběratelky byly podle výzkumu vyrovnané paní domu. Kariéristky se pro daný typ nehodily, byly příliš kritické. Typickým hospodyňkám braly takovéto přístroje práci, takže s nimi nebyly taktéž spokojeny. Reklamy na tyto výrobky byly postavené na zvětšení potenciálu ženy. Autoři časopisů se už

²⁶ FRIEDAN, B., KOČOVÁ, J. *Feminine Mystique*. 2002.

²⁷ OATES-INDRUCHOVÁ, L: *Gender v médiích nástin šře problematiky*. In: VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E., MAŘÍKOVÁ, H. *Společnost žen a mužů z aspektu gender* 1999

tehdy snažili ženám vrýt myšlenku, že pokud daný výrobek používají, jsou skvělé manželky i matky.²⁸

Média vytvářejí a upevňují stereotypní obraz ženy a její role ve společnosti, žena je potom chápána pouze jako opora muže (musí připravit muži domácí pohodu a zázemí) nebo připoutává pozornost k nabízeným produktům skrze sexualitu. Posledním modelem je typ úspěšné ženy ve významném společenském postavení (např. manažerka), tento typ je ovšem nejméně častý. Z médií se vytrácí realita, protože většina z nich prezentuje ženu jako vždy usměvavou a naprosto šťastnou.²⁹ V těchto případech se nikdy neprojevují každodenní starosti těchto žen (domácí násilí, diskriminace).

V posledních letech je významnou součástí médií reklama. Můžeme ji rozdělit na dva typy: první- cílená na ženy- a druhá- cílená na muže. Typy cílené na ženy znázorňují ženu jako starostlivou matku a pečlivou hospodyňku (reklamy na domácí potřeby, jídlo) nebo jako ženu, která právě díky tomu, že je starostlivá matka a výborná hospodyňka získá muže svých snů. K těmto patří např. reklamy na kosmetiku a jí podobné prostředky. Z článků vyplývá, že pokud nebudete používat tyto prostředky, tak se z Vás nestane hvězda titulních stran módních časopisů a nedostanete toho správného muže. Dalším typem reklamy jsou reklamy pro muže (mohou být na dlaždičky, auta, atd.), v nich se vyskytují ženy s ideálními mírami, které podle článku mužům říkají, že pokud si daný výrobek koupí, budou ho všechny ženy chtít.³⁰ Tedy z článku „Jazyk a média“, pokud žena neslouží v reklamě pouze jako okrasa, nalezneme jen již zmiňovaný stereotyp, že žena má být doma, sama nerozhoduje o ničem důležitém a ani se na podobných věcech nijak nepodílí a v neposlední řadě je v reklamě žena prezentována jako bytost, která by absolutně nemohla existovat bez mužské ochrany.

²⁸ FRIEDAN, B., KOČOVÁ, J. *Feminine Mystique*, 2002. 596 s.

²⁹ VYSEKALOVÁ, J.: *Obraz ženy v reklamě a jeho proměny*, 2007

³⁰ Viz. pozn. 28

³¹S tímto souhlasí i Jitka Vysekalová, předsedkyně České marketingové společnosti, z již zmíněných bodů (prezentace ženy jako sexuálního symbolu a ženy hospodyňky) rozebírá ještě poslední bod, žena v reklamách je nejen usměvavá za každého počasí, v každém případě perfektně upravená, ale dokonce nám vždy doporučí to nejlepší na vlasy, ruce, tělo,...., protože „vy za to stojíte“, také dodává, že v reklamě málokdy vystupuje žena jako odbornice. Souhlasí i s tím, že muži prostě na muže nereagují a proto jsou ženy všude.³²

Důležitá je i přítomnost žen ve zpravodajství (v redakcích), ta vede k rozšíření toho, co má být do zpráv zahrnuto a uvádí na „trh“ i nová témata, jimž se tradičně pozornost nevěnuje. Dále pak ženy ve zpravodajství píší o ženách více než muži, a tak počet článků o ženách roste úměrně s počtem žen v redakci.³³ Český statistický úřad potvrzuje, že muži a ženy mají v médiích vyrovnaný počet- např. v roce 2005 bylo v médiích 51,9% žen, mužů tedy méně, tyto čísla platí hlavně pro redaktory/ky.³⁴

Blanka Číhalová zmiňuje, že dříve platilo, že stereotypní vyjádření o ženách vytvářeli muži (redaktoři). Dnes i když si to sami přejeme, aby bylo na ženu nahlíženo nestereotypně, máme některé fráze tak zautomatizované, že si ani neuvědomujeme, že používáme genderově nesprávný tvar, a tak se stane, že genderově nesprávný tvar³⁵ použijí i redaktorky.³⁶

2.4. Presentace ženy v novinách

Noviny se do dnešní podoby vyvinuly z pamfletů a informačních letáků, které se tiskly už v 18.století. Samotné deníky se objevily až ke konci 19.století. Noviny byly převratnou událostí, protože se v nich sešlo mnoho informací

³¹ MACHOVCOVÁ,K.LAZARUS,S.,ZAMAZALOVÁ,M.: *Ženské a mužské role v médiích*, 2005

³² VYSEKALOVÁ,J.: *Obraz ženy v reklamě a jeho proměny*, 2007

³³ RENZETTI, C.M., CURNAN,D.J.: *Ženy, muži a společnost*,2003

³⁴ ČSÚ: *Ženy a muži v datech*.2005

³⁵ Viz metodologie Pokyny pro redaktory a redaktorky

³⁶ ČÍHALOVÁ,B.: *Liší se postavení ženy a muže v médiích*, 2007

shrnutých do omezeného formátu. Nejdříve byly noviny prodávány v New Yorku.³⁷

Noviny(deníky) se k veřejnosti dostávají denně, a proto je důležité, aby se k nim dostávaly ve správné genderové podobě.

³⁸Podle Blanky Číhalové jsou i dnes často prezentována pohlaví stereotypně.³⁹

Jako příklad⁴⁰ můžeme použít inzerát z MFDNES, v těchto novinách se dočteme, že Děkan 3.lékařské fakulty Univerzity Karlovy vypisuje konkurs na tajemníka (mužský rod) fakulty, mezi požadavky se kromě morální a občanské bezúhonnosti hledá absolvent (muž)⁴¹ vysoké školy ekonomického nebo právnického zaměření⁴², přitom lze v češtině používat rodově neutrální jazyk⁴³, popřípadě je možné použít dva tvary nebo oddělit výrazy pomlčkou .⁴⁴

Ovšem inzeráty určující pohlaví kandidáta u nás nejsou výjimkou.⁴⁵

Mohli bychom si myslet, že kromě genderově nevhodných inzerátů⁴⁶ se redaktoři/ky poučili/y a píší genderově správně⁴⁷, ovšem i dnes se setkáme se stereotypní prezentací ženy . Typickým příkladem jsou články o harfenistce Kateřině Englichové. Ta poskytovala rozhovory týkající se převážně hudby, ovšem článek nesl název „ krásná Kateřina“(titulek by měl nastínit o čem bude řeč v dalších odstavcích), ještě kontroverznější titulek byl pro tu samou osobu vybrán

³⁷ GIDDENS,A.,JAŘAB,J.: *Sociologie*, 1999, str. 362

³⁸ Viz pozn.32

³⁹ MACHOVCOVÁ,K, LAZARUS,S.,ZAMAZALOVÁ,M:*Ženské a mužské role v médiích* . In:*Jazyk a média*. [online].2005

⁴⁰ Vybráno protože práce je o MFDNES a přímo v analýze textu je také vybrán inzerát

⁴¹ Viz metodologie – feministická analýza- generové maskulinum

⁴² MFDNES in VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E, MAŘÍKOVÁ , H.

Společnost žen a mužů z aspektu gender, 1999.

⁴³ Viz metodologie

⁴⁴ RENZETTI, C. M., CURRAN, D. J. *Ženy, muži a společnost*. 2003.

⁴⁵ OATES-INDRUCHOVÁ, L: *Gender v médiích nástin šře problematiky*.

In: VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, Eva, MAŘÍKOVÁ , Hana. *Společnost žen a mužů z aspektu gender*,1999.

⁴⁶ Viz metodologie

⁴⁷ Viz metodologie

v Lidových novinách a to „Samice v klasice“. Právě v tomto titulku se odrazila kontroverznost, kterou se snaží autor/ka článků přilákat více lidí, ovšem titulek nemá absolutně nic společného s obsahem článku!⁴⁸

Dalším příkladem by mohl být článek v Lidových novinách „Mýtický kmen Amazonek– bojovnic s jedním prsem vystupujících ve starých řeckých bájích o trojské válce našel v moderní době své pokračovatelky“, který pojednával o francouzských ženách, které vstoupily do povinné jednodenní vojenské přípravy. Ženy se zde objevily v roli, která pro ně podle našich novinářů/ek není zcela automatická, a v článku se to projevilo. Ovšem kdo by pod tímto názvem hledal vojenský výcvik žen? Neustále musí být, i podle novinářů/řek, vlastnosti a profese výlučně mužské a ženské, prostě se nemohou prolnout.⁴⁹

Na internetovém portálu Ženy a média se na gender a média přímo zaměřují na prezentaci ženy, z vycházejících deníků se zaměřili na MFDNES a analyzují zde jejich články. Analýza se soustřeďuje hlavně na ekonomickou diskriminaci a na to, jak je tato diskriminace v deníku předkládána (typicky ženské povolání ba přímo diskriminace), a také analyzuje také článek o všedním dnu ženy v domácnosti. V tomto článku je autorka chválena za nestereotypní prezentaci, ukázala v ní nástin obou pohlaví a používala i správné pojmy.

2.5. Feminismus

Mnozí lidé si při vyslovení pohlavních rozdílů představí jiný pojem - feminismus- 1. hnutí za rovnoprávnost a zvýšení vlivu žen, 2. chování a projevy charakteristické pro ženské pohlaví, 3. projev pohlavního zvratu u samců v typ samičí .⁵⁰

⁴⁸ ZELENKOVÁ, K.: *Stereotypní prezentace žen? Začíná už titulky*, 2003

⁴⁹ VALDROVÁ, J. *České noviny a časopisy z hlediska genderu*, 2003

⁵⁰ LINHART, J. a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. 2002, str.117

Feminismus můžeme definovat i jako název pro komplex ideologií, sociálních teorií a politických hnutí, jejichž cílem je výzkum a potírání jevů, které lze považovat za projevy a součást utlačování ženského pohlaví. Pojem feminismus je relativně mladý (2. polovina 20.století). Předtím se používalo označení „ženské hnutí“.⁵¹

Feministické hnutí je velice různorodé a štěpí se na mnoho křídel a směrů- od umírněných hnutí prosazujících základní lidská práva pro ženy, např. v radikálních muslimských zemích, až po nejradikálnější směry feminismu, které jdou až k popírání jakýkoliv rozdílů v dispozicích pohlaví nebo propagují vyloženě nepřátelský přístup k mužům. Feminismus vznikl v USA a byl úzce spjat s bojem za lidská práva(černoši a jiné minority). Na tomto základu si řada amerických studentek uvědomila svoje postavení a začala proti němu také bojovat.⁵²

V první vlně feminismu (před II.světovou válkou) byly hlavní zakotvení rovnosti v politických (např. volební právo), občanských a lidských (rovný přístup ke vzdělání) právům. Mezi významné české feministky patřily M.D.Rettigová, B.Němcová, E.Krásnohorská. Druhá vlna feminismu se projevila v 60.letech 20.století a zabývala se širší škálou problémů (problém jazyka, společenského života a socializace).⁵³

Feminismus je v českých podmínkách zkompromitován, jeho obraz u nás bychom si mohli představit jako dva nesmiřitelné tábory(ženy proti mužům), protože feministky jsou u nás viděny, jako ty, které nesnáší muže, považují je za tvory na jedno použití. Feminismus se na rozdíl od genderu⁵⁴ se snaží „vyrobit“ z žen muže a snaží se změnit chápání společnosti a žen samotných.

⁵¹ BATHKE,J.: *Feminismus*,2000

⁵² VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E., MAŘÍKOVÁ , H. *Společnost žen a mužů z aspektu gender*,1999

⁵³ SOKAČOVÁ,L.: *O feminismu*, 2003

⁵⁴ Gender nám popisuje a ukazuje jaké jsou rozdíly mezi mužem a ženou- vysvětleno v teoretické části o genderu

2.6. MFDNES⁵⁵ (Mladá fronta DNES)

Pod tímto názvem začal jeden z nejprodávanějších deníků vycházet 1.zářím 1990 (předtím to byla pouze Mladá fronta). Centrální redakce je v Praze, ale má dalších 14 regionálních redakcí. Šéfredaktorem je Robert Čásenský. V deníku nalezneme především komentované zpravodajské a tématické přílohy. Noviny se považují za politicky neutrální.⁵⁶

Komentátory jsou například Karel Steigerwald, Martin Komárek, Jana Bendová (celkově se redakce skládá z 19 mužů a 4 žen).⁵⁷

Redaktoři/ky se odlišovali/y od ostatních tým, že už od 20.11.1989 poskytovali/y relativně pravdivé informace (občas některé materiály podléhaly cenzuře⁵⁸). V této atmosféře se šéfredaktorem deníku s podtitulem „ deník Československé mládeže“ stal Libor Ševčík. Společně s vydáváním deníku se uvažovalo o „ spojení“ s inzertními novinami Annonce, ke kterému nedošlo (ovšem Annonce byla několikrát přílohou MFDNES).⁵⁹

MFDNES přináší podrobné informace z regionů, analýzy a reportáže týkající se minulého dne (popř. aktuálních otázek), informace jsou z pátrání novinářů Dvakrát týdně jsou součástí magazíny ONA DNES (vychází v pondělí) a Magazín MFDNES (vychází ve čtvrtek). Mimo volně prodejných příloh jsou součástí také přílohy vně deníku, mezi ně patří Peníze, Auto, Bydlení, Vzdělávání, Zaměstnání, Zdraví a Cestování.⁶⁰

Deník vychází každý den kromě neděle.

⁵⁵ Přímo o MFDNES neexistuje souhrnná literatura- čerpáno převážně z rozhovorů s nynějším šéfredaktorem a z internetových stránek www.idnes.cz

⁵⁶ VILDOVÁ, M : *O privatizaci deníku Mladá fronta*, 2005

⁵⁷ MFDNES- redakce

⁵⁸ Např. Miloslava Moučková jako šéfredaktorka cenzurovala rok 1989

⁵⁹ VILDOVÁ, M. : *O privatizaci deníku Mladá fronta* , 2005

⁶⁰ Čerpáno ze stránek www.idnes.cz

MFDNES vydává společnost MAFRA⁶¹, a.s., ta vlastní i další média, např. Óčko (hudební kanál), časopis Filtr nebo Lidové noviny (deník). Mafra a.s. vydává i regionální deník Reinische Post.

V roce 2007 se průměrný náklad MF DNES pohyboval okolo 300 000 výtisků denně.

Stejný vydavatel provozuje internetový portál iDNES. Poprvé mohli/y zaznamenat informace čtenáři/ky 12.1. 1998. Denně tento portál navštíví asi 2 000 000 čtenářů/ek. Od tištěné formy se liší tím, že poskytuje informace aktuálně a ne s denním zpožděním a také tím, že nabízí další služby, např.: on-line mapy, předpověď počasí, dopravní zpravodajství. Dále na tomto serveru mohou probíhat chaty s různými osobnostmi aktuálního dění a čtenáři/ky mohou sledovat on-line akce.

2.6.1. Pardubická příloha MF DNES ⁶²

Do 11.9.2000 vycházela Mladá fronta Dnes pro okresy Pardubice, Hradec Králové, Jičín, Chrudim, Náchod, Rychnov nad Kněžnou, Svitavy, Trutnov a Ústí nad Orlicí pod souhrnným názvem Východočeská příloha. Ta měla kolem osmi stran, na kterých jsme našli nejen události z regionů, ale i kulturu a inzerci. Od tohoto data (11.9.2000) se noviny rozhodly respektovat zemské členění a Východočeská příloha se rozdělila na Pardubickou a Hradeckou.⁶³

Pardubická redakce se skládala a skládá dodnes z „okresů“ Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí. Prvním šéfredaktorem byl p. Bílek, dnešním je p.Biben. ⁶⁴

⁶¹ Mediální skupina MAFRA sdružuje pod svou střešou produkty ze všech oblastí mediálního trhu. Majoritním vlastníkem je od roku 1994 německý holding Reinische-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft. Vydavatelství bylo založeno roku 1946 a jeho hlavním produktem je deník Rheinische Post. Průměrný denní prodaný náklad činí 417 000 výtisků a čte jej 1,2 milionu čtenářů.- čerpáno z <http://www.mafra.cz/mafra.html>

⁶² Viz pozn.41

⁶³ MFDNES 11.9.2000

⁶⁴ Viz pozn.55

V dnešní příloze rozložené asi na pět stránek nalezneme samozřejmě aktuality z regionu (i přestože už k hradeckému regionu tato příloha nespadá, není opomíjen a jsou v příloze články z Hradecka), sport v regionu, kulturu regionu, inzerci, počasí.

3. METODOLOGIE

Hlavní metodologické přístupy západní teorie při zkoumání spojitosti genderu a médií by se daly rozložit to pěti skupin (Oates- Indruchová, str.135)⁶⁵

rozložení moci v médiích – kdo v nich rozhoduje, kdo je edituje (kontrola, popř. cenzura)

působení alternativních médií (o tom, na koho působí, zda jsou uzavřená nebo otevřená)

vliv médií- kvantitativní obsahová analýza (kdo, kdy a jak se v médiích objevuje) a kvalitativní analýza publika

podíl médií na tvorbě kultury – nezaznamenávají pouze odraz skutečnosti, ale určitým způsobem se na skutečnosti (kultuře) podílí

psychoanalytický pohled – jakým způsobem se podílí nevědomí na tvorbě mediálních představ

Z těchto vyjmenovaných přístupů jsem se zabývala bodem 1., 2.a 3.

Součástí mé práce bylo kromě načtení literatury v oblasti genderu a jeho historie v médiích i spolupráce s redakcí a se čtenáři/kami MFDNES.

Pro mou práci bylo velice důležité načtení literatury, protože celá práce je zaměřená na porovnání prezentací ženy v novinách v minulosti a v současnosti.

Přímo v pardubické redakci jsem se pasivně zúčastnila šesti porad (na nichž se probíralo hodnocení článků, hledání chyb i výběr témat). Na těchto poradách jsem nezúčastněně pozorovala, dle jakého klíče se témata rozdělují i celkovou atmosféru porad (jaký prostor při hodnocení a výběru nových témat mají ženy).

⁶⁵ OATES- INDRUCHOVÁ, L: *Gender v médiích nástin šíře problematiky*. In: VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, E, MAŘÍKOVÁ, H.: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*, 1999

Mé pozorování v redakci se postupně vyvíjelo. V prvních dnech jsem se spíše držela stranou a pozorovala celkovou situaci v redakci, ovšem celá redakce věděla, proč jsem v redakci a co tam zkoumám.⁶⁶ „Mé místo“ bylo v „kanceláři“ šéfredaktora, kterou měl společnou s další redaktorkou, ovšem celý objekt byl propojen s ostatními místnostmi, kde se nacházeli/y další redaktori/ky, takže jsem s nimi neztrácela kontakt. Navíc jsem seděla u stolu s „občerstvením“, takže nouzi o informátory/ky jsem neměla.⁶⁷ Ze začátku se hlavně každý zajímal o mé téma a zda už mám nějaké výsledky.

Postupem času a s přibývajícím množstvím přečtených výtisků jsem se z rozhovorů na situaci v redakci dostala k otázkám k článkům (konfrontovala jsem je s načtenou literaturou). Mnoho rozhovorů bylo pouze krátkých, kdy jsem pouze zjišťovala daný problém (z právě přečteného článku), ovšem u dalších jsem se přímo nesoustředila na určitou problematiku. Otázky jsem měla napsané, ovšem s odpověďmi se rýsovaly další a zajímavější otázky. Dá se ale říct, že jsem „na začátku“ postupovala podle osnovy otázek (ty jsem dávala několikrát, abych si ověřila jejich pravdivost).

Osnova otázek:

1. Kdo píše o ženách?
2. Existence nějakých pravidel pro psaní článků z hlediska genderu?
3. V jakých a situacích a jak je žena prezentována (správná volba jazyka-lingvistika, obrazová dokumentace)
4. Užívání stereotypů.
5. Stížnosti na noviny (feministická perspektiva)
6. Kdo pracuje v redakci (muži x ženy, jestli je to nějak ovlivňuje)?

⁶⁶ Na první poradě jsem byla představena, představila jsem název mé práce a objasnila problematiku, o kterou se budu zajímat.

⁶⁷ Pokaždé když si šel někdo udělat kávu, tak se většinou zeptal na mou práci a mohli jsme vést rozhovory

V redakci jsem neprováděla pouze rozhovory, ale i pozorování jak funguje (viz porady), sledovala jsem samozřejmě práci redaktora/ky na vzniku článku a zvláště časovou náročnost tohoto povolání.

Další metodou byla práce s archivem pardubické redakce. Soustředila jsem se na období březen až srpen 2008, kde jsem nejprve sama hledala sama prvky genderu. Zaměřila jsem se nejprve na prezentace ženy obecně- články jsem opravdu pročítala (všech asi šest stránek věnovaných pardubickému kraji- tedy napsaných v pardubické redakci), ovšem vybírala jsem si pouze ty, ve kterých se ženy vyskytovaly přímo v titulku (popřípadě v obrazové dokumentaci) nebo tzv.ženská témata.⁶⁸

Poté jsem systematicky zanalyzovala a zaměřila se na jediné téma - ženy jako řidičky, které jsem rozebrala podrobněji. Podle již napsaných poznámek jsem přibližně věděla, kde mám hledat, ale opět jsem pročítala stejný okruh článků, následně jsem nalezené jak negativní⁶⁹, tak pozitivní postřehy řešila přímo s redaktory. Byly vedeny převážně polostrukturované rozhovory, samozřejmě jsem měla vytvořeno několik otázek, ale ty se v průběhu rozhovoru, buď rozrůstaly nebo zaváděly ještě na další uchopení daného problému. Otázky byly podobné jako je osnova výše, ovšem obsahovaly už konkrétní případy. Inovací bylo také to, že jsem se řekla tvar, který byl genderově nesprávný (nalezla jsem ho v článku), a ptala se, proč byl daném kontextu použit. Snažila jsem se i o to, aby si redaktoři/ky uvědomili gender a zkusila jsem, zda by daný pojem zvolili i kdyby se jednalo o muže.⁷⁰

⁶⁸ Pojem „ ženská téma“ nerada v této práci používám, ale veřejností je zažitý. Tato témata jsou vyjmenována v praktické části (domácnost, trestné činy).

⁶⁹ Negativní- zde v genderovém smyslu, genderový stereotyp nebo genderově nesprávné použití (vysvětleno zde v metodologii- feministická analýza)

⁷⁰ Viz příklad s houslistkou

Při řešení čtenářské perspektivy jsem si v jeden den vybrala za respondenty/ky mladé (věk se pohyboval od 18ti do 30ti let) a jak je podle předmětu jasné, jak muže (16 dotazovaných), tak ženy(19 dotazovaných), kteří čtou MFDNES, všechny jsem je „potkala“ u pardubické trafiky na Masarykově náměstí. Respondentů/ek bylo 35.

Původně jsem měla slíbené informace od pražské centrální pobočky MFDNES o „největších“ čtenářích, ovšem bohužel se mi jich nedostalo. Tento sociologický výzkum se provádí každoročně a je v něm věkově a genderově ohraničeno čtenářstvo MFDNES. Ovšem v zájmu konkurenceschopnosti je tajný a tudíž se k němu nelze dostat.

Výzkum jsem prováděla v jeden den od 9hod do 19hod. Respondenty/ky jsem si vybírala podle věku ⁷¹ a podle zakoupených novin. Pokud splňoval/a obě kritéria, tak jsem začala s výzkumem.

Na rozdíl od sociologických studií jsem zvolila ke svému tématu ne dotazníky, ale rozhovory. Otázky byly kladeny široce, takže na ně nešlo odpovědět pouze ano/ ne.

1. Jak je v MFDNES prezentovaná žena?
2. V jakém kontextu je o ženě psáno?
3. Je nějaký rozdíl mezi prezentací muže a ženy ?
4. Rozhoduje u článku to, zda ho píše žena nebo muž?
5. Jaké jsou nejčastěji ne/používané stereotypy v prezentaci žen?
6. Jak je obrazově ne/prezentována žena?
7. Uvádí se v článkách správné rody?
8. Jak se prezentace ženy od minulosti změnila?

Odpovědi na tyto otázky jsem později zanalyzovala a porovnávala se situací v redakci, historií a analýzou textů.

⁷¹ Viz níže v metodologii

Výzkum k této práci byl prováděn v pardubické redakci MFDNES od března 2008 do března 2009. Během této doby jsem navštěvovala redakci nepravidelně. Pokud jsem už do redakce zavítala, tak jsem tam strávila skoro celý den – od 9hodin do 16 hodin (nebyly to tedy krátké návštěvy). Nejvíce času jsem v redakci strávila v březnu (2008), květnu, srpnu, únoru a březnu (2009). V těchto měsících jsem v redakci byla více než týden (pouze jednou to bylo týden celý- srpen 2008, jinak se jednalo spíše o nárazové návštěvy, hlavně úterý a čtvrtek), ovšem v dalších (nejmenovaných) měsících jsem byla v redakci pouze sporadicky.

Výzkum mezi čtenáři byl prováděn v březnu 2009 (3.3.2009).

Vzhledem k tomu, že jsem v redakci slíbila anonymitu, tak jsou tito/tyto redaktori/ky označováni/y „číslem“, např. redaktor/ka 1.

Úskalí mé práce bylo již zmiňované správné používání rodů (práce je na ně částečně také zaměřena). Používání jen mužských rodů je v české společnosti už léta zažité, a tak i já jsem měla občas problémy se správným pojmem (tak, aby nebyl genderově nesprávný).

Dalším problémem byla již zmiňovaná malá informovanost o problematice genderu, většina lidí si buď myslela, že je má práce zaměřená na feminismus nebo o dané problematice nevěděla žádné podrobnosti.

Je třeba doplnit, že v podstatné části mého výzkumu se projevila i feministická perspektiva, se kterou bylo mé téma zaměřováno. U genderově lingvistického problému obzvláště, protože uvádění obou rodů do této kategorie patří.

Ve své práci jsem používala následujících metod:

Pozorování (využívané při zjištění situace v redakci)

- jak je naznačeno v předchozích řádcích, se měnilo dle doby strávené v redakci, celou dobu se jednalo o nezúčastněné.⁷² Samotné pozorování ale nestačilo, protože jsem si mohla danou situaci vysvětlit dle kontextu jinak, než ji aktéři/ky původně zamýšleli/y. Také se mohlo stát, že se v rozhovoru o spoustě věcí nezmínili/y, takže mé pozorování mi přineslo nové informace, nové otázky na co se ptát. Takže jsem poznámky konfrontovala s rozhovory. Velkou výhodou pozorování bylo i to, že jsem tento výzkum prováděla dlouhodobě, respektive opakovaně, mohla jsem se zaměřit na určitý problém a v dalších „návštěvách“ redakce se na něj soustředit.

Analýzu textu (použito ve stejnojmenné části)

- jsem dělala sama podle „pravidel“ genderové (feministické) analýzy. Společně s načtenou literaturou ohledně genderově feministické teorie⁷³ se i má „kritika“⁷⁴ zvětšovala. Opět jsem toto konfrontovala s tím, co si myslí nejen redaktoři/ky, ale i čtenáři/ky. I zde se projevilo to, že jsem do redakce mohla chodit relativně často a mohla nacházet další a další informace.

Interview (součástí všech částí- redaktorská perspektiva, analýza článků, čtenářská perspektiva)

- bylo pro mou práci stěžejní, protože mi nestačilo, jak jsem si danou práci vyložila já sama, ale potřebovala jsem vědět, zda jsem na danou problematiku pochopila tak, jak byla zamýšlena- podložila jsem si rozhovorem svůj výklad, rozhovory jsem dělala opakovaně, někdy krátké, jindy byly delší (nejdůležitější rozhovory jsou v příloze – Rozhovory).

⁷² Pojem nezúčastněné je sporný, pouze, jak už jsem zmiňovala, první den redaktoři a redaktorky nevěděli nic o mé práci, další dny už měli náhled, ale stále nevěděli, co přesně zkoumám- věděli pouze, že gender. Ke konci tzn.rok 2009 (leden až březen) jsem se dostávala i do situace, kdy se ptali při tvorbě článku, zda je vhodné použít dané slovo.

⁷³ Viz níže

⁷⁴ Kritika jak v pozitivním, tak v negativním smyslu

V etnografii se často používá spojení pozorování s rozhovory.⁷⁵ V této práci jsou tyto metody obohaceny ještě o analýzu textu, protože je má práce významně založena na feministických metodách.⁷⁶ I přestože je toto kombinování složitější, zdálo se mi za nejvhodnější, jelikož spoustu prvků bych bez analýzy textu nenašla. Řekla bych dokonce, že celá tímto propojením dostala určitou celistvost. Pokud bych např. použila jen textovou analýzu a pozorování v redakci, práci by chyběly názory společnosti (ať už redakce nebo čtenářstva). Možností by bylo vynechat pozorování, ovšem poté by byla celá má práce založena na tom, co mi v redakci řekli a jak je známo, pokud někdo ví, na co bude dotazován/a zaměří se na „správné“ odpovědi. Dle mého názoru práce nemohla být řešena jinak, protože pak by nebyla úplná.

Další již zmiňovanou metodou byla feministická analýza textu (podstatná pro celou práci)

Tento pojem se často v textech objevuje jako „genderová analýza“.⁷⁷ Vycházela jsem z přečtené literatury⁷⁸ a materiálů pražské konference.

Na této konferenci „Ženy a média“ byla vydána jistá doporučení k prezentaci žen, kterými by se mělo novinářstvo řídit, v podstatě to je „genderově správné psaní.“ Ty obsahovaly prvky:

- příprava článků, textů a fotografií tak, aby se v nich nevyskytovaly zažitá stereotypy a tradiční představy o rolích
- použití genderově vyváženého jazyka, ale i otázek (tj. u respondentů/tek při tvorbě otázek nebrat ohled na jejich předpokládané role a postavení ve společnosti)

⁷⁵ SILVERMAN, D. *Ako robíť kvalitatívny výskum: praktická príručka*, 2005, str. 60

⁷⁶ A toto slovo, jak jsem uvedla výše, v našem sociokulturním kontextu, není zrovna lichotivý výraz.

⁷⁷ Texty většinou nerozlišují, ale vzhledem k tomu, že jde o pokus psaní změnit, myslím si, že je mnohem lepší použít pojem „feministická“

⁷⁸ Viz teoretická část

- nezneužívat ženské tělo v médiích
- poskytovat informace vyvážené pro obě pohlaví

Podobné informace, jak z generového hlediska posuzovat články, jsou i pro čtenáře. Ti si mají dávat pozor především na jazyk a tón spojený s mužem a ženou (samozřejmě k tomu patří i doprovodné fotografie) a sledovat autorství příspěvku.⁷⁹

Vzhledem k tomu, že do této kategorie spadá i lingvistické hledisko, je zde důležité i generické maskulinum.⁸⁰ Čeština dokáže díky přechylování utvořit k mužskému rodu i ženský. Ovšem z informace, že o podporu se přihlásilo 150 žadatelů, se nedozvíme, zda jde o muže, ženy nebo obojí. Podstatné jméno „žadatel“ je sice z hlediska gramatiky rodu mužského, ale z hlediska rodu biologického je tu užito jako rodově neutrální. Naproti tomu podstatné jméno „žadatelka“ rodově neutrální nikdy není a vždy pojmenovává jen a pouze osoby ženského pohlaví.⁸¹ Veřejnosti to ale nepřijde nijak divné, protože používání pouze mužského rodu je již zažitá. Důležité je i to, že si lidé při vyslovení podstatného jména mužského rodu představí muže, ovšem ve vyšší funkci, pokud se jedná o ženský rod, většinou je s tím spjato i nižší postavení.⁸²

K mé práci je třeba říct, že není pojatá klasicky antropologicky, tj. že pouze nepopisuje danou problematiku, ale v určitých částech se snaží problém „vyřešit.“ Na počátku práce jsem chtěla pouze popisovat, ovšem ve spolupráci s redakcí jsme hledali i možné východisko. Oni sami se chtěli zapojit a chtěli danou problematiku napravit. Tedy je třeba upřesnit, že v původním záměru měla být tato práce antropologicky popisná.

⁷⁹ MATÚŠKOVÁ, Š. *Konference Žena a média představila výzkum Obraz žen ve zpravodajství českých médií*, 2003

⁸⁰ užívání podstatných jmen rodu mužského pro souhrnné označení mužů i žen, např. zaměstnanci, pracovníci, politici, učitelé, které je v rámci úsilí o emancipaci mužů a žen doporučováno v jazyce a řeči zredukovat

⁸¹ <http://www.zenyamedia.cz/clanky/zeny-nejen-v-jazyce/frantisek-danes-na-tema-genderova-lingvistika-a-pravo>

⁸² ČTK. *Čeština prý omezuje ženy, proto chtějí feministky zavádět nová slova*, 2009

Prakticky zaměřenou část antropologie, která se soustřeďuje na modernizaci a inovaci, je aplikovaná antropologie. Rozdílem mezi akademickou antropologií a aplikovanou není v metodách, ale v cílech. Právě aplikovaná antropologie se snaží najít možnosti změny, vychází z popisu, ale změna je velmi důležitá.⁸³

⁸³ Soukup, V.: *Dějiny antropologie*, 2004

4. PRAKTICKÁ ČÁST

4.1. Redaktorská perspektiva

4.1.1. Gender v redakci

Pardubická redakce MFDNES je malá a čítá asi 12 stálých členů, z nich většina jsou muži. I přesto, že se vedení snaží (podle šéfredaktora⁸⁴) nedělat rozdíly mezi pohlavími, více⁸⁵ se do těchto funkcí v Pardubicích hlásí muži, i když Český statistický úřad hlásí, že pozice v redakcích jsou rovnoměrně obsazené.⁸⁶ Nynější počet žen (v redakci pracují tam čtyři⁸⁷) je jedním z nejvyšších za posledních několik let.⁸⁸ U nových redaktorů/rek nerozhoduje vysoká škola⁸⁹ (tedy obor média či žurnalistika⁹⁰), ale jejich schopnost psát.

Pokud v redakci chybí pracovní síla, dá se inzerát přímo do novin. Inzerát vypadá takto „ MFDNES hledá pro posílení pardubické redakce kolegu/ kolegyni na pozici redaktora denního zpravodajství“.⁹¹

Zde bych chtěla podotknout správné genderové⁹² použití obou tvarů v prvním případě *kolegu/ kolegyni*, ovšem správného použití rodů by mělo být i v druhém případě *redaktora*.⁹³ Podle prvního případu je jasné, že hledají jak muže, tak ženu, ovšem pozici označují pouze mužským rodem.⁹⁴

Jako požadavky jsou jmenovány SŠ/VŠ vzdělání, dobrá znalost práce na PC, tvůrčí myšlení, všeobecný přehled a dobrá

⁸⁴ Viz rozhovor č.1

⁸⁵ Z 90 % se hlásí muži – viz rozhovory

⁸⁶ ČSÚ: *Muži a ženy v datech*, 2005

⁸⁷ Zjištěno z pozorování

⁸⁸ Viz rozhovor č.1

⁸⁹ Vyplývá jak z inzerátu níže, tak to potvrdil i šéfredaktor (viz rozhovor č.1) i redaktori

⁹⁰ Vzdělání v oboru žurnalistika potřebné pro další bod

⁹¹ Tento inzerát byl v několikrát v novinách (období duben až květen 2008) v této univerzální podobě, za tuto dobu nebyl změněn jak po stránce obsahu i formátu.

⁹² Viz metodologie – feministická analýza

⁹³ V tomto případě se redakce prohréšila proti „správnému generovému psaní“

⁹⁴ Viz metodologie – feministická analýza

znalost češtiny. Je zde opomíjena časová flexibilita, pracuje se od rána, mnohdy do pozdních hodin. Každý den je v půl desáté porada, na které musí celé osazenstvo být, poté se rozejdou do svých kanceláří nebo přímo do „terénu.“ Během této doby se mohou, ale nemusí, zdržovat v redakci. V pět hodin odpoledne v redakci ovšem nesmí chybět a do této doby musí poslat alespoň dva články (většího rozsahu) editorovi, ten jim články samozřejmě může vrátit k přepracování. Možná toto rozpětí půl desáté až pět hodin je hlavním důvodem, proč je v redakci tak málo žen. I když je třeba říci, že stávající redaktorky⁹⁵ mají také své rodiny a vybraly si tuto práci, tedy časová flexibilita jim nevadí.

Za dobu mého působení v redakci se jim snažili vyjít vstříc, zmiňováno již dříve, že se v redakci nemusí zdržovat celou dobu a mohou se věnovat i svému „životu“, tedy když zvládaly svou práci, tak mohly klidně odejít.⁹⁶

To, že většina z redaktorů/rek nemá za sebou řádné vysokoškolské vzdělání⁹⁷ v oboru žurnalistika (nebo podobném) má za následek, že většina z nich se o problematiku genderu a „správného genderové psaní“ nezajímá a články píše tak, aby byly podle nich správně (podle jejich vnímání). Je pro ně samozřejmé a většina redakce si nedokáže představit (a tedy i napsat), že by v člancích byla žena prezentována jako za dob dávno minulých, tzn. s genderovými stereotypy, ženu nějak degradovat nebo jí nedávat prostor. Ovšem o tom, zda existují nějaká genderová pravidla pro psaní článků⁹⁸ se nikdo

⁹⁵ Samozřejmě i redaktoři mají své rodiny, ovšem tento příklad byl vybrán kvůli situaci, která přímo v redakci nastala a během mého pozorování nepřišel žádný redaktor, že potřebuje vyzvednout dítě, u redaktorek se tak stalo třikrát.

⁹⁶ Redaktorka potřebovala svého syna vyzvednout ze školy a nebyl problém odejít a později se vrátit. Tato situace se opakovala.

⁹⁷ Na vysokoškolské vzdělání odkazují proto, že se budoucí redaktoři/ky učí jak správně genderově psát- viz Metodologie- feministická analýza

⁹⁸ Souvislost s vysokoškolským vzděláním.

z redakce⁹⁹ nezmínil, nikdo o nich tedy nic neví, rozhodují se tedy především citem a intuicí.¹⁰⁰ K genderovým stereotypům se nejprve nevyjadřovali, ovšem poté co jsem je zasvětila do problematiky, dodávali, že v dnešních novinách (samozřejmě u nich) nejsou.¹⁰¹

Každý/á v redakci má své okruhy, o kterých píše, je to například zdravotnictví, krajský úřad, sport, krimi. V těchto okruzích si vybírá články sám/a (tedy podle aktuální situace). Ale stane se, že téma rozpracuje jiný/á redaktor/ka, protože se o danou problematiku zajímá víc. Toto ovšem probíhá se souhlasem předchozí/ho autora/ky.

Témata si vybírají na poradě, která se koná každý den v půl desáté ráno. Na poradě se mimo jiné zhodnotí minulé číslo. Poté se přistupuje k tvorbě čísla aktuálního, každý/á má právo přijít se svou vlastní myšlenkou, aktualitou, která by ho/jí zajímala a po prodiskutování se šéfredaktorem (teprve poté) na něm může začít pracovat. Pokud se jedná o akutní téma, bere si ho ten/ta, kdo je zrovna v „terénu.“

4.1.2 Analýza článků:

4.1.2.1 Co v novinách najdeme ?

Noviny píší převážně o aktuálních tématech z regionu, takže se v člancích vyskytují ženy v případech ocenění, krádeží, autonehod a podobných „běžných“ situacích denního života. Tato témata jsou společná jak ženám, tak mužům.

Oproti mužům se u žen setkáváme se znásilněním, domácím násilím nebo tématem, které je spojeno s mateřstvím (porody, jak sehnat práci po mateřské, jak se starat o dítě) a vedením domácnosti. Zvláštním druhem článků jsou takové, které se

⁹⁹ v žádném z rozhovorů, i přestože jsem ptala, informace o genderově správném psaní nezazněla (na tuto otázku jsem se ptala 8 redaktorů a redaktorek)

¹⁰⁰ Viz rozhovory

¹⁰¹ I když se nevyskytují ve velkém množství, můžeme je tam najít- viz níže

zabývají ženami v dnes ještě neobvyklých situacích („Ženy jako řidičky autobusu“, „Ženy jako političky“- jsou to články, kterým je věnována celá stránka). Tyto články píše většinou ženy. Je tomu tak, protože samy ženy se o taková témata zajímají více.¹⁰² Avšak jako pravidlo předchozí větu brát nemůžeme! Dříve platilo, že muži píše o mužích (sport, krimi) a ženy o ženách (témata uvedená výše). Ovšem dnes tomu tak není.¹⁰³ Například okruh krimi má v pardubické redakci žena a naopak muži píše i o rodině (Rodiče si za školku připlácejí- L.Hubený, Porodnice praskají ve švech- M.Filip). A tito muži nejsou jediní, uvádím je pouze jako příklad. V pardubické redakci pracoval v minulých letech pouze jeden muž, který se významně zajímal a psal články o ženách a s nimi spojenými tématy. Ovšem jak je vidět dnes se muži o tato témata zajímají více.

Kromě samotných témat mě zaujal i výběr dotazovaných, k dané problematice se vždy mohla vyjádřit jak veřejnost, tak odborníci/e, v krátkých „ anketách“ jim dávali/y prostor, aby mohli/y projevit svůj názor. Správně podle genderu¹⁰⁴ by měl být poměr dotazovaných v rovnováze, ale v pročtených číslech (březen až srpen 2008) tomu tak nebylo ani v jednom případě.¹⁰⁵ Důvodem (podle šéfredaktora¹⁰⁶) je fakt, že dané problematice, na které bylo téma psané, ženy nerozumí (nejsou odbornice), nepohybují se v ní nebo se k ní nechtějí vyjadřovat. Je zvláštní, že témat (problémů) bylo několik od politiky přes automobily ke zdravotnictví a u všech bylo dotazovaných více mužů (myslím, že by se určitě dalo najít téma, ve kterém by chtěla projevit svůj názor i ženské populace).

¹⁰² Zjištěno podle rozhovorů s redaktorkami i přímou analýzou článků, tato situace se projevila pouze u témat, kde se ženy vyskytují v dnes ještě neobvyklých tématech, jak bude uvedeno výše o i tzv. ženských tématech píše i muži.

¹⁰³ Vysvětleno níže

¹⁰⁴ Viz metodologie- Feministická analýza textu

¹⁰⁵ V žádném pročteném čísle se v takovýchto názorech neprojevovali muži a ženy rovnoměrně, tzn. pokud projeví názor čtyři lidé, měli by to být dvě ženy a dva muži, to se nestalo, pokud dostala žena prostor, byla v dotazování jen jedna mezi muži.

¹⁰⁶ Viz rozhovor č.1

Šéfredaktor ovšem uvádí, že i oni sami se snaží poměr dotazovaných mužů a žen vyvážit, ale prostě nemohou, ženy samy se nechtějí zapojit (je to jeden z mála bodů, kde si redakce uvědomuje genderovou vyváženost, ¹⁰⁷ tj. že by se měli vyskytovat v názorech rovnoměrně ženy i muži), což je ovšem otázka, nakolik se snaží zapojit do veřejného dění i další tváře, kromě již známých (v člancích se objevovaly pořád stejné „osobnosti“), do veřejného dění.

4.1.2.2. *Obrazový materiál*

V obrazovém materiálu je sporné určovat chyby z hlediska genderu¹⁰⁸, protože obraz „zachycuje realitu.“¹⁰⁹¹¹⁰ Reportér většinou napíše článek k nějakému tématu a fotograf k němu nafotí fotografii tak, aby to „korespondovalo se skutečností“, nebo ji vybere z archivu podle toho, která fotografie se k tématu hodí. Podle rozhovorů se v MFDNES objevují ženy převážně jako matky, v ilustračních fotech z různých akcí (kde je zachycen pohled do davu) nebo při portrétu významné osoby, kdy jim je věnovaná celá strana.¹¹¹ V celkovém výčtu by se dalo říct, že na obrazové dokumentaci spíše převládají muži, důvodem může být i to, že se o nich více píše.¹¹² Toto potvrzuje i náhled do fotogalerie redakce, kde ze 43 000 fotek, je na více než polovině zobrazen muž. Jako vysvětlení mi bylo udáno, že na asi na 20% fotografií jsou významní politici, starostové a jiné vedoucí osoby.¹¹³ A protože se žena v těchto pozicích vyskytuje

¹⁰⁷ Viz metodologie

¹⁰⁸ Opět se jedná o genderově správné psaní (popsané v metodologii-feministická analýza) a týká se hlavně toho, aby na fotografiích nebyly zobrazovány ženy ve stereotypních pozicích a tím nebyly stereotypní pozice dále upevňovány.

¹⁰⁹ Jeden moment, který právě probíhá, mnohdy by se člověk, který se nezabývá genderem ani nad obrazem nezabýval, ale dalo by se říci, že pokud se přímo soustředíme na problematiku genderu, tyto zákonitosti by nám neměly unikat. „Zachycuje“ je sporné slovo, protože obraz nám realitu spíše dotváří a to ještě s určitým kontextem, který je napsán v textu.

¹¹⁰ Podle redaktora č.3

¹¹¹ Zjištěno z analýzy textu a obrazového materiálu

¹¹² Viz rozhovor s redaktorem č.3

¹¹³ Viz pozn.25

minimálně (podle fotografa), nemůže mít stejný podíl fotografií.

Zvláštním bodem obrazové dokumentace z pohledu genderu by mohl být článek o vichřici v regionu. Tento článek doprovázely fotografie života lidí po této „katastrofě“, byla tomu vymezena celá stránka. Vedle sebe se tak dostaly obrazy žen sedících na lavičce a diskutujících (za nimi byla sice kulisa toho jak byla vichřice ničivá) a dvou mužů, pracujících na odklizení následků. Tyto fotografie byly dány tak blízko sebe, že přímo nabízely stereotyp pracujícího muže a relaxující ženy.¹¹⁴ Na tuto výtku mi bylo v redakci ¹¹⁵ řečeno, že noviny ukazují pouze realitu, že tak tomu v daný okamžik asi bylo, a na nevhodné umístění namítali, že se genderem nezabývají a nepřijde jim na tom vůbec nic divného.

4.1.2.3. Používání pouze mužského rodu

Pro můj výzkum byly články zajímavé i z genderově lingvistického hlediska. V této oblasti jsem narazila na „genderový“ problém. Ve zkoumaných článcích jsem ani jednou nenašla v případě, že se jednalo o muže a ženy, oba dva rody.¹¹⁶ Vždy se v článku objevovalo jen označení mužského rodu, i když se jednalo i o ženy. Příkladem by mohl být článek z 19.8.2008 „ Studenti se připojí lépe na internet“ nebo ze 4.8.2008 „ Řemeslníci vyráběli krajky a košíky“. I přestože se v článcích nemluví jen o mužích, v titulku, někdy i v celém článku, nejsou ženy vůbec jmenovány a musíme si jejich existenci domyslet (samozřejmě, že studenti, kteří se lépe připojí na internet nejsou jen muži; v druhém případě se dokonce v článku se mluví o košíkářce- je tam jmenována), ale podle nadpisu, by se mělo jednat jen o muže. Ve zkoumaných článcích, kde se jedná o obě pohlaví, se nikde nesetkáme

¹¹⁴ Podle správného genderové psaní (viz metodologie- feministická analýza) by se stereotypy neměly vyskytovat ani v obrazové dokumentaci

¹¹⁵ Řekli šéfredaktor, redaktor č.3

¹¹⁶ Viz metodologie- feministická analýza textu

s ženským rodem, ten se objeví pouze pokud se jedná jen o ženy. Pro redaktory/ky bylo toto zjištění zajímavé¹¹⁷, ovšem naskytl se problém při jeho řešení. Pokud totiž redaktor napíše do článku „Řemeslníci a řemeslnice“ bude druhý genderový tvar nejspíše editorem vyškrtnut a ponechán pouze tvar mužského rodu.¹¹⁸ Noviny jsou totiž útvarem zkratk, mají rychle a stručně informovat, a tak se oba rody nepoužívají, bylo by to zdlouhavé a dezorientující.¹¹⁹ Možností by bylo použít opis či neutvární tvar, bohužel však ne pro všechna podstatná jména tvary existují a jsou veřejností zažitá. Musely by se tedy nejprve „vytvořit“ a seznámit s nimi veřejnost. Ovšem vytvořit tak, aby správně odpovídaly pohlaví (tedy, aby se v nich nediskriminovaly ženy), zároveň aby byly většinou jednoslovné (nebo alespoň co nejkratší) a hlavně výstižné, bude chvíli trvat. Dalším problémem je už takhle zažité používání. Ani jednoho z redaktorů totiž samo nenapadlo, že je něco genderově nesprávné¹²⁰, protože tyto tvary se používají už léta.

4.1.2.4. *Používání genderových stereotypů*

I přestože si v redakci uvědomují, že by se genderové stereotypy v médiích neměly vyskytovat¹²¹ a dokonce jejich existenci v článcích popřeli, dají se nalézt, ale na obranu redakce je potřeba říci, že je jich opravdu málo. Vybrala jsem dva příklady, kde byly stereotypy opravdu viditelné (aby byly v článcích stereotypy tak viditelné, se stalo pouze u těchto dvou).

Příkladem může být článek od redaktora č.4., Na policii vítá usměvavá recepční.¹²² Článek, ač bychom to podle titulku

¹¹⁷ V redakci netušili nic používání obou rodů- měli zažité jen používání jednoho, ovšem správně by se lingvisticky měli používat oba- viz metodologie – feministická analýza

¹¹⁸ Podle Pravidel českého pravopisu

¹¹⁹ Viz rozhovor s redaktorkou č.2

¹²⁰ Genderová správnost viz metodologie- feministická analýza

¹²¹ V těchto případech redaktorky a redaktori mluvili o zažitých stereotypech- muž vydělává, žena se stará o domácnost (viz rozhovory)

¹²² MFDNES 2.5.2008

nečekali, nám oznamuje, že byla přesunuta a modernizována budova Okresního ředitelství. Článek degraduje ženu na „ozdobu“ této budovy. Skoro ten samý prostor jako popisu nové budovy a vybavení, je věnován této mladé slečně. „Sympatická slečna hned nabízí pomoc“, „první dojem po příchodu do nové recepce opravdu není špatný“ i „oblečená v hnědém sáčku a žlutém tričku“, tyto věty odkazují na genderový stereotyp, že na ženě je nejdůležitější jak vypadá. Tento popis nás ale s budovou a její funkcí neseznámí. Článek spíše prezentuje, „prodává“ tu slečnu než samotný objekt. Pokud přijdeme do této budovy, slečna se nás hned ujme (a pomůže nám, protože ženy se mají starat- genderový stereotyp) a v podstatě vůbec není důležité, co slečna umí, v čem nám bude nápomocna , ale to jak vypadá.

Podobný článek, ale psaný ženou(redaktorka č.2), se objevil i 7.8.2008. Byl nazván „Žiju jen hudbou“ a pojednával o houslistce, která přijela na mezinárodní hudební festival. Článek začínal slovy „ když nese pouzdro s houslemi, jako by v náručí svírala malé dítě, mateřsky ho tiskne, pak opatrně vyjme nástroj z pouzdra a smyčcem pohladí struny“. Dle mého mínění a redaktorčina přiznání¹²³ si místo zmíněných houslí představovala, že houslistka drží malé dítě. Je zde nastíněn stereotyp ženy jako matky. Podle autorky se jinak nedalo popsat tolik citu, který v tu chvíli „viděla.“ V závěru byla „ dívka s čokoládovými očima“ označena jako „ pokorná, trpělivá, milá a přátelská.“ Je zajímavé, co vše se dá vyčíst z pouhého pohledu na umělkyni. Redaktorka houslistku „neznala“ dlouho, ale hned odhadla její vlastnosti, tedy poukázala na to, jaká by měla být správná „ holčička.“¹²⁴ Kdyby na místě této houslistky stál nějaký houslista, stejný popis by ne zvolila.¹²⁵ Článek by vypadal asi takto: „ Chlapec s čokoládovými očima, když nese pouzdro s houslemi, jako by v náručí svíral malé dítě,

¹²³ Viz rozhovor s redaktorkou č.2

¹²⁴ Genderový stereotyp – ženy jsou milé, hodně, vroucné, chápající a tiché- viz teorie Genderové stereotypy

¹²⁵ Viz rozhovor s redaktorkou č.2

„otcovsky“ ho tiskne, pak opatrně vyjme nástroj z pouzdra a smyčcem pohladí struny.“ Sama autorka se přiznala, že takto by článek nenapsala, nechtěla by totiž z chlapce udělat zženštilého v očích veřejnosti. Tím upozornila na vykládání mužnosti a zženštilosti. Kdyby měla ten samý článek napsat o chlapci, snažila by se ho tedy také zjemnit, ale stejná slova by nepoužila, protože se pro chlapce nehodí.

4.1.2.5. *Příklad- „žena za volantem, auto bez řidiče“*

Mezi lidmi otřepané klišé. I přestože se ženy snaží, tato stereotypní „nálepka“ jim zůstává.¹²⁶ K tomuto tématu jsem v MFDNES našla články, které by se daly rozdělit do dvou témat- ženy, které způsobily dopravní nehodu nebo se „na ní nějakým způsobem podílely“, a na ženy, které se vymykají běžným stereotypům,(v Pardubicích řidičky trolejbusů a autobusů).

Nejprve bych se věnovala první skupině souhrnně nazvané **ženy a dopravní nehody**. Články o dopravních nehodách se v příloze vyskytují často (ve všech měsících by se dalo říci, že co den, to nějaká dopravní nehoda- výjimkou byl pouze květen 2008, kdy se dopravní nehody vyskytovaly sporadicky; oproti tomu v letních měsících i více nehod denně¹²⁷). Těmto článkům, pokud je nehoda malá, je věnována malá pozornost, většinou to jsou jen několika řádkové informace. Vzhledem ke krátkosti by se dalo říci, že tedy popisují situaci (kdo řídil, věk, typ vozu, kde se srážka stala, následky).

Pokud se jedná pouze o srážku vozidla s nějakým předmětem, osobou, většinou se uvádí správný genderový tvar¹²⁸ toho, kdo za volantem opravdu seděl- řidič nebo řidička.

Řidička porazila cyklistu (25.3.2008)

¹²⁶ 90% žen neumí řídit auto, 2008

¹²⁷ Zjištěno z analýzy textu (četby)

¹²⁸ Viz metodologie- feministická analýza textu

Řidič nedal přednost (27.3.2008)

V těchto vybraných (a jim podobných) článcích se opravdu dočteme, že nehoda byla způsobena stejným pohlavím, které je uvedeno v titulku, tzn. je-li v titulku uveden řidič, nehodu zavinil muž, je-li v uvedena řidička, jedná se o ženu.

Ale v případě, že se jednalo o více vozidel, pohlaví je jasně mužské. Dočteme se tedy, že policie kontrolovala alkohol za volantem u řidičů, ale ne řidiček. V článku „Na silnicích jezdí více opilců“ jsou hlavními aktéry opilí řidiči nebo šoféři, o ženách v článku nepadne ani slovo (tedy čtenáři a čtenářky si je tam domyslí¹²⁹, ženský rod bychom však v článku hledali marně). Přitom v další větě je psáno, že alkohol hrál hlavní roli u 16ti havárií (mnohem lépe vyjádřeno), tzn. tady pohlaví není dáno, není tedy ani mužské ani ženské. Podobným příkladem byla i další věta „ policie naměří řidičům i přes 2 promile“, v této formulaci by dokonce šlo slovo řidič¹³⁰ vynechat, protože je zcela jasné komu policie měřila alkohol v krvi. To samé se dále opakuje při dalších policejních akcích, kdy jsou opět kontrolováni jen řidiči. Podobným příkladem jsou i různé řetězové nehody, kdy opět bourají řidiči (tedy muži).

Po přečtení článku zjistíme, že mezi nimi byla i žena. V těchto případech je možná lepší volit titulek bez udání pohlaví.¹³¹ V titulku by pouze stačilo naznačit, že se stala nehoda (popř. jak), a až v samotném článku napsat, jak k nehodě vlastně došlo.

Náklad'ák způsobil nehodu a ujel (28.3.2008)

U Svitav se srazila tři auta (16.6.2008)

Rychlá jízda skončila smykem(27.3.2008)

¹²⁹ Viz metodologie

¹³⁰ Dle mého názoru – slovo řidič ve větě není nutné, vyplyne z kontextu

¹³¹ Je to jedna z možností, jak vyřešit problém (viz metodologie)

V těchto článcích se po jejich přečtení dozvíme všechny důležité podrobnosti a pak v nich můžeme v pořádku určovat správný rod, aniž by v titulku bylo napsané něco jiného. Dalo by se tedy v příkladech, o kterých jsem psala (kontrola policie) použít také nějakého neutrálního pojmu, jako je například „vozidlo/a“. Pokud by ovšem policie kontrolovala vozidla místo řidičů, v redakci namítli¹³², že v článku chybí lidský faktor, to mi také bylo řečeno při rozhovorech s redaktorkami č.1 a č.2. Když jsem vozidla nabídla jako možnou nápravu, vozidla se totiž nemohou řídit sama, ale musí je někdo řídit. Příkladem toho by mohl být článek *Policie měřila rychlost na přechodech* (3.4.2008). V tomto článku byl genderově nesprávný pojem řidič byl nahrazen vozidlem (policie zkontrolovala 120 vozidel). Myslím, že v podobném kontextu by se tento pojem mohl klidně používat. V takovém případě by nevadilo, že vozidla byla někým řízena.

Slovo „řidič/i“ je v redakci používáno dost často, protože je podle redakce¹³³ univerzální a úsporné. Pokud by v každém článku měli používat oba rody, bylo by to zdlouhavé a dnešní společnost si už zvykla¹³⁴ na to, že ženský rod v článcích chybí. Proč se tedy nevynechává mužský rod? Kdybychom například použili článek „Dva motorkáři se srazili“, z tohoto titulku, by genderově mělo vyplývat, že se srazili dva muži, ovšem v novinářském kontextu by to klidně mohl být muž a žena (protože muže a ženu můžeme shrnout pod jeden pojem motorkáři). Ovšem kdybychom napsali titulek „Dvě motorkářky se srazily“, nebyl by snad nikdo, kdo by nepochyboval o tom, že se nehoda stala dvěma ženám. V dnešní společnosti už je totiž používání jen mužského rodu tak zažité.

¹³² Viz rozhovory

¹³³ Rozhovor s redaktorkou č.2 a šéfredaktorem

¹³⁴ Viz metodologie

Co se týká přímo genderových stereotypů¹³⁵ v článcích nebyly používány. Bylo mi vysvětleno¹³⁶, že i přestože redaktorský tým nemá přímo vzdělání žurnalistického zaměření, spousta věcí nenapíše, protože si uvědomují, co by to mohlo způsobit. Právě díky tomu jak je v médiích ne/prezentován gender¹³⁷ a feminismus¹³⁸, se mohou pochlubit nulovým počtem stížností a problémy v tomto ohledu.

I když si dávají¹³⁹ pozor v jednom článku jsem našla stereotypní vyjádření. Článek „ V autobuse se zranilo osm lidí“¹⁴⁰ se v podstatě od ničeho neliší od jiných o dopravních nehodách, uváděl kde, jak a zřejmě proč se nehoda stala. Ovšem v závěru bylo zcela zbytečné uvádět citace muže, který nehodu objasňoval. Ale v závěru bylo zcela zbytečné uvádět, že žena rychle zavolala záchrannou službu a ovšem byla velmi rozrušena a otřesena.¹⁴¹ Pokud by byl stejný článek napsán o řidiči, těžko se někde dočteme o tom, jak byl rozrušen či jaké byly jeho pocity (v žádné nehodě o řidiči se nikde nedočteme, jak se po nehodě cítil)! Možnou příčinou uvedení této citace (bez které bychom se jistě obešli, neb nebyla v případě nijak důležitá, vůbec nevyovídala o nehodě) by mohl být ustálený genderový stereotyp, že ženy jsou emotivnější než muži. Bohužel musím podotknout, že tento článek psala žena.

Do druhé kategorie spadá článek „ **Dopravu zachraňují řidičky.**“¹⁴² Už samotný titulek tohoto článku zaujme z genderového hlediska, většinou jsou to totiž muži, kteří zachraňují (podle genderového stereotypu), ženy mají být ty, které se právě zachraňovat nechají, tedy bez pochybností je

¹³⁵ Viz teorie

¹³⁶ Viz rozhovory

¹³⁷ Existenci genderu jsem musela v redakci nejprve vysvětlit, proto by bylo psát o prezentaci genderu docela nadneseně řečeno

¹³⁸ Feminismus a jemu podobné články se v pardubické příloze nevyskytují.

¹³⁹ Viz rozhovory

¹⁴⁰ MFDNES 5.3.2008

¹⁴¹ Genderový stereotyp- není třeba uvádět stav ženy

¹⁴² MFDNES 14.5.2008

titulek zvolen výborně.¹⁴³ Ženy se v Pardubicích dostaly k řízení trolejbusů, jelikož dopravní podnik potřeboval další zaměstnané. Rozjel tudíž kampaň, aby se ženy zapojily.

O této kampani se také hodně psalo v deníku, kampaň „s pohlednou řidičkou“ měla podle novin stejný úspěch jak u mužů, tak u žen. Podle přívlastku kampaně zjevně nebylo důležité, co žena umí, ale jak vypadá, opět jeden z nejčastěji používaných stereotypů.¹⁴⁴

V článku („Dopravu zachraňují řidičky“) není opomenuto platové znevýhodnění žen, ale právě při této profesi si ženy vydělají mnohem víc¹⁴⁵ než v jiných profesích. Samozřejmě je ale lepší platové ohodnocení spjato s náročnou prací (až jedenáct hodin denně, ráno se musí brzy vstávat a práce je až do pozdních ranních hodin, samozřejmě má pracující právo na přestávky, ale většinu času stráví v autobuse).

Z článku je patrná jistá chloubka tím, že právě v tomto městě je tolik řidiček a tak se kampaň povedla. Najdeme v článku i určitou motivaci pro ženy.¹⁴⁶ Mluvčí dopravního podniku mluví o tom, aby se ženy nebály a zkoušely nové věci, což si myslím, že moderní ženy dělají. I přestože u mnohých stále vzbuzují pozdvižení ženy za volantem¹⁴⁷, staly se nedílnou součástí cestování MHD po Pardubicích a my si na ně musíme zvyknout, je to jistá novinka (pro náš zaběhlý svět).

Nutné je podotknout, že mluvčí dopravního podniku pěl na ženy jen chválu¹⁴⁸ a řekl, že ženy jezdí stejně dobře jako muži. Ovšem proč by tomu mělo být jinak? Některé ženy umí mnohem lépe řídit než někteří muži, to samé může platit i

¹⁴³ Viz metodologie

¹⁴⁴ Viz metodologie

¹⁴⁵ MFDNES 14.5.2008

¹⁴⁶ Zřejmě z následujících vět

¹⁴⁷ *90% neumí řídit auto*, 2008

¹⁴⁸ Viz článek MFDNES 30.6.2008

v jiných činnostech, které bychom mohli považovat za typicky mužské.¹⁴⁹

Článek na podobné téma nesl název „ŽENY +AUTOBUSY= BEZPEČÍ“ s podtitulem „ každý osmý autobus či trolejbus řídí žena.“ Opět tento titulek nabourává dnešní stereotyp¹⁵⁰ o ženách. V celém článku se o ženách mluví jen s chválou, vyplývá z něj, že za volantem jsou ženy rozvážnější, nepouštějí se do konfliktu s cestujícími atd. V závěr článku najdeme i věty o nepostradatelnosti řidiček pro Pardubice.

K tomuto článku byl přiřazen obrázek čtyř mužů (v uniformách zřejmě dopravního podniku), kteří drží ve vzduchu jednu ženu. Možná by se k tomuto tématu dal zvolit jiný obrázek, stačilo by, kdyby žena s muži jen stála, nemuseli ji rovnou nadnášet. Zdá se mi, že tento obrázek zkresluje postavení ženy. Žena mi zde přijde jako ta, o kterou se budou muži starat. To, že jí muži drží jí přisuzuje podřadné postavení, i když v článku se mluví o rovnocenném. U článku na podobné téma se objevuje žena, která se usmívá z autobusu (u článků, kde figurují muži je většinou najdeme, jak pracují, většinou nejsou jen „pózující“), ovšem naproti obrazové prezentaci k předešlému článku, není prezentace tak stereotypní.¹⁵¹

4.2. Čtenářská perspektiva

Důležitou součástí mé práce, aby nebyla zaměřená jen na to, co a jak se píše, je i to jak tuto problematiku vnímají čtenáři/ky.

Dotazníky byly formulovány široce, aby se dotazovaní/é¹⁵² mohli/y k problematice vyjádřit podle svého rozmyšlení. Týkaly

¹⁴⁹ Samozřejmě se dá říci, že i někteří muži mohou umět „ ženské“ činnosti (např. vaření) lépe. Dnešní společnost se snaží nedělit činnosti na „mužské“ a „ženské.“

¹⁵⁰ „Žena za volantem, auto bez řidiče“

¹⁵¹ Přímou mě nepřísluší hodnotit míru stereotypizace, ovšem po zvážení prvků uvedených v Metodologii- feministická analýza, si myslím, že i tomuto článku mohl obraz zvolen lépe, např. pracující žena.

¹⁵² Výběr dotazovaných je popsán v Metodologii

se v podstatě těch samých prvků, které jsou zmiňovány v situace v redakci a analýze textu.

Číselné výsledky jsou v příloze- Shrnutí rozhovorů se čtenáři/kami v číslech.

1. Jak je v MFDNES prezentovaná žena?

Jak se prezentace ženy od minulosti změnila?

K tomu, jak je v dnešní době o ženě psáno, téměř všichni¹⁵³ odpověděli, že „normálně.“¹⁵⁴ MFDNES podle nich prezentuje ženu jako každý jiný deník, naprosto stejně jako všechna ostatní média. To, že by se o ženě psalo nějak zvláště, nebo s nějakými urážkami nebo podobnými znehodnocujícími informacemi v dnešní době nenalezneme.

Dotazovaní/é si uvědomují hlavně změnu dnešní prezentace a prezentace, která byla v minulosti¹⁵⁵ (vzhledem k věku informátorů/rek ji znají spíše z literatury). Na rozdíl od minulosti (kde byla žena prezentována sporadicky) je dnes žena prezentována jak v obecné rovině (může se vyjadřovat k různým problémům), tak i v rovině, kdy je přímo ženám věnována pozornost. Dnes by si nikdo nedovolil neinformovat o ženách.

2. V jakém kontextu je o ženě psáno?

Pokud měli čtenáři a čtenářky zmínit hlavní témata¹⁵⁶, kde se píše o ženách, objevilo se mateřství, domácnost, dopravní

¹⁵³ Viz Příloha Shrnutí rozhovorů se čtenáři/kami v číslech

¹⁵⁴ „normálně“ tzn. jak jinak, nevidí rozdíly mezi mužem a ženou v prezentaci, prezentace je stejná. Toto slovo bylo použito, protože z 35 dotazovaných „normálně“ odpovědělo 30.

¹⁵⁵ Tím je myšlena prezentace, kde se objevovaly stereotypy

¹⁵⁶ Četnost těchto témat popsána v Příloze- Shrnutí rozhovorů s čtenáři/kami v číslech

nehody, politika, zdravotnictví, trestné činy páchané na ženách.

157

Dále se většině (12ti čtenářů/řek) líbí, že je v novinách kladen důraz na ženy v nových profesích, že je jim věnován dostatek prostoru. Tyto články mohou nabádat další ženy, aby se do podobných pozic také dostávaly a jsou pro ně jistou motivací. Článků takového druhu by se v novinách mohlo objevovat více¹⁵⁸ (mezi čtenáři/kama byli/y známé dvě oblasti, ve kterých se objevovaly ženy v nových pozicích, o političkách a řidičkách), ovšem ne tolik, aby se upřednostňovaly pouze ženy.

Muži se o tomto tématu zmiňovali jako o motivačním, ovšem mohli se na podobných stránkách vyskytovat i muži.¹⁵⁹

3. Je nějaký rozdíl mezi prezentací muže a ženy ?

V tomto bodě se většina (27 dotazovaných) shodla na tom, že v prezentacích není rozdíl mezi mužem a ženou. Dnešní redaktori/ky se snaží, aby prezentace byly vyvážené, aby neobsahovaly stereotypy a celkově jedno pohlaví neurážely.¹⁶⁰

Rozdíl by mohl nastat pouze v tématech, ve kterých se ženy a muži vyskytují.¹⁶¹

4. Rozhoduje u článku to, zda ho píše žena nebo muž?

U této otázky je důležitá informovanost o tom, kdo článek psal, dotazovaní/é se přiznali/y, že pokud je článek nezaujme (nepíše

¹⁵⁷ Jedná o ženu jako o tu, které bylo ubližováno, většina informátorů/rek uváděla domácí násilí, sexuální zneužívání, které „někdo“(muž) spáchal na ženě, takže v žádném případě tomu nebylo jinak.

¹⁵⁸ Z mé textové analýzy vyplývá, že takovéto články se nevyskytují pravidelně, za dobu mého výzkumu v redakci, jsem našla 5 takových článků.

¹⁵⁹ Př. Mohla by tam být třeba stránka o dnešních mužích na rodičovské dovolené s názory ostatních

¹⁶⁰ Vyplývá z otázky výše

¹⁶¹ Viz otázka výše

o nějakém zajímavém tématu, který by chtěli dále „studovat“), jméno autora nepřečtou, tudíž ani neznají jeho pohlaví.

Zároveň se ale polovina dotazovaných shodla na tom, že budou muži psát spíše o mužích a ženy o ženách. Samozřejmě mezi nimi mohou být i výjimky.

Ženy o ženách píší zároveň lépe, protože dané problematice rozumí nebo jí znají z vlastní zkušenosti. Muži o ženách samozřejmě mohou také psát, jen kdyby měl článek obsahovat rady, a pokud by redaktor není odborník v dané tematice, by více věřily článku napsaným ženou.

5. Jaké jsou nejčastěji ne/používané stereotypy v prezentaci žen?

Jak vyplynulo z předešlých otázek,¹⁶² stereotypy se v MFDNES nevyskytují.

Mezi nejrozšířenější stereotypy u čtenářů/ek patří, že muž je hlava rodiny, žena má být doma a starat se o domácnost, nemá mít vlastní kariéru, na ženě je důležité hlavně jak vypadá, je také emocionálnější.

Tyto stereotypy jsou pouze orientační, abych si ve své práci potvrdila, jaké zná veřejnost genderové stereotypy, jak jsem napsala v úvodu, čtenáři/ky vyvracejí, že by MFNES stereotypně prezentovala ženu.

6. Jak je obrazově ne/prezentována žena?

U obrazové prezentace ženy se většina čtenářů/ek nepozastavuje. Spíše než obrázků si v novinách všímají, čtou, přímo článek a informace v něm.

¹⁶² Viz. Otázka č.1

To, že by byla žena prezentována na fotografiích méně (nebo ještě nějak špatně¹⁶³), většinou nevnímají. Čtvrtina dotazovaných si myslí, že na obrázcích jsou ženy a muži viděni rovnoměrně.

7. Uvádí se v článcích správné rody?

To, jestli je v článku napsáno řidiči, voliči, studenti (tedy pouze mužský rod) nebo jsou tam oba rody, čtenáře/ky nijak nepobuřuje. 15 z nich nikdy nenapadlo, že by na tomto slově mohlo být něco nesprávně.

Články s mužským rodem berou jako naprosto běžné, jiné se ani v českých médiích nevyskytují. To, že je v článcích opomíjen ženský faktor, jim přijde běžné. Jinak tomu nebylo ani v minulosti a zdá se jim, že čtenáři/ky už mají toto nesprávné používání rodů tak zažité, že není třeba na to něco měnit.

Dle výzkumu v terénu se problematika genderu na veřejnost ještě moc nedostala, lidé jsou spokojeni s prezentací ženy-hlavně v souvislosti s nepoužíváním stereotypů. Ovšem v dalších „méně viditelných“ okruzích si odlišných prezentací žen a mužů nevšímají.

Většinou se shodují na tom, že je o ženě psáno stejně jako o muži.

Dnešní noviny, dle čtenářů/čtenářek, píší to, co se ve světě, v regionu děje, předkládají a informují nás o dění kolem nás. A přesně tak i prezentují ženu.

Většina z dotazovaných si při mém tématu spíše než pojem gender vybavila feminismus¹⁶⁴ a s ním i určitou vlnu negativních propojení na ortodoxní část tohoto směru.

¹⁶³ Samozřejmě z genderového pohledu

¹⁶⁴ feminismus- viz teorie Feminismus

5. ZÁVĚR

Dle zjištěných materiálů se prezentace ženy změnila, žena nebývá v novinách (Pardubická příloha MFDNES) opomíjena, píše se o ní nejen v aktuálních tématech, ale i v situacích, kde je představena v nových, méně obvyklých, rolích.

Abychom našli ženu ve stereotypním vyjádření, musíme pročíst spoustu čísel opravdu důkladně, neříkám, že to nelze, ale dnes už se noviny snaží (a dá se říci, že se jim to daří) ženu s genderovými stereotypy nespojovat.

Bezpochyby zajímavou částí práce byla část lingvistická. Na to, že je používán výhradně mužský rod, už si veřejnost zvykla, a proto většina proti této „nadvládě“ mužů nic nenamítala. V redakci ovšem tento problém zaujal a je třeba zdůraznit, že ho chtěli řešit, a tak i když v mé původní práci nebyla tato „změna“ plánovaná, hledali jsme společně s redakcí možné východisko. Bohužel jsme se k němu nedostali! Ovšem určité hledání východiska zabralo značnou část práce, ale naleznout či vymyslet tvar, který bude co nejkratší a bude vystihovat oba dva rody ještě potrvá.

Je třeba také přiznat, že značná část respondentů/tek v dotazníkovém šetření se o toto téma nikdy nezajímalo, přiznávali/y se, že se nad tím nikdy nepozastavovali/y a že naše společnost prezentuje ženu zcela normálně, prezentují ji tak ostatní deníky a Pardubická příloha MFDNES rozhodně nevybočuje z řady.

Toto téma mělo nahlédnout do dnešní prezentace žen, ovšem, jak jsem psala, také se snaží upozornit na „chyby“ a „poradit“, jak by měla prezentace vypadat. Značná část práce vychází z feministické analýzy. V původním návrhu práce měla být i část věnovaná přímo „feminismu“, která byla nazvaná stížnosti, ovšem jak jsem v redakci zjistila žádné stížnosti z genderového hlediska na deník nejsou, ale toto téma by bylo

zajímavé, protože „prostí/é“ čtenáři/ky neznají pravidla genderové analýzy, uchopit i z hlediska feminismus, tzn. stejně jako jsem se ptala čtenářů/ek se v ptát v feministické organizaci, na rozdíl od čtenářů, by se našly, si myslím, významnější výtky. Ovšem přímo v Pardubicích se žádná feministická organizace nevyskytuje.

Podle názvu tématu se má práce zaměřuje hlavně na ženy, v mnohých případech je i porovnává s muži, ale jinak je výhradně ženská. Takže by jistě stálo za další zkoumání i to jak jsou v daném deníku prezentovaní muži. Tato prezentace by asi neměla tolik historických materiálů, ovšem z hlediska genderu, samozřejmě obou pohlaví, by tato práce byla úplná až po zpracování i této části.

6.ZDROJE

Použitá literatura tištěná

CVIKOVÁ, Jana, JURÁňOVÁ , Jana. *Ružový a modrý svet : rodové stereotypy a ich dosledky*. 2. vyd. Bratislava : Aspekt, 2005. 292 s. ISBN 8085549-52-2.

FRIEDAN, Betty, KOČOVÁ, Jaroslava. *Feminine Mystique*. 1. rozš. vyd. Praha : Pragma, 2002. 596 s. ISBN 80-7205-893-2.

GIDDENS , Anthony, JAŘAB, Jan. *Sociologie*. 1. vyd. Praha : Argo, 1999. 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

LINHART, Jiří a kol. *Slovník cizích slov pro nové století*. 1. vyd. Praha : Dialog, 2002. 412 s. ISBN 80-85843-19-6.

OATES-INDRUCHOVÁ, L: *Gender v médiích nástin šíře problematiky*. In: VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, Eva, MAŘÍKOVÁ , Hana. *Společnost žen a mužů z aspektu gender : sborník studií vzniklých na základě semináře Společnost, ženy a muži z aspektu gender, pořádaného Nadací Open Society Fund Praha*. 1. vyd. Praha : Open Society Fund, 1999. 171 s

PACHMANOVÁ, Martina. *Věrnost v pohybu : hovory o feminizmu, dějinách a vizualitě*. 1. vyd. Praha : One Woman Press, 2001. 237 s. ISBN 80-86356-10-8.

RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2003. 642 s. ISBN 80-246-0525-2.

SILVERMAN, David. *Ako robiť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. 1. vyd. Bratislava : Ikar, 2005. 327 s. ISBN 80-551-0904-4.

SKUPNIK, Jaroslav. *Manželství a sexualita z antropologické perspektivy*. 1. vyd. Brno : NAUMA, 2002. 76 s. ISBN 80-86258-27-0.

SOUKUP, Václav: *Dějiny antropologie*, 1.vyd., Praha, Karolinum, 2004, 667 s., ISBN: 80-246-0337-3

VĚŠÍNOVÁ-KALIVODOVÁ, Eva, MAŘÍKOVÁ , Hana. *Společnost žen a mužů z aspektu gender : sborník studií vzniklých na základě semináře*

Společnost, ženy a muži z aspektu gender, pořádaného Nadací Open Society Fund Praha. 1. vyd. Praha : Open Society Fund, 1999. 171 s

VODÁKOVÁ, Alena , VODÁKOVÁ, Olga. *Rod ženský : kdo jsme, odkud jsme přišly, kam jdeme?*. 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 2003. 356 s. ISBN 80-86429-18-0.

Ženy a muži v datech.2005. 1. vyd. Praha : Český statistický úřad, 2005. 90 s. ISBN 80-250-1092-9.

Pročtená čísla MFDNES- Pardubická příloha, 1.3.2008- 3.8.2008

Články v internetové podobě

BETHKE, Jean: *Feminismus*, [online]. 2000 [cit. 2009-12-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.differentlife.cz>>.

ČÍHALOVÁ , Blanka. *Liší se postavení ženy a muže v médiích?* [online]. 2003 [cit. 2007-12-02]. Dostupný z WWW: <http://www.zenyamedia.cz/clanky/zeny-nejen-v-mediich/radiozurnal_-lisi-se-postaveni-zeny-a-muze-v-mediich_>.

ČTK. *Čeština prý omezuje ženy, proto chtějí feministky zavádět nová slova* [online]. 15.2.2009 , 15.2.2009 [cit. 2009-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://domaci.ihned.cz/c1-34373920-cestina-pry-omezuje-zeny-proto-chteji-feministky-zavadet-nova-slova>>.

DANEŠ , František. *František Daneš na téma genderová lingvistika a právo* [online]. 21.10.2007 [cit. 2009-03-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.zenyamedia.cz/clanky/zeny-nejen-v-jazyce/frantisek-danes-na-tema-genderova-lingvistika-a-pravo>>.

JARKOVSKÁ, Lucie. *Genderově pozitivní výuka* [online]. 2003 , 20.11.2008 [cit. 2009-01-20]. Dostupný z WWW: <<http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=r&x=146056>>.

MACHOVCOVÁ,K, LAZARUS,S.,ZAMAZALOVÁ,M:*Ženské a mužské role v médiích* . In:*Jazyk a média*. [online].2005 [cit. 2008-04-17]. Dostupné z WWW:<<http://www.obcanskaspolecnost.cz/>>."

MATUŠKOVÁ, Štěpánka. *Konference Žena a média představila výzkum Obraz žen ve zpravodajství českých médií* [online]. 2003 [cit. 2009-03-17]. Dostupný z WWW: <<http://zpravodajstvi.ecn.cz/index.stm?x=157299>>.

SOLAČOVÁ, Linda: *O feminismu* [online]. [2003] [cit. 2009-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.feminismus.cz>>.

VALDROVÁ, Jana. *České noviny a časopisy z hlediska genderu* [online]. [2003] [cit. 2009-02-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.feminismus.cz/media.shtml>>.

VILDOVÁ, Marta: *O privatizaci MFDNES* [online]. [2005] [cit. 2009-02-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.blisty.cz>>.

VYSEKALOVÁ, J.: *Obraz ženy v reklamě a jeho proměny*, Strategie, 24.9.2007, roč. 14, č. 39, str. 23

ZELENKOVÁ, Klára. *ANALÝZA: MFDNES o ženách-I.část* [online]. 2003 , 3.9.2007 [cit. 2009-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.zenyamedia.estranky.cz/clanky/zeny-a-media---analyza/analyza_-mf-dnes-o-zenach---i_-cast>.

ZELENKOVÁ , Klára. *Stereotypní prezentace žen? Začíná už titulky* [online]. 2003 [cit. 2007-07-22]. Dostupný z WWW: <http://www.zenyamedia.estranky.cz/clanky/zeny-a-stereotypy/stereotypni-prezentace-zen_-zacina-uz-titulky>.

90% žen neumí řídit auto [online]. 3.3.2008 [cit. 2009-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.rovnopravnost.cz/>>.

Internetové stránky:

www.czlobby.cz

www.feminismus.cz

www.genderonline.cz

www.genderstudies.cz

www.rovneprilezitosti.cz

8. PŘÍLOHY:

8.1. Rozhovory

V této části uvádím nejdůležitější rozhovory s redakcí, samozřejmě jsem se ptala i dalších, ale pokud se odpovědi překrývaly (a překrývaly se), tak jsem je již dále neuváděla. Další rozhovory byly vedeny jen krátce a to tak, abych si potvrdila již zjištěné.

Rozhovor č.1s šéfredaktorem

Rozhovor veden první den v redakci 4.4.2008 v místnosti, kde se pořádají porady, poté už byly rozhovory vedeny na jeho pracovišti (kanceláři)

Jak je genderově vyrovnaná redakce?

V naší redakci je 12 členů. V redakci pracují 4 ženy, což je nejvyšší počet za několik let.

Jak často se vybírá nový/á kolega/yně?

Vždy pokud je třeba, není na to samozřejmě žádný časový harmonogram, ale tak jako lidé odchází, tak i přichází.

Jak se vybírá?

Dáváme inzerát přímo do novin.

Hlásí se na tuto pozici často ženy?

Hm, dá se říci, že více si tuto práci vybírají muži, ti se sem hlásí podstatně více- je to tak 90% mužská záležitost. Jinak při přijetí samozřejmě neděláme rozdíly. Jde nám především o to, aby uměli dobře psát.

Dokážete nějak vysvětlit, proč se ženy hlásí méně?

No tak to já samozřejmě nevím. Je to možná způsobeno tím, že je třeba časová flexibilita.

Vy sám jste s genderovou situací (vyvážeností) spokojen?

Já bych samozřejmě bral v redakci více žen, mohly by naši redakci obohatit.

Jak je povolání časově náročné?

Každý den je kolem 10hod. porada, kde se dohodneme, co bude v následujícím čísle a zhodnotíme minulé. Jinak články do následujícího vydání musí být hotové v 17hod.

Jak vypadá porada?

V daný čas, má to být v 10hod., ale většinou se to zpozdí na 10.30 hod., se všichni sejdeme a rozebíráme minulé číslo, někdo se ujme slova a zhodnotí, zkritizuje (jde o zlepšení práce redaktora). Poté připravujeme teoreticky číslo další, každý má své okruhy a v nich se nám nabídne nějakou aktualitu a tu mu poté schválíme. Může na ní pracovat sám nebo si prizvat

společníka, pokud je téma komplikované. Na závěr schůze si shrneme, co bude další číslo obsahovat a jdeme ke svým stolům a telefonům, popř. přímo do terénu. Večer (v 17 hod.) musí každý redaktor poslat dva články schválené od editora.

A co vysokoškolské vzdělání v oboru žurnalistika nebo podobném, vyžadujete?

Ne, jak už jsem řekl, záleží nám pouze na tom jak umí psát. Co se týká vzdělání, požadujeme minimálně středoškolské, ovšem obor pro nás není podstatný.

Rozhovor č.2 s šéfredaktorem

Rozhovor veden 9.4.2008

Existují ve vaší redakci nějaká pravidla pro psaní z hlediska genderu?

Samozřejmě si uvědomujeme, že nemůžeme prezentovat „ženu u plotny“, to by si nikdo z nás nedovolil. Ale že by existovala nějaká pravidla pro psaní, to ne!

A co u obrazové dokumentace? Jak vybíráte obrazovou přílohu?

Tohle vše dělá autor článku společně s fotografem, buď si ho vezme přímo s sebou a nechá ho vyfotit, to co se k danému článku hodí nebo si přímo řekne, jaká fotografie se k němu hodí. Pokud nejsou přímo obrazy z terénu, vybírají se z archivu podle situace, které se tam hodí.

Že by se fotograf nebo redaktor zajímal o to, aby byl obrázek genderově vyvážený, o tom nevím a myslím si, že to nedělá. Vyfotí prostě to, co vidí a nijak to neanalyzuje.

Myslíte si, že vaše redakce píše genderově správně?

Určitě neuvádíme stereotypy, jinak vše řešíme spíš intuitivně než přes gender, tím se tu nikdo nezabývá. Vlastním citem a intuicí vytváříme články, které jsou genderově správné.

Jsou nějaké stížnosti na vaši redakci z hlediska genderu (popř. feminismu)?

Ne, to určitě ne, zatím k nám žádná nepřišla.

Rozhovor č.3 s šéfredaktorem

Rozhovor veden 19.8.2008

Všimla jsem si, že pokud jsou na stránkách sloupce s názory, tak v se v nich často neobjevují ženy. Čím to je?

Ptáme se odborníků v dané oblasti a stává se, že v dané problematice ženy nejsou odbornice. V jiné problematice je třeba většina odbornic žen, ovšem nechtějí se vyjadřovat. Tohoto problému jsme si vědomi, ale opravdu se snažíme, aby byl poměr vyvážený, ovšem nedaří se to.

Není to tím, že jednodušší je sehnat informace již od „známého“ informátora?

No tak, jednodušší to samozřejmě také je, ale opravdu se v tomto ohledu snažíme nedělat rozdíly. Ženy se opravdu nechtějí angažovat.

Rozhovor č.4 s šéfredaktorem

Rozhovor veden 26.8.2008

V článcích se často vyskytují pouze mužské tvary př.redaktoři, nepřipadá vám to jako zvýrazňování mužů?

Určitě ne, takhle píší všechny noviny. Neděláme nic jiného než ostatní, navíc když se podíváte do jiných médií, tím myslím televizi, také se tam neobjevují redaktorky a redaktoři. Noviny jsou útvarem zkratk, když máte napsat článek, dostanete k tomu i místo a do tohoto místa musíte napsat co nejvíce informací. Takže pokud bych napsal oba dva tvary, editor okamžitě ženský vyškrtne.

A proč nevyškrtne tvar mužský?

No, protože už je to ustálené. Nikdo nepoužívá pro sjednocení tvar ženský. Je to tak dané, aby se to mohlo změnit, to by chtělo opravdu dostatek času.

A co tedy používání pomlčky nebo lomítka?

Samozřejmě v některých textech by se dalo využít, ovšem, myslím si, že by text ztratil potřebnou souvislost a čtenáře by tím spíše dezorientoval. Byla by to genderová rovnost na úkor orientace v textu.

A co používání nových výrazů tzv. bezpohlavních?

To by byla jistě možnost, ale ne všechny výrazy jsou již vymyšlené. Vymýšlet je a seznamovat s nimi veřejnost by jistě trvalo a nevím, zda je možné, aby k tomu došlo. Pokud by se takové výrazy utvořily, veřejnost by se s nimi seznámila, tak proč ne.

Rozhovor s redaktorkou č. 1

Rozhovor se uskutečnil 28.8.2008 v kanceláři redaktorky

Vyžaduje se zde při přijímání nových redaktorů vysokoškolské vzdělání v oboru žurnalistika?

Ne, to se zde nevyžaduje, dbá se převážně na schopnost umět psát.

Je práce redaktorky časově náročná?

Jak se to vezme. Musíme tu být dopoledne na desátou na poradě, pak můžeme dělat, co chceme, ale pět večer musíme mít poslané dva články. Mezi touto dobou se nemusíme v redakci zdržovat, samozřejmě pokud potřebujeme psát článek, tak půjdeme zde, ale jinak můžeme být v terénu nebo si dělat, co

zrovna potřebujeme, aniž by to nějak souviselo s prací. Stačí jen ty dva články napsat. Dva články myslím delšího rozsahu.

Dá se tedy skloubit povolání novinářky s vlastním volným časem, popř. rodinou?

Bez významných problémů, pokud mám dva články připravené, tak můžu kdykoliv opustit pracoviště, např. vyzvednout syna ze školy apod.

Máte nějaké zkušenosti s genderově správným psaním?

Tak to ne. Že bych třeba dostala pokyny jak správně genderově psát to opravdu ne.

A co používání generových stereotypů ve vašich novinách?

No tak samozřejmě může se stát, že něco napíšeme a neuvědomíme si, že je to genderově nesprávné, ale takové ty klasické stereotypy, jako dělat ze ženy něco méněcenného se u nás nevyskytují. Uvědomujeme si jako redakce, že musíme psát korektně. Nechceme, aby si na nás někdo nestěžoval. Jinak si myslím, že se u nás nevyskytují.

Snažíte se při dotazování na určitou problematiku vybírat nové tváře nebo se soustředíte na již známé?

Převážně se soustředuji na ty, u kterých vím, že my odpoví a jejich názor budu moci otisknout. Samozřejmě se i snažím nacházet nové a nové, ale mnohdy to není úplně jednoduché a když jste v časovém presu.

Jakým stylem si je vybíráte? Zohledňujete při tom generovou vyrovnanost?

Vybírám si je hlavně podle jejich odbornosti. Snažím se samozřejmě, aby pohlaví byla vyrovnaná, ale musím se přiznat, že ženy se moc nevyjadřují.

Jakým stylem máte v redakci rozdělená témata?

Témata jsou rozdělena trvale, každý má své okruhy, které sleduje a přichází sám s nějakou aktualitou a možnostmi jak téma zpracovat.

Platí stále, že ženy si vybírají témata o ženách a muži o mužích?

No tak to určitě ne, samozřejmě se najde téma o ženách, které chce zpracovat žena, ale že by to bylo pravidlo, to rozhodně ne, muži se zajímají o spoustu témat, která by se dala označit jako ženská a ženy naopak, např. rubriku krimi má u nás redaktorka.

Rozhovor s redaktorkou č.2

Rozhovor veden 11.3.2009 (tato autorka napsala článek o houslistce¹⁶⁵).

Dá se skloubit tato práce a volný čas?

Samozřejmě, pokud si člověk udělá práci rychle, má dostatek volného času, ale jsou i dny, kdy mám těžší téma a to potom musím věnovat více času práci, ovšem vybrala jsem si jí sama. Je velice zajímavá a pokaždé se v ní dozvím další nové informace.

Jak jsou zde rozdělena témata?

Každý má své okruhy, které zpracovává a těch se drží, samozřejmě pokud se mu líbí (tedy ho zajímá, téma, které spadá do oblasti někoho jiného, může se po předchozí domluvě s ním tohoto tématu ujmout, ať už sám nebo ve spolupráci s původním autorem.

Já mám třeba téma zdravotnictví.

V článku mluvíte o mladé houslistce tak, že to nenásilně připomíná ženu jako matku (když nese pouzdro s houslemi jakoby v náručí svírala malé dítě, mateřsky ho tiskne,...) nepřijde Vám tato prezentace stereotypní?

No, když se na to s postupem času podívám, tak ano, ale ta malá dívka měla v sobě tolik něhy. Byla to opravdu andělská dívka a nenapadlo mě jak to jinak vyjádřit.

Ani dnes Vás nenapadá jiná varianta?

Ne, kdybych mohla, napsala bych to zjevně stejně, protože se to opravdu nedalo jinak vyjádřit.

Ovšem kdyby se tato prezentace týkala chlapce- houslisty a byl stejně andělský jak říkáte, použila by jste stejné přívlastky?

Tak to určitě ne. Ovšem také bych se snažila to nějak zjemnit, ale tak aby nebyl zženštilý. Kdybych to měla napsat, tak bych použila bych ... nevím, ale snažila bych se to nějak naznačit, ale udělat chlapce zženštilého bych nechtěla.

Jak zženštilého?

No tak by ho viděla naše společnost a tím bych ho zesměšnila. Naše společnost by to tak brala.

Takže myslíte, že naše společnost je stereotypní?

To přímo ne, ale myslím si, že v tomto případě, by se to opravdu nehodilo.

¹⁶⁵ Článkem se zabývám v praktické části- MFDNES 7.8.2008 Žiju jen hudbou říká houslistka.

V článcích MFDNES se poměrně často vyskytuje pojem řidiči, pokud se jedná o obě pohlaví, nemyslíte si, že to diskriminuje ženy?

No tak tohle samozřejmě namítnout můžete, ovšem všimněte si, že všechny deníky v České republice píší toto stejně.

A vy sama si o tom myslíte?

Je jasné, že by se asi měla používat označení, která nediskriminují jedno pohlaví, ale jak to provést? Noviny jsou útvarem zkratok, vše co napíšeme je limitováno místem. Pokud přesáhneme, musíme mazat. Cílem naší práce je informovat co nejvíce, takže se uváděním obou pohlaví nemůžeme zdržovat.

Neustále se ve vašich novinách dočteme, že havarovali řidiči? O řidičkách je zmínka pouze pokud havarují sami. To je také diskriminující.

On už sám pojem řidiči je tak zažitý, že si pod ním veřejnost představí jak muže tak ženu. Použití obou, jak sem již zmiňovala, není možné. Ale třeba kdyby se našlo univerzální slovo, tak proč ne.

Co například použití lomítek nebo pomlček?

Lomítka nepoužíváme, pokud je nutné používáme pomlčku, ale to dělá z článku velice nepřehledný a čtenář se v něm může ztratit.

Tak alespoň použít titulek, ve kterém nebude uvedeno pohlaví a pak teprve v článku rozebrat, aby to hned od začátku (od titulku) nebylo zavádějící. Co tohle?

To by v určitých situacích šlo, ovšem titulek musí být krátký a musí informovat, musí být úderný. Nenamítám, že v některých případech to jde.

Rozhovor s redaktorem č.3

Rozhovor veden 18.9.2008- tento redaktor má na starosti fotogalerii, takže se otázky točily kolem obrazové dokumentace

Jak se k dokumentu přidává obrazová dokumentace?

Tak většinou je to dokumentace přímo z terénu, redaktor si může sám vyfotit to, co uzná za vhodné, nebo poprosí mě a já s ním jedu a vyfotíme, opět buď to co on řekne, co se mu k tématu hodí, aby ho dokreslilo nebo něco vyfotím já podle tématu, bez připomínek autora. Další možností je samozřejmě náš archiv, tam si může vybírat autor sám nebo s mou pomocí.

Podle čeho se vybírá dokumentace?

Samozřejmě podle tématu.

Myslíte si, že by v této oblasti mohl být problém z hlediska genderu?

Myslím si, že ne. My zachycujeme pouze realitu, tedy spíše se snažíme, aby dané obrázky odpovídaly dané situaci, v této oblasti bych gender nehledal.

V MFDNES vyšel článek o vichřici v regionu, k tomuto článku byly přiřazeny fotografie sedících žen a pracujících mužů, nemyslíte si, že zrovna tady je to generový stereotyp?

Hm, tak to ne, opravdu. Vyjeli jsme pouze s fotoaparátem do poničené oblasti a fotili to, co jsme viděli, zde bych generový stereotyp nehledal,

Ale tak možná by ty fotografie šly umístit alespoň ne tak blízko sebe, aby se tento generový stereotyp nerýsoval?

Opravdu říkám, fotili jsme jen to, co se v daný okamžik dělo, nic jiného. A umístění, byla na to pouze stránka, možná nemusely být fotografie tak blízko u sebe, ale více místa nebylo.

Kolik čítá archiv fotografií, jak často jsou na nich ženy?

Archiv čítá 43000 fotografií, z nichž více než na polovině je zobrazen muž, je asi na 80%.

Proč je tam více mužů?

Na fotografiích jsou převážně (z 20%) významní politici, starostové a jiné vedoucí osoby.

Jak je žena na fotografiích prezentována?

Žena je na nich v běžných situacích. Nejvíce se objevuje v roli matky, při portrétu ženy, která je něčím výjimečná a naše redakce ji představuje (to jsou články, kterým je věnována celá strana) nebo fotografie v davu z koncertů, přednášek,...

7. 2. Shrnutí rozhovorů se čtenáři/kami v číslech

V této části přináším číselné výsledky¹⁶⁶ mého výzkumu mezi čtenáři/kami. Ovšem vzhledem k tomu, že má práce neměla dotazníkovou formu- otázky byly dané, ale odpovědi byly volné (s možností další doplňující otázky), stávalo se, že lidé odpověděli na jednu otázku, tak obšírně, že jejich odpovědi jsou v této „analýze“ zahrnuté ve více bodech (tzn. že součet jednotlivých otázek není vždy 35 jako bylo dotazovaných).

1. Jak je v MFDNES prezentovaná žena?

(v této otázce jsem neměla s kategorizací žádné problémy, odpovědi vypadaly tak, jak je uvedeno ve výsledcích)

Normálně¹⁶⁷ - 30 dotazovaných

Prezentace ženy se neliší od muže – 25 dotazovaných

Lépe než v minulosti – 3 dotazování/é

Jak se prezentace ženy změnila od minulosti?

(u této otázky se naskytl problém, že čtenáři/ky nevěděli/y o prezentaci v minulosti moc informací, proto byly odpovědi pouze tyto)

Dnes si redaktoři nedovolí psát se stereotypy- 29 dotazovaných

Žena se vyskytuje více než v minulosti, dříve byla přehlížena- 19 dotazovaných

Žena má více prostoru vyjadřovat se k veřejným záležitostem - 10 dotazovaných

Dotazování/é nevěděli/y nic o prezentaci ženy v minulosti- 8 dotazovaných

2. V jakém kontextu je o ženě psáno?

Hlavní témata

(objevovala se pouze tato témata, byla to ta první, na které si čtenáři/ky vzpomněly/i, ale uváděly/y, že pokud by měly/y před sebou noviny, mohli/y nahlédnout vybavily se jim i jiná)

Mateřství- 25

Domácnost- 23

Nehody- 19

Politika -18

Zdravotnictví - 10

Trestné činy páchané na ženách - 8

Nové profese- 12

Motivace- 8

(u nové profese jsou spojovány hlavně s řidičkami autobusů, dále to byly ženy jako političky nebo i ty, které se určitým způsobem angažují ve veřejném dění- ředitelky škol, lékařky; o

¹⁶⁶ Je to podklad pro praktickou část – čtenářský výzkum, něm neudávám čísla, ale celkové zhodnocení

¹⁶⁷ „normálně“ po pozdějším vysvětlení, znamenalo, že prezentace ženy v MFDNES se neliší od prezentace ženy v ostatních denících

motivaci mluvili/y jako o ukázce pro další ženy, které nejsou aktivní)

3. Jaký je rozdíl mezi prezentací muže a ženy?

(tato otázka je jasně vymezená na odpovědi ano/ne- pokud ano následovala otázka proč?, v níž se shodovali/y čtenáři/y v rozdílných tématech)

Není žádný- 27 dotazovaných

Je - jiná témata- 8 dotazovaných

4. Rozhoduje u článku jestli ho píše žena nebo muž?

Nevnímám, jestli článek píše muž nebo žena – 22 dotazovaných

Ne - 10 dotazovaných

Myslím si, že muž píše o mužích, žena o ženách 17 dotazovaných

Ano – pokud je to v oblasti poradenství¹⁶⁸ – 3 dotazování/é

5) Jaké jsou nejčastěji ne/používané stereotypy v prezentaci žen?

(v odpovědích jsou napsané všechny stereotypy, které jsem se dozvěděla od čtenářů/ek)

Muž je hlava rodiny- 30 dotazovaných

Žena se má starat o domácnost a neměla by to být kariéristka- 20 dotazovaných

Na ženě je důležité hlavně to, jak vypadá- 23 dotazovaných

Žena je emocionálnější než muž 9 dotazovaných

6) Jak je obrazově ne/prezentovaná žena?

Nevšímám si toho- 20 dotazovaných

Stejně jako muž- 8 dotazovaných

Více muži- 7 dotazovaných

7) Uvádí se v článcích správné rody?

(zde jsem musela nejprve objasnit problematiku genderového maskulina)

Na používání jednoho rodu je něco špatného? 15 dotazovaných

Používání jednoho rodu už je zažité a neměnil/ /a bych 15 dotazovaných

Nevšímám si- 3 dotazování/é

Používání jednoho rodu mi vadí – 2 dotazování/é

Zajímavostí, nepřímo spojenou s mou prací, bylo povědomí o genderu?

Nevím, co to je -8 dotazovaných

Mám informace, že se jedná o odvětví feminismu 21 dotazovaných

Vím co je gender - 6 dotazovaných

¹⁶⁸ Pokud se jedná o nějaké „ženské téma“ a podle článku by si žena měla nechat poradit, bude více věřit článku, pokud ho napíše muž