

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

MAGISTERSKÉ  
KOMBINOVANÉ  
2012–2015

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Lenka Kašparová

**Analýza kultovního seriálu Simpsonovi z genderového pohledu**

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce:  
Prof. MgA Jiří Svoboda

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

MASTER  
COMBINED (PART TIME)  
2012-2015

**DIPLOMA THESIS**

Lenka Kašparová

Analysis of the cult series The Simpsons from a gender  
perspective

Prague 2015

Diploma Thesis Work Supervisor:

Prof. MgA Jiří Svoboda

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 20. 05. 2015

*Lenka Kašparová*

## **Poděkování**

Chtěl(a) bych poděkovat Prof. MgA Jiřímu Svobodovi za jeho mimořádnou trpělivost při vedení mé diplomové práce.

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá genderovou analýzou jednoho z nejpůlárnějších televizních seriálů současnosti – The Simpsons, tedy Simpsonovi. Tento seriál jsem si vybrala hlavně kvůli jeho všeobecné popularitě a známosti. Ve své diplomové práci se zabývám nejenom tím, jaké genderové role ztvárňují hlavní protagonisté sitcomu, tedy pěti členná rodinka Simpsnových, ale také tím, jaký vliv toto genderové zobrazování, ať už je jakékoliv může mít na jejich diváky. Kladu si otázku, jestli média mohou ovlivňovat sociální realitu. Vycházím přitom z teorie mediálního konstruktivismu. Další otázkou, kterou si kladu je, zda je zobrazování genderových rolí v seriálu vyvážené či stereotypní.

## **Klíčová slova**

**Gender, identita, média, moc, rodina, seriál, sitcom, společnost, televize**

## **Annotation**

This thesis deals with gender analysis of one of the most popular TV series nowadays - The Simpson, therefore Simpsons. This series I chose mainly due to its universal popularity and familiarity. In my thesis I deal with, not only by what gender roles portray the main protagonists of the sitcom, a five-member family of Simpsnos, but also by the impact of this gender imaging, whether any may have on their audience. I wonder if the media can influence the world around us. From the theory of constructivism media. Another question I ask myself is whether to gender roles in the series balanced or stereotype.

## **Key words**

**Gender, identity, media, family, force, series, sitcom, society, television**

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b>	
<b>1. SOCIÁLNÍ ROLE A IDENTITA</b> .....	<b>9</b>
1.1 Kultura a vliv médií na socializaci jedince ve společnosti.....	10
1.2. Ideologie a moc - mediální konstrukce reality.....	12
1.3. Teorie reprezentace - konstrukce významu.....	13
1.4. Interpretace mediálních sdělení.....	15
<b>2. GENDER - ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ POJMU</b> .....	<b>19</b>
2.1. Aktivní muž - pasivní žena .....	21
2.2. Zrození feminismu.....	22
2.3. Druhá vlna feminismu.....	23
<b>3. RODINA - VÝVOJ INSTITUCE RODINY</b> .....	<b>27</b>
<b>4. SERIÁLY: CO JE SERIÁL? ZÁKLADNÍ ČLENĚNÍ</b> .....	<b>29</b>
4.1 Televizní seriály .....	31
4.2 Sitcom jako specifický žánr .....	34
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b>	
<b>5. SIMPSONOVI (THE SIMPSONS)</b> .....	<b>41</b>
5.1. Charakteristika hlavních postav seriálu – rodina simpsonových .....	45
5.1.1. Homer bezuzdný požitkář s dobrým srdcem.....	45
5.1.2. Marge - starostlivá matka.....	46
5.1.3. Líza bortí mýty.....	47
5.1.4. Bart - Rebel bez příčiny.....	48
5.1.5. Maggie a její dudlík.....	48
5.1.6. Ti druzí.....	49
5.2 Marge, Líza a feminismus.....	50
<b>6. VÝZKUM</b> .....	<b>54</b>
6.1. Metodologie výzkumu.....	54
6.2. Téma výzkumu.....	55
6.3. Výzkumné otázky.....	57
6.4. Cíl výzkumu a hypotézy.....	58
6.5. Operacionalizace.....	58
6.6. Popis výzkumného vzorku .....	59
6.7. Analýza výsledků výzkumu .....	62
6.8. Shrnutí a vyhodnocení výsledků výzkumu .....	67
<b>7. ZÁVĚR</b> .....	<b>68</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b> .....	<b>70</b>

## ÚVOD

Při psaní své diplomové práce jsem vycházela z teorie mediální konstrukce reality. Tedy z předpokladu, že mediální obsahy jsou produkty kultury, ve které vznikly, a tudíž jsou odrazem sociálních norem uznávaných společností. Tvůrci mediálních sdělení vkládají do medializovaných obsahů významy, které jsou konzumenty chápány a vykládány v souladu s normami přijímanými touto společností. Toto téma diplomové práce jsem si vybrala, protože se o problematiku genderu zajímám již delší dobu. Také ve své bakalářské práci jsem se věnovala problematice genderu a médií. Mým cílem bylo zjistit, jak se v ženských lifestylových časopisech konstruuje feminita. Součástí mé práce byla i kvantitativní a kvalitativní obsahová analýza zaměřená na periodikum *Yellow*. Toto téma se mi zdá natolik zajímavé, že jsem se rozhodla na něj navázat i ve své magisterské diplomové práci. Tentokrát jsem si ale vybrala seriál *Simpsonovi* (*The Simpsons*). A to protože patří mezi nejpopulárnější seriály současnosti. Televizní diváky ovlivňuje již po několik desetiletí. Cílem mého výzkumu je zjistit, jak seriál reprezentuje genderové rozdíly mezi pohlavími a zda je zobrazování maskulinity a feminity vyvážené. Předmětem mého studia bude 23 série animovaného seriálu. Analyzovány budou jednotlivé díly. Komedijní sitcom nabízí řadu zajímavých perspektiv, kterými může být zkoumán. Analýza animovaného seriálu mi připadá zajímavá i z toho důvodu, že zde postavy jakožto animované figurky nejsou primárně zobrazovány v prizmatu sexistických stereotypů. Má diplomová práce se skládá ze dvou částí - teoretické a praktické. V teoretické části se zabývám základním nastíněním vývoje feministického hnutí. Důraz je kladen hlavně na druhou vlnu feminismu. Dále nastiňuji teoretické přístupy k analýze děl z generového hlediska. V metodologické části nastiňuji metodu a kritéria výzkumu. Vycházím z kvalitativní a kvantitativní obsahové analýzy. Definování aktivního a pasivního prostředí a jednotlivých kategorií i kódování. Praktická část se týká samotného výzkumu. Závěr práce je věnován hodnocení výzkumu.



# TEORETICKÁ ČÁST

## 1. SOCIÁLNÍ ROLE A IDENTITA

Identitou jedince se zabýváme z jednoho prostého důvodu. Postavy v seriálu The Simpson mají vlastní identitu nebo se alespoň „tváří“, že jí mají. Pokud by to tak nebylo, nemohli by nás přece rozesmávat svými vtípky a komickými situacemi, které je každodenně provázejí. Vlastní identitu mají pochopitelně i diváci, kteří seriál pravidelně či nepravidelně sledují. Mediální teoretik McQuail identitu popisuje jako specifickou charakteristiku určité osoby, která vychází z vlastního názoru, případně z názoru jiných osob. Identita podle něj vychází z biografických, sociálních, kulturních a dalších rysů. Dále uvádí, že pro vytvoření a zachování identity je nepostradatelná komunikace. Paradoxně ale právě komunikace může identitu také oslabit případně podrýt (McQuail 2009, s. 565).

Erving Goffman se ve své knize Všichni hrajeme divadlo, uvádí, že každý z nás si při jednání nasazuje určité masky či jinak řečeno „fasády.“ Jedná se o viditelné atributy, které používáme při jednání se svým okolím. Ti, s nimiž se chceme identifikovat, tyto atributy posuzují. Členové referenční skupiny si ale nemusí být vědomi naší snahy napodobit způsob jejich chování. Ve skupině jsme schopni jednat pouze tehdy, jestliže jsme si osvojili dovednost chovat se přijatelným způsobem. Média hrají v našem utváření sociální identity stále důležitější roli (Bauman s. 35 – 36).

Jak si jednoduše objasnit pojem socializace? Je to de facto proces postupného začleňování se do skupiny a společnosti. Socializace je produktem interakce jedinců ve skupině a sociálních tlaků, které nás přimějí ke korekci našeho jednání. Samotný proces socializace začíná již v raném dětství. Ovlivňují nás přitom významní jiní. Lidé, s nimiž přicházíme do kontaktu. Z počátku to jsou rodiče a případně i starší sourozenci. Později také vrstevníci, s nimiž trávíme svůj čas. V podstatě se jedná o všechny jedince, kteří jsou pro nás důležití, například učitelé či vzory, které si hledáme mezi lidmi, kteří jsou pro nás inspirací. Nejvíce se učíme napodobováním druhých a identifikací se s těmi, kdo jsou našimi vzory. Napodobujeme ty, ke kterým máme blízký emoční vztah. Ztotožňovat se ale můžeme i s celebritami, umělci, politiky a všemi lidmi, které vidáme v médiích, a chceme se jim podobat. Je to vidět například na tom, že každý jedinec si během svého života volí takzvané referenční skupiny, vůči nimž poměřuje své chování. Tyto referenční skupiny nám zároveň nabízejí normy chování, kterými máme tendenci se řídit, ovlivňují to, jak se v určitých situacích oblékáme, mluvíme a jak jednáme. (Bauman s. 35 – 36).

Důležitou součástí socializace je sociální interakce. Smyslem sociální interakce je modifikovat jednání druhého jedince. Přičemž vzájemná komunikace může mít verbální i neverbální formu. Nicméně vždy probíhá prostřednictvím symbolických znaků, kterým musí zúčastněné osoby rozumět (Reifová 2004 s. 90).

## 1. 1. KULTURA A VLIV MÉDIÍ NA SOCIALIZACI JEDINCE VE SPOLEČNOSTI

Masová média jako instituce jsou neodmyslitelnou součástí společnosti. Média a jejich produkty lze považovat za součást kultury. McQuail kulturu charakterizuje jako kolektivní a sdílenou s ostatními. Individuální kultura totiž neexistuje. Kultura také musí mít nějakou formu symbolického vyjádření, ať už je tato forma záměrná či nezáměrná. K základním znakům kultury patří také to, že se vyvíjí v čase. Informace přenášené médii jsou důležitým aspektem naší kultury. Média přirozeně reagují na hlad společnosti po informacích a zábavě. Současně umějí být motorem inovace a přispívají ke změnám společenského klimatu (McQuail 2009, s. 89 - 91).

Informace a ideje zpřístupňované médii mohou být pro mnohé lidi hlavním zdrojem uvědomování si sdíleného času (historie) a současného společenského dění. Další společenskou funkcí médií, je to, že nám nevtíravým způsobem nabízejí podklady pro orientaci v budoucnosti. Ať už té naší individuální, nebo celospolečenské. A tím také spoluutvářejí naši identitu. Podle teorie mediální konstrukce reality média do značné míry konstruují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby veřejného, sdíleného a společenského života. Jinými slovy slouží jako zdroj standardů, modelů a norem. Čím menší je naše osobní zkušenost s realitou, kterou prezentují, tím větší máme tendence přijímat konstrukt mediovaného sdělení jako pravdivý obraz skutečnosti. Média nám také zprostředkovávají průběžný kontakt s hlavními institucemi<sup>1</sup> společnosti, v níž žijeme. Jestliže jde o hodnoty a ideje, mají média sklon přebírat vliv, který dříve měli rodiče, náboženství, škola a další nám blízké osoby.

---

<sup>1</sup> Instituce je pojem, který do sociálních věd zavedl Erving Goffman. Značí lidskou organizaci, v níž se lidé pohybují, a která je nějakým způsobem uspořádaná a podléhá určitým společenským normám. Takovou institucí může být třeba rodina, škola nebo pracoviště (Reifová 2004 s. 89).

Z těchto důvodů jsme na médiích závislí prakticky v celé oblasti našeho širšího symbolického prostředí. I přestože můžeme být schopní vytvořit vlastní osobní verzi tohoto symbolického prostředí, nikdy se z jejich vlivu zcela nevymaníme. Jsou totiž všude kolem nás. Teorie mediálního konstruktivismu je podle mého názoru přínosná i z toho hlediska, že náš postmoderní svět je stále více prošpikován médii. Zatímco mediální svět našich prapředků v 19. století sestával z občasného čtení novin a knih či případně návštěvy divadla, my těchto možností máme daleko více. K novinám postupně přibylo rádio, film, televize a internet. Dnes je náš svět už natolik propojen s médii, že takřka žijeme ve virtuálním světě vytvářených a sdílených identit na sociálních sítích. Navíc máme často stále silnější tendence sdílet v rámci našich virtuálních komunit stejné mediální zdroje a stejnou mediální kulturu. Z velké části jsou to právě média, která utvářejí hodnoty či sdělení, které sdílíme s ostatními lidmi. Média v současné době vlastně hrají roli prostředníka v zajišťování kontinuity a propojování lidí mezi sebou.

Odnaučili jsme se existovat v realitě bez určitého stupně sdíleného vnímání okolního světa a nejsme už schopní bez něj vést hodnotný společenský a intelektuální život. Čím dál více lidí čte noviny pouze na internetu. Vyhledáváme tu i veškeré další informace, které potřebujeme ke svému životu. Prostřednictvím oblíbených skupin na facebooku či jiných sociálních sítích si zjišťujeme informace o chystaných kulturních akcích a zároveň sledujeme reporty o již proběhlých koncertech, představeních a filmových premiérách. Dělíme se s přáteli o aktuality ze světa politiky či vědeckých objevů. Dá se tedy říct, že média zprostředkovávají náš kontakt se společenskou a kulturní realitou (McQuail 2009, s. 93).

Oproti teorii mediální konstrukce reality stojí teorie sociální konstrukce reality, která vychází z předpokladu, že mediální produkty, jakožto výtvořiny lidských činů zrcadlí sociální a kulturní poměry ve společnosti (McQuail 2009, s. 321).

## 1. 2. IDEOLOGIE A MOC – MEDIÁLNÍ KONSTRUKCE REALITY

Existují dva základní pohledy na vliv a moc médií ve společnosti – dominantní a pluralitní model. Podle dominantního modelu jsou média nevyhnutelně spjata s vůdčí politickou a ekonomickou strukturou. Je to dané jednak tím, že mají svou ekonomickou hodnotu a cenu. Proto také jsou předmětem boje o ovládnutí. Média jsou mimo to objektem politické, ekonomické a zákonné regulace (McQuail 2009, s. 98 – 99).

Ačkoliv můžeme právem namítat, že v tomto ohledu panují jiné poměry v demokratických společnostech a jiné v diktaturách, nelze popřít, že každá země má soubor zákonů vymezující základní normy, které se vztahují k médiím. Média jsou také velmi často považována za účinné nástroje moci s potencionální schopností uplatňovat nejrůznějšími způsoby svůj vliv. Publikum je vedeno k tomu, aby přijímalo svět v předkládané podobě a má jen velmi malou možnost reagovat kriticky. Důsledkem toho všeho je vnucování a legitimizace převládající struktury moci. Publikum je v tomto pojetí chápáno spíše jako masa pasivních příjemců, která se vůči mediálním obsahům příliš názorově nevynezuje (McQuail 2009, s. 98 – 99).

Ovšem oproti tomuto dominantnímu modelu výkladu fungování médií stojí pluralitní model. Ten nebere v úvahu žádnou jednotnou a dominující ideologii a předpokládá možnost změny a demokratické kontroly médií a mediálních produktů. Od publika očekává schopnost a ochotu vznášet požadavky, odolávat přesvědčování a aktivně reagovat na to, co média nabízejí. Zároveň předpokládá schopnost odmítnutí či vyjednávání s obsahem mediálních produktů, které média vytvářejí. Obsahy, které publiku nevyhovují, ať už z důvodu osobního a názorového přesvědčení či estetického jsou podle tohoto modelu jimi odmítnuty.

Pokud toto negativní stanovisko zaujme většinové publikum, nejsou zmiňované mediální produkty na trhu úspěšné a vydavatel pravděpodobně zastaví jejich vydávání. Protože mu nepřinášejí žádný zisk a on tudíž nemá důvod je dále produkovat. Obecně platí, že kritici kapitalistické společnosti dávají přednost modelu "dominance". A nahlížejí tak na svět tržních vztahů z levicového pohledu. Pluralitní model je naopak idealizovanou verzí toho, k čemu má vést liberalismus a svobodný trh (McQuail 2009, s. 99).

Já jsem se jako základní východisko své diplomové práce rozhodla použít dominantní model. Vycházím tedy taktéž z toho, že znalost kulturního prostředí, v němž vznikly mediální obsahy, které chci studovat je nezbytná. V mediálních produktech se totiž odráží svět našich každodenních interakcí. Z tohoto důvodu je studium kulturních hodnot od studia médií prakticky neoddělitelné. (Burton, Jiráček s. 68 - 69).

At' se při studiu médií zaměříme na jakýkoliv jejich rys a použijeme přitom jakoukoliv výzkumnou metodu, nemůžeme se při tom obejít bez podrobného rozboru kultury charakteristické pro danou dobu a společnost. Sociální realita každého kulturního společenství je určována ideologií. V ideologii je obsažena naše představa o světě, naše názory, postoje a hodnoty, které jsme nabyli během procesu socializace (Burton, Jiráček s. 68 - 69).

McQuail ideologii charakterizuje jako organizovaný systém názorů a přesvědčení či soubor hodnot, který se šíří prostřednictvím komunikace. Píše také, že masová média zpravidla ideologii nepropagují přímo, ale v praxi se velmi často stává, že mediální obsahy propagují ideologii skrytě a to selektivním zdůrazňováním určitých hodnot a norem. Dále uvádí, že ideologie je zpravidla odrazem národní kultury, jenž poskytuje kontext mediálnímu systému a reflektuje také třídní postavení a názory těch, kdo média řídí, vlastní a vytvářejí (McQuail 2009, s. 565).

Italský marxistický teoretik Antonio Gramsci v této souvislosti hovořil o hegemonii. Tímto pojmem popisoval určitý typ moci, která pramení z ideologických tendencí masových médií stranit zavedenému mocenskému systému, čímž z mainstreamového vysílání vytlačují opozici a protichůdné hodnoty. Jde o jistý typ dominantního konsenzu, který na publikum působí skrytě a bez přímého nátlaku (McQuail 2009, s. 564).

Ideologie je zároveň nástrojem, který elitám slouží k udržení moci. Moc lze nejlépe chápat jako možnost svobodně si volit cíle jednání či ve smyslu mít prostředky, které jsou k dosažení těchto stanovených cílů nezbytné. Čím více moci lidé mají, tím rozsáhlejší jsou jejich možnosti, pokud jde o cíle, o něž mohou realisticky usilovat. Jinými slovy mít málo moci nebo být bezmocný, znamená tlumit či redukovat své přání ohledně výsledků svých jednání (Bauman s. 81).

### **1. 3. TEORIE REPREZENTACE – KONSTRUKCE VÝZNAMU**

Základním projevem sdílené kultury je jazyk. Jazyk je také primárním znakem socializace. Je základním stavebním kamenem našeho myšlenkového světa, který podstatným způsobem formuje naši vlastní identitu. Tedy to, jak o sobě a druhých smýšlíme. Vzájemná lidská komunikace probíhá prostřednictvím řeči složené ze slov. Slova jsou ve své podstatě znaky. Informace přitom nejsou ukryty v samotných znacích, ale ve významech, které jim přisuzujeme. Význam tedy není přirozenou součástí znaku (Burton, Jiráček s. 69 -73).

Ferdinand de Saussure ve svém Kurzu obecné lingvistiky uvádí charakteristiku znaku, podle níž je znak označující, tedy signifiant a význam je shrnut pod pojem označované, tedy signifié. Daný význam, který tomu kterému znaku přisoudí autor textu, nazýváme signifikace. Signifikace se ale může lišit od významu, který znaku přisoudí příjemce. Každý člověk interpretuje znaky podle svých vlastních kulturních znalostí a zkušeností. Soubory znaků se nazývají kódy. Lidská komunikace, ať už má formu mluvené, psané či obrazové podoby se skládá z kódů, které jsou určovány konvencí (Burton, Jiráček s. 69 -73).

„V zásadě platí, že je-li nějaký znak součástí kódu, má nadindividuální platnost. To znamená, že alespoň z části sdílí význam znaku všichni jeho uživatelé. Naproti tomu platí, že ne všichni sdílí tento význam stejně.“<sup>2</sup> Z jednotlivých kódů se skládá jazyk neboli řeč. Jazyk je ve své podstatě libovolný, symbolický systém, který definuje myšlenky, zkušenosti, pocity a další fenomény, a který je řízen komplikovanou strukturou několikvrstevných pravidel, jež vyvinuli členové určitého konzistentního jazykového společenství. Jazyk si osvojujeme v raném období života a k jeho symbolům, ať už v mluvené či písemné podobě, si vytváříme vztah. V podstatě se dá mluvit o tom, že si k němu vytváříme emocionální vazbu. Skrze tyto symboly si spoluutváříme vlastní identitu. Tuto skutečnost si zpravidla neuvědomujeme až do chvíle kdy, se setkáme s odlišnou kulturou, která má vlastní jazykové symboly. Kulturní antropologové Edward Sapir a Benjamin Lee Whorf se domnívali, že jazyk je ukazatelem kulturní identity (Nový, Schroll-Machl s. 76).

Jazyk není jen nástrojem k formulaci myšlenek. Rámcově definuje okolnosti, za nichž osvojujeme poznatky a zkušenosti. Jestliže tedy s příslušníky jiných národů mluvíme jiným než mateřským jazykem, vstupujeme do jiné reality. Ovšem na tuto jinou realitu odlišných kultur se díváme skrz náš osvojený systém myšlení, mateřského jazyka a interpretujeme tuto odlišnou realitu jinak než člen kultury, jehož jazykem hovoříme (Nový, Schroll-Machl s. 77).

Lidé se učí chápat význam znaků čili jazykových kódů prostřednictvím socializace. Socializace jedince začíná velmi záhy po narození. Právě z toho důvodu si lidé neuvědomují, že taková pravidla existují. Připadají jim přirozená, nezpochybnitelná. Podle Jiráčka a Burtona se dají kódy rozlišit na tak zvané primární a sekundární kódy. Primární kódy jsou v rámci určité společnosti univerzální. Jedná se například o přirozený jazyk. Sekundární kódy jsou naopak znaky a techniky užití primárních kódů typické pro určité formy komunikace jakou je například kód televizního zpravodajství (Burton, Jiráček s. 70 -73).

---

<sup>2</sup>BURTON, Grame a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Brister a Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6. Kapitola: Základy nutné pro studium médií. cit. str. 73.

Pokud se zaměříme na obrazové primární kódy, pak jsou některé konvence běžně používané v našem kulturním prostředí zřejmé. Primární obrazové sdělení jsme například zvyklí hledat ve středu vyobrazení a nikoliv na jeho okrajích.<sup>3</sup> Tyto konvence chápou jak producenti sdělení, tak jeho příjemci. Správná interpretace televizního sdělení závisí na obecném přijímání těchto pravidel. Způsob kódování a dekódování musí být upraven všeobecně přijímanou konvencí, jinak by totiž nebylo možné předat prostřednictvím sdělení zamýšlený význam. Je však pravda, že konvence se během času mění. Autoři mediálních sdělení mají sklon k inovacím, protože jejich cílem je vzbudit zájem a pozornost publika. Dříve bylo například ve filmu zvykem zobrazovat minulé děje pomocí černobílého obrazu. Dnes se ale setkáváme i s barevnou retrospektivou. Kódování a dekódování znaků je úzce spjata s konstrukcí významu a koncepcí aktivního publika. Předpokládá aktivní participaci diváka na mediálním sdělení (Burton, Jiráček s. 74).

#### 1. 4. INTERPRETACE MEDIÁLNÍCH SDĚLENÍ

Sdělení produkovaná a vysílaná v médiích jsou vždy otevřená a polysémická, tedy mají více významů. Příjemci se jej snaží interpretovat podle jeho významu a podle kontextu, v jakém je sdělováno. Vycházejí přitom ze své kultury a způsobu chápání. Autorem jedné ze základních teorií, které se zabývají mediovanými sděleními na cestě od svého vzniku, k příjemcům a výkladu (interpretaci) je Stuart Hall. Jeho přístup vychází ze základních principů strukturalismu a sémiotiky,<sup>4</sup> které říkají, že jakékoliv smysluplné sdělení je konstruováno ze znaků, které mají svůj denotát (základní prvotní význam)<sup>5</sup> a konotované významy jenž závisejí na interpretaci toho, kdo je "dekóduje" (McQuail, 2009, s. 85).

---

<sup>3</sup> Pro zpravodajskou a dokumentární fotografii je třeba typické, že při jejich okrajích může být část sdělení odříznutá.

<sup>4</sup> Sémiotika je věda o znakových systémech. Jejím zakladatelem byl Ferdinand de Saussure, který její koncept sestavil v rámci svého kurzu obecné lingvistiky. Sémiotika byla posléze rozpracována tak, aby vytvořila metodu systematické analýzy a interpretace symbolických textů (McQuail, 2009, s. 579).

<sup>5</sup> Pojem denotát pochází ze sémiologie a označuje doslovný význam, který je vyjádřený jazykovými nebo vizuálními symboly. Jeho opakem je konotace.

Jedná se o žánrové vzorce, které jsou součástí naší kultury. Například mýdlové opery (soap opery) pracují s představou nebo ideálem pravé lásky a ve většině případů obsahují poselství, že tato pravá láska je důležitější než materiální statky. V jiných kulturách se ale tento žánrový vzorec nevyskytuje tak často a jsou tu upřednostňovány jiné žánrové vzorce. V japonském prostředí jsou například velmi oblíbené příběhy o samurajích. Jde o historicky laděné dobrodružné příběhy. Jejich společným prvkem je kladení velkého důrazu na oddanost, úctu a rituály.

Tyto hodnoty stojí v samém základu samurajských příběhů. Pro západního diváka je skutečný význam těchto příběhů obtížně pochopitelný, protože západní kultura není vlastní tak hluboký smysl pro povinnost a oddanost vyšším principům.

Veškeré mediované obsahy jsou nevyhnutelně součástí kultury a nesou platné kulturní a společenské hodnoty. Tyto sdílené hodnoty jsou členům daného kulturního okruhu, v němž vznikly zřejmé a reprezentují pro ně realitu.

Například příběhy o Billu Kidovy, které jsou součástí americké kultury, líčí tohoto zločince, jako skvělého střelce a lupiče s hluboce charakterními vlastnostmi a smyslem pro spravedlnost, který bohatým bere a chudým dává. S reálnou historickou postavou mají patrně málo společného. Každopádně Američané si pomocí idealizovaného hrdiny, ospravedlnili dobývání západu a příběh se stal důležitou součástí jejich kultury a chápání vlastní identity. Postava Billa Kida v americké kultuře je ztělesněním mýtu vyjadřujícím obecné kulturní hodnoty obyvatel této země. Ve všech kulturách existuje rozsáhlý soubor obdobných mýtů, který je členům dané kultury v určité době přijímán s obecnou platností (Burton, Jiráček, 2001, 176 - 179).

Podle Halla si zprostředkovatelé s přihlédnutím k ideologickým a institucionálním zájmům vybírají způsob zakódování a pod vlivem této optiky upravují jazyk a mediované sdělení. Ty jsou podávána s "preferovanou možností výkladu". Zároveň ale jedním dechem dodává, že příjemci, tedy ti, kteří sdělení dekódují, nemusejí sdělení přijmout tak, jak bylo zakódováno, tedy tak, jak bylo vysláno, ale mohou s jeho ideologickým vlivem "vyjednávat" nebo ho odmítnout. (McQuail, 2009, s. 85).



Což také příjemci často dělají, jelikož přistoupí na kompromisní či dokonce zcela protichůdný výklad sdělení, který odpovídá jejich zkušenostem nebo názoru na danou věc. Prezentovanou ideologii "upraví" svým podle svých postojů, ale v zásadě se s ní ztotožní. Při "opozičním" čtení může být text dokonce interpretován v protikladu k zamýšlenému významu. Hall ve svém modelu procesu zakódování a následném dekodování vykládá televizní program, má ale na zřeteli de facto jakékoliv mediované sdělení. Jde mu o smysluplnou výpověď, která je zakódovaná podle významové struktury mediální organizace a těch, co jí podporují ať už finančně či jinak, ale která je dekodována podle zcela jiných významových struktur a vědomostních rámců různě situovaných příjemců. Podíváme-li se na celý proces ze společensko-mocenského hlediska, tak komunikace začíná v mediální instituci, jejíž významový rámec má sklon být v souladu s převládajícími mocenskými strukturami. Sdělení je zakódováno často v podobě ustáleného žánrového vzorce, jenž odpovídá obsahu (například "hudební klip"; "rodinný seriál"; "sportovní zpravodajství") a má běžný prvoplánový význam (McQuail, 2009, s. 85).

Pro publikum jsou do něj zabudované návody, jak jej má interpretovat. Ovšem příjemci k těmto mediovaným obsahům přistupují s významovými strukturami, které vycházejí z jejich vlastních myšlenek a zkušeností. Příjemci tedy mohou takzvaně číst mezi řádky. Z toho vyplývá, že představa médií jako nositele dominantní ideologie, jenž formuje názory a postoje příjemců je do určité míry iluzorní (McQuail, 2009, s. 85).

Přes množství výzkumů zaměřených na audience studies<sup>6</sup> nelze jednoznačně říct, jak běžného člověka ovlivňuje propaganda, či produkty řazené tradičně k vysoké nebo nízké kultuře. Dopadem mediálních sdělení na publikum se zabývá také mediální teoretik, sémiotik a spisovatel Umberto Eco. Hodnotí vliv literatury na čtenáře, ať už je její umělecká hodnota jakákoliv. Ve své knize Tajemný plamen královny Loany se zabývá produkty nízké a vysoké kultury. Jedná se o beletristické dílo, které nás svým dějem zavede do slunné Itálie. Hlavní hrdina Giambattista Bodoni vážený a vzdělaný muž, který se jako archivář zabývá vyhledáváním historicky hodnotných knih, jako dítě ale vášnivě miloval komiksy.

---

<sup>6</sup> Audience studies pojem souvisí se studováním publika. Počítá totiž s konceptem aktivního publika schopného vykládat si mediální obsahy podle vlastního výkladového rámce. Typ a míra aktivity publika má velký význam pro jakýkoliv účinek médií. (McQuail s. 561).

Vyrůstal však v Itálii v období druhé světové války, kdy většina mediálních produktů, včetně komiksů, byla ovlivněna nacistickou propagandou. Hlavní hrdina, který se po ztrátě paměti snaží rozvzpomenout na svou minulost, si pomáhá čtením všeho, co kdy jako dítě přečetl. Poté co ve své knihovně objeví velké množství pro nacisticky orientovaných knih a komiksů, se domnívá, že jako dítě jistě přijal nacistickou ideologii včetně jejího rasistického smýšlení. Nicméně poté, co se mu vrátí paměť, si uvědomí, že příběhy sice četl, ale žádné vážné stopy, pokud jde o jeho názorový vývoj, na něm nezanechaly. Naopak si vybaví, že se jako mladík účastnil partizánského odboje. Vzpomene si také, že mnohem hlouběji se mu do podvědomí zaryl komiks, pojednávající o hrdinovi, který se při záchraně světa zamiluje do krásné královny Loany. Jedná se o velmi plytký příběh, což ostatně hlavní hrdina sám uznává. Stejně jej ale ovlivnil více, než celá nacistická propaganda. Právě Loana se totiž svým způsobem stává nedosažitelnou láskou, kterou Giambattista Bodoni celý život marně hledá. Eco se tím patrně snaží říct, že je velmi těžké cíleně působit na konzumenta prostřednictvím mediálního sdělení, poněvadž konečný výklad a interpretace obsahu závisí vždy na něm.

Eco se sice domnívá, že mediální obsahy skutečně mají na své konzumenty vliv a někdy dokonce mohou být hnacím motorem jejich činů. Není ale jasné, jak přesně nás mediované obsahy ovlivňují. My sami si to často neuvědomujeme, proč jsme si zapamatovali ten či onen film, knížku, skladbu nebo obraz. Navíc přestože si některé mediální obsahy pamatujeme více než jiné, nemusí být nutně pravdou, že na náš pohled na okolní svět a názory, případně jednání mají jakýkoliv další význam.

## **2. GENDER – ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ POJMU**

### **Teorie sociálního konstruktivismu – teorie biologického determinismu**

Čeština nemá vhodný ekvivalent pro společné pojmenování rodovosti, tedy jevů spojených se společenskou konstrukcí pohlaví. Proto se u nás vžilo anglické slovo gender (Burton, Jiráček s. 69). Svoji identitu většinou utváříme skrze gender. Naše identita, a to jak sami sebe vnímáme a chápeme naše tělo, je do značné míry ovlivněno sociálně. Teorie sociálního konstruktivismu vychází z předpokladu, že základní stavební kameny naší individuální identity jsou konstruovány kulturně. To, jestli se chováme jako muž nebo žena nemusí být dáno naší přirozeností, tedy mužskostí nebo ženskostí, ale výchovou, společenskými tlaky a očekáváními. Je zřejmé, že sexuální projevy člověka stejně jako vnímání feminity a maskulinity jsou do velké míry sociálně zkonstruované. V různých kulturách existují v chápání genderu poměrně velké rozdíly. Nicméně kulturní - přirozené, sociální a biologické jsou do sebe jen velmi těžko oddělitelné. Přírodní a kulturní nemusí být nutně striktně odlišné. Naopak může docházet k vzájemnému ovlivňování. Někdy bývá velmi obtížné zjistit, zda je určité chování dáno biologicky či kulturně (Fafejta, 2004 s. 23 - 27).

Teorie biologického determinismu, který bývá též nazýván esencialismus odráží názor, že biologické rozdíly mezi mužem a ženou jsou jediným zásadním formujícím faktorem feminity a maskulinity. Akcent na biologické rozdíly mezi pohlavími se poté následně odráží v kulturních vzorcích. Polární vnímání ženskosti a maskulinity pak přirozenost vnímá duálně jako duše (muž) – tělo (žena); kultura (muž) - příroda (žena); rozum (muž)- cit (žena); (Komárek, 2012. 89).

Jaký je obecně přijímaný sociální konstrukt mužskosti a ženskosti v současné euroamerické společnosti není podle Fafejty jednoduché určit a to hned z několika důvodů. Přestože euroamerická kultura má společný základ, není ani zdaleka jednotná. V Americe se chápání genderu potažmo aktivity feministických hnutí vyvíjely jinak než v Evropě, protože země za velkou louží byla ovlivněna jinými faktory. Fafejta přesto uvádí základní konotace, které si lidé spojují s identitou muže. Například to, že muž je silný, rozvážný. Zatímco žena slabá a upovídaná (Fafejta, 2004 s. 23 - 27).

Vymezením a charakteristikou genderu jsem se zabývala již ve své bakalářské práci, kde v teoretické části uvádím, že pod kategorií žena či muž si lze představit určitý soubor osobních vlastností a vzorců chování. U žen intuitivně předpokládáme spíše pasivitu, závislost a citové založení smysl pro romantiku a vztahy. Mezi další atributy ženskosti patří péče o tělesný zevnějšek a nevelká technická zdatnost (Renzetti, Curran, 2003, s. 20).<sup>7</sup>

Dále ve své bakalářské práci uvádím, že tyto základní archetypy "ženskosti" a "mužskosti" jsou nám vštěpovány už od narození. Podle autorů publikace *Ženy, muži, společnost* je s novorozenci chlapců zacházeno jinak než s novorozenci děvčátek. (Jsou oblékány do oblečků jiných barev, chlapci spíše tmavých a děvčátka světlých – růžových). Rodiče s nimi odlišně komunikují. Chlapcům častěji věnují pozornost, pokud se jí dožadují křikem, zatímco u děvčátek na rodiče více platí gesta a dotyk. V případě děvčátek rodiče také používají častěji slova vyjadřující city. Takovýto přístup může být podle autorů publikace ranou socializací chlapců k nezávislosti a dívek naopak k závislosti a citové angažovanosti ve vztazích. Na socializaci dětí mají velký vliv hračky, které jim kupují a vybírají rodiče. Chlapcům jsou kupovány hračky rozvíjející jejich kreativní myšlení, jako jsou stavebnice, auta, vrtulníky, vojáci a zbraně. Dívčákům jsou naopak kupovány panenky a kočárky či vybavy kuchyněk a jiných částí domácnosti. (Renzetti, Curran, 2003, s. 111 - 116).<sup>8</sup>

Tady lze jistě namítnout, že dnes už není rozdělení dětských hraček tak ortodoxní a děvčátka přece také od rodičů dostávají stavebnice. Ovšem je také pravdou, že stále není a možná ani nikdy nebe úplně běžné, aby si třeba chlapci hráli s panenkami. Ze svého raného dětství si například vybavuji jednu vzpomínku, která mi utkvěla v hlavě. Hráli jsme si ve školní družině jako dívky s panenkami. Pochvíli jsme si všimli, že nám jedna či dvě chybí. Nemusely jsme je ale hledat dlouho, protože jsme chvíli na to našly dva chlapce jak naše oblíbené panenky, skrytí pod stolem před zraky nás děvčat převlékají do jiných šatiček. Nemusím myslím ani podotýkat, jaké pozdvižení nález panenek v rukou chlapců způsobil. Pochopitelně se stali terčem našeho posměchu. Z toho vyplývá, že už jako osmileté dívky jsme citlivě vnímaly genderové rozdělení rolí.

---

<sup>7</sup> Převzato z mé bakalářské práce *Průzkum mediální reality z genderového pohledu, lifestyle a ženská krása v médiích*.

<sup>8</sup> Převzato z mé bakalářské práce *Průzkum mediální reality z genderového pohledu, lifestyle a ženská krása v médiích*.

Jedná se však ve své podstatě o stereotypy, které jsou dané kulturně a jež máme s genderovou identitou spojené. Ne o biologickou danost spojenou s pohlavím. Je ale také třeba podotknout, že bez zažitých stereotypů bychom se v okolním světě obtížně orientovali. Ve svých hlavách si utváříme mapy, podle níž se reagujeme na situace s nimiž se každodenně setkáváme. Naše nové poznatky vždy porovnáváme s tím, co už známe, a snažíme se je včlenit do dříve osvojených vědomostí, tím provádíme přirozené zobecňování a zjednodušování, takto si vytváříme stereotypní vidění světa kolem nás (Fafejta, 2004 s. 26 - 27).

Genderová studia si kladou za cíl zjistit, které charakteristiky „mužskosti“ a „ženskosti“ souvisí s biologickou daností pohlaví, a která vycházejí z kulturní podstaty. Od 70. let 20. století si genderová studia získávají stále větší popularitu a sociologové se jimi zabývají mnohem intenzivněji než dřív. Jedním z hlavních cílů tohoto bádání je snaha pochopit, jak jsou utvářeny rozdíly mezi pohlavími, které v naší společnosti a kultuře existují. Vědci si pokládají otázku, do jaké míry je vnímání genderu jako takové podřízeno v různých kulturách stereotypní optice vidění. Problém je následně spatřován především v tom, že stereotypním zobecněním genderových rolí ztrácí jedinec možnost na vlastní individuální vývoj, který se těmto zaběhnutým škatulkám vymyká. Vychází se přitom z toho, že ženy, stejně jako muži jsou individuálními osobnostmi a je někdy těžké je napasovat do úzce vyprofilovaných škatulek (Metyková 2005).

## **2.1. Aktivní muž – pasivní žena**

S kulturním a biologickým vymezením genderu je spojena také ideologie moci. Podíváme-li se na společnost prizmatem socioekonomických vztahů, dojdeme k závěru, že ten, kdo ovládá materiální statky, má větší moc usilovat a dosahovat svých cílů. Tradiční „pasivní“ role žen byla spjata s péčí o rodinný krb a starostí o děti a jejich výchovu. Zatímco „aktivní“ muž materiálně zabezpečoval rodinu. Muž byl tedy faktickým majitelem těchto statků. Vlastnictví majetku mu propůjčovalo mnohem větší podíl na moci než ženám, které k uskutečňování svých cílů neměly žádné vlastní prostředky. Podřízenost žen vůči mužům je definována jako patriarchální uspořádání společnosti. Zaměříme-li se na vývoj Euroamerické kultury, zjistíme, že je zde patriarchální model společnosti běžný, a to už na jeho samém počátku, v období antiky (Komárek, 2012. 89).

V patriarchálním uspořádání společnosti je vládcem rodiny a hybatelem společenských dějů muž. Je ale také vládcem symbolického světa významů, kterému jako autor knih, umění a

tvůrce myšlenkového světa vdechl život. Žena není aktivním tvůrcem symbolického světa, a funguje zde pouze jako objekt, který je součástí mužského světa. Je tedy vymezována ve vztahu k muži. Dá se tedy říct, že například v literatuře či umění v patriarchálním světě je zobrazovaná idealizovaná forma ženství ve vztahu k muži. Žena viděna touto optikou má být dokonalou ochránkyní rodinného krbu, submisivní, milou, poddajnou, nehádavou, nesobeckou osobou, která je tolerantní za všech okolností, je muži vždy po vůli. Vždy je upravená a krásná. Pokud žena taková z nějakého důvodu není, jsou její „nedostatky“ předmětem kritiky (Komárek, 2012. S. 89).

Ve vizuálním umění je na ženu nahlíženo jako na předmět mužova zájmu. Středem pozornosti mužského diváka jsou především ženy krásné a přitažlivé. Právě takové ženy jsou tedy v patriarchální společnosti nejčastěji umělecky zobrazovány, ať už jde o obrazy, fotografie či film. Ten, pro koho jsou tato díla určena, je především mužský divák. Staré a nehezké ženy tedy nemají v médiích s převahou patriarchálního vnímání světa takový prostor, jako ženy přitažlivé (Mirzoeff, 2012. s. 220).

## **2.2. Zrození feminismu**

Situace žen a tím pádem i upřádání společnosti se začíná měnit s větší emancipací něžného pohlaví vůči materiálním statkům. S příchodem průmyslové revoluce a prvních pracujících žen, které za svou práci dostávaly plat, se začínají v 19. století rodit první feministická hnutí. Cílem žen je získat větší podíl na společenské moci. Dalším hnacím motorem feministických snah o zrovnoprávnění jsou myšlenky Osvícenců, které propagují humanistický názor, že všichni lidé jsou si rovni a mají stejná práva. Ženy se díky měnícím se poměrům v kapitalistické společnosti začínají čím dál „aktivněji“ věnovat práci za peníze. Z „pasivního“ domácího prostředí se tedy dostávají mimo domov, kde „aktivně“ získávají hmotné statky.

Primárním cílem prvních feministek se stává přístup ke vzdělání a lukrativnějším pracovním pozicím, z čehož vyplývá i vyšší podíl na moci, společenské i politické. V tak zvané první vlně feminismu ženská hnutí usilují o volební práva, aby mohly spolurozhodovat o osudu země. Ženy dělnice usilují také společně se svými mužskými kolegy o lepší pracovní podmínky v továrnách. Tím, jak se mění společenské postavení žen, se postupně začíná taktéž měnit dělba práce v domácnosti a patriarchální uspořádání společnosti dostává stále

hlubší trhliny. Muž je v důsledku toho nucen vyrovnávat se s novou pozicí ve společnosti. Aktivněji se podílet na chodu domácnosti a výchově dětí (Komárek, 2012. 90).

### 2.3. Druhá vlna feminismu

Druhou vlnu feminismu odstartovalo publikování knižního trháku „Femine mystique“ neboli „Ženská mystika“. Kniha patří k těm dílům, jež se nesmazatelně zapsaly do dějin západního myšlení. Její autorka, Betty Friedan<sup>9</sup> významně ovlivnila vývoj ženské otázky, a její kniha se tak stala zásadním dílem feministické literatury. Jde o dosti obsáhlou, ovšem poměrně čtivě napsanou knihu autorky, která už v té době měla bohaté zkušenosti s publikováním v novinách a časopisech. Jedná se tedy o knihu, která je velmi dobře stravitelná pro široký okruh čtenářek a čtenářů, což také bezpochyby napomohlo její popularitě. Friedan s ní navíc přišla ve chvíli, kdy se americká společnost začala ocitat v problémech, jejíž příčiny a důsledky nedokázala správně odhalit a interpretovat (Friedan, 2002 s. 19 – 22).

Friedan psala svou knihu několik let. Již jako matka tří dětí, která opustila slibně se rýsuující kariéru. V té době měla za sebou několik let práce v ženských časopisech, kde se spolupodílela na vytváření onoho „zhoubného“ ženského mýtu skrze nevinné povídky ze života obyčejných žen či výběru témat, které ženy „jistě zajímají“. Spoluurčovala tak tedy také prostor ženského zájmu a myšlení žen (Friedan, 2002 s. 19 – 22).

První pochyby si u sebe začala uvědomovat ve chvílích, kdy se přistihla, že není schopná prožívat každodenní strasti hospodyňky v domácnosti stejně nadšeně jako ony ideální ženy v televizních pořadech, časopisech a reklamách. Péče o domácnost a děti ji neuspokojovala, i přestože se snažila být šťastná. Pod vlivem ženského mýtu však obviňovala spíše sebe samu z neženskosti. Když se však setkala s podobnými pocity u svých bývalých spolužaček z vysoké školy, začala pátrat po příčinách a ponořila se do studia všech souvislostí, které by objasnily, proč a kam se poděla ženská emancipace, a které by nahlédly za mýtus, jež zdánlivě přirozeně vedl ženy k ústupu z veřejného života zpět do kuchyní a ke sporáku (Friedan, 2002 s. 30 – 35).

---

<sup>9</sup> Betty Friedan byla všestranná žena - klinická psycholožka, matka v domácnosti, novinářka, spisovatelka a představitelka feministického liberálního hnutí. Po studiu psychologie na Smith College pokračovala ve studiu na univerzitě v Berkeley, kde jí bylo nabídnuto prestižní stipendium.

Friedan své myšlenky o ženské emancipaci poprvé zformulovala v článku, který po dalších pět let rozpracovávala do podoby knihy. Tedy právě ono setkání s bývalými spolužačkami z vysoké školy a vyslechnutí jejich problémů, které se příliš nelišily od jejich pochyb, a starostí ji inspirovalo k publikování knihy o problému, který nemá jméno (Friedan, 2002 s. 40).

Ženská mystika (*Feminine Mystique*), podle Friedan, prosazuje úlohu ženy jako pasivní bytosti, matky, manželky a hospodyně. Friedan se snažila ženy upozornit, že to není jediná alternativa, která je jim společností nabízena, ale že to je současně také alternativa, jež jim zužuje obzory a vysává přirozenou energii. Friedan tak začala aktivně usilovat o to, aby se ženy odpoutaly od těchto tradičních představ a modelů manželky a matky. Formálně je kniha rozdělena na 14 kapitol, v českém vydání doplněném o 2 předmluvy<sup>10</sup>, které Friedan dopisovala k americkým vydáním po deseti a dvaceti letech, což svědčí o silné popularitě knihy, kterou nejspíš sama Friedan při psaní v letech 1957-1962 nečekala (Friedan, 2002 s. 40).

V prvních kapitolách se autorka věnuje klimatu 50. let ve Spojených státech, kde na pozadí článků z novin a časopisů pro ženy demonstruje sílu ideologie ženské mystiky, která propaguje ženu matku, manželku a hospodyně na úkor žen, jež se rozhodly pro kariéru. Friedan poválečnou situaci v USA konfrontuje se situací 20. a 30. let, protože právě v období mezi dvěma světovými válkami ženy nejvíce těžily z úspěchů první vlny feminismu, osvobozovaly se od tradičních rolí a tomu se také podobala populární ikona ženy té doby. V módě byly ženy nezávislé, zcestovalé, nekonvenční, sportující, schopné řídit auta, letadla, a podobně. O generaci později však časopisy propagují opět ženy hospodyňky, jejichž naplněním je starost o rodinný krb, což je zaměstnává natolik, že spolu s péčí o svůj zevnějšek s cílem líbit se manželovi a opatrování dětí nejsou schopné časově ani psychicky zvládat nic jiného. Pokud se některá hrdinka z časopisu pokusí o proniknutí na jiné pole, než je pole domácnosti, je „po právu potrestána“ neboť tím poškozují vlastní rodinu (Friedan, 2002 s. 45 - 86).

Tyto příběhy podle autorky knihy podvědomě vypěstovaly v ženách všeobecně očekávané modely chování. Vše ostatní, co se vymykalo tomuto ideálu, nebylo zakázané nebo nepřístupné, ale společensky neopěvované, neženské a divné, proto většina žen akceptovala ony vzorce přejaté z okolí a zatoužila o vlastním rodinném krbu na úkor vlastní seberealizace v jiném oboru (Friedan, 2002 s. 86 - 88).

---

<sup>10</sup> V předmluvě ke druhému vydání knihy po 20 letech se Friedan vyjadřuje mimo jiné i ke stavu feminismu v komunistickém Československu.



Friedan na stránkách své knihy rozvíjí teorii, že tato „volba“ jediného správného sebeuskutečnění ženy je produktem všeobecně rozšířeného ženského sebeklamu, který podvědomě ovlivňuje myšlení, a tak určuje hodnoty, normy a vzory chování ve společnosti, aniž by reflektoval změněnou situaci podmínek a úroveň ženské emancipace. Ta byla na konci 50. let jiná, než na počátku 20. století či ve století 19. Snaha první vlny feminismu spočívala v prosazení volebního práva a práva na vzdělání, čímž se otevřel prostor pro ženskou nezávislost na mužích a jejich realizaci ve společnosti nejen v rolích matek, manželek a dcer (Friedan, 2002 s. 90).

V období před vypuknutím druhé vlny byly všechny tyto požadavky feministek první vlny již splněnými sny, skutečností. Chování drtivé většiny žen, které sice na jedné straně masově využívaly svých nově nabitých práv účastnit se voleb a samostatně se podílet na zvolení svých politických představitelů či získávání univerzitního vzdělání, na druhé straně neodpovídalo vizím plné profesní realizace žen ve společnosti (Friedan, 2002 s. 100).

Prosazené ideje první vlny feminismu se tak dostaly do slepé uličky, neboť ženy se po absolvování vysoké školy, vdaly a rezignovaly na snahu aktivně se podílet na rozvoji společnosti. Ženské časopisy a všudypřítomné reklamy na potřeby pro domácnost<sup>11</sup> a kosmetiku nebyly podle Friedan jedinými zdroji převládajícího myšlenkového proudu, který ovlivňoval roli ženy ve společnosti. Tento názor byl obecně přijímán i mezi sociology. Jednak mezi těmi, kteří se stali pokračovateli freudismu a na základě tohoto učení vysvětlovali krizi identity žen. Dalším směrem, který přispěl k upevnění „ženské mystiky“ byla v té době populární teorie strukturálního funkcionalismu. Krize ženské identity se zpočátku projevovala jako „syndrom žen v domácnosti“ a dávala se často za vinu vysokoškolskému vzdělání (Friedan, 2002 s. 145 -160).

Vysokoškolské vzdělání totiž mělo u mladých žen vyvolat pocity svobody a rovnocennosti vůči mužům, ale nepřipravovaly je na role matek a manželek, takže v momentě, kdy se tyto ženy provdaly, což pod vlivem „ženského mýtu“ mohlo být v brzkém věku, se u nich začaly objevovat krize identity. Manželský a rodinný život jim znemožňoval uspokojovat potřeby duchovního naplnění, jak tomu bylo v dobách studií, a všeobecně propagovaný trend ženy v domácnosti je zaměstnával natolik, že se jejich zájem omezil na úzký prostor. V hloubi ženské duše však podvědomě potlačené seberealizační touhy stále přetrvávaly a po nějaké době se opět probouzely v podobě neuróz, nespokojenosti, frustrací (Friedan, 2002 s. 180 - 200).

---

<sup>11</sup> Ženy pod vlivem propagandy masově nakupovaly stále nové a modernější domácí spotřebiče a nástroje do domácnosti, Nakupování také skýtalo jedinou svobodnou sféru a pole realizace. V době vrcholícího ženského mýtu ženy ve Spojených státech představovaly tři čtvrtiny kupní síly.

Výše jmenované proudy ve vědě jednak potvrzovaly v rámci svého paradigmatu stávající stav a jednak vysvětlovaly problémy, které se počínaly objevovat a které lze nazvat krizí ženské identity tak, že ještě více přispěly k jejímu prohloubení. Mnozí psychologové té doby se snažili na neurózy, kterými trpěla část žen aplikovat Freudovi teorie o potlačené sexualitě. Což neodpovídalo poválečné společenské situaci v USA, kdy ženy často zažívaly frustraci z toho, že za války pracovaly a byly soběstačné, avšak po ní se musely vrátit zpět k rodinnému životu a finanční závislosti na muži. Ženský mýtus, je tedy ideologie, která ženu předurčuje k rodinnému životu, výchově dětí, péči o manžela a domácnost ji kvůli zažitým společenským normám neumožňuje artikulovat a definovat důvody její nespokojenosti s vlastním životem (Friedan, 2002 s. 190 -250).

Snahu o rovnoprávnost přičítali tito psychologové nezdravé sexualitě, protože žena je od přírody méněcenná a závislá na muži. Usilování o změnu tohoto "přirozeného řádu" vede k tzv. "komplexu mužskosti" který se projevuje neurózami. Názor, že vysokoškolské vzdělání škodí ženám, podpořil i výzkum sexuologa Kinseye, podle něhož vysokoškolačky hůře dosahují sexuálního uspokojení. Friedan se v knize problematice ženské identity věnuje v několika rovinách, předkládá svým čtenářům množství ukázek vědeckých studií, uvádí zde analýzy nejpopulárnějších amerických ženských časopisů té doby a taktéž názory významných psychologů, sociologů, antropologů a dalších uznávaných odborníků (Friedan, 2002 s. 372 - 400).

Tyto poznatky doplnila Friedan řadou rozhovorů, které názorně ilustrují vliv ženského mýtu na mentalitu žen a z toho vyplývající společenské důsledky, jenž přináší prosazování stereotypů na všední život společnosti. Friedan přitom čerpá ze své práce pro noviny a ženské časopisy. Soudí, že mají vliv na formování ženské identity a utvrzují ženy ve správnosti ženského mýtu, podobně jako reklamy zaměřené na ženy (Friedan, 2002 s. 420 - 443).

Poněkud provokativně Betty Friedan v jedné ze závěrečných kapitol připodobňuje ženy uvězněné v ženském mýtu k vězňům koncentračního tábora za druhé světové války. Vězni byli stejně jako ženy zbaveni vlastní individuality. Byli nuceni splynout v davu, otupět, zpasivnět. Tato proměna probíhala u obou postupně, a tak ani nebyla plně uvědomována.

Tato skutečnost je podle autorky ve svých důsledcích neblahá nejen pro samotné ženy, ale i pro její blízké a pro celou společnost (Friedan, 2002 s. 490 - 520).

Žena nemůže naplnit svou přirozenou lidskou potřebu sebeaktualizace, jak americký psycholog Abraham Maslow označuje jednu z nejdůležitějších potřeb. Odpovědí na ženský mýtus není odvrátit se od rodiny kvůli kariéernímu růstu, ale nalézt střední cestu, která dovolí ženě tvořivě nalézt samu sebe (Friedan, 2002 s. 490 - 520).

V doslovu autorka popisuje bouřlivé reakce, které její kniha u veřejnosti vyvolala. Z dnešního pohledu může být překvapivé, s jakými kritikami se ve svém okolí musela zásluhou tématu, jež otevřela, osobně potýkat. Vášnivá debata nicméně svědčí o tom, že byla tato otázka ve společnosti skutečně bolestně přijímána jako problém. Přitom Betty Friedan podle svých slov rozhodně nepatří k radikálním feministkám a v závěru své knihy mluví o své roli matky a babičky a o potřebě zastat se mužů, neboť i oni žijí pod tlakem mužské mystiky. Nevymezuje se tedy proti mužům. Její snahou je, získat pro ženy více prostoru pro naplnění jejich vlastních potřeb a cílů (Friedan, 2002 s. 525 - 540).

V roce 1966 byla pod vedením Friedan založena významná americká organizace NOW (National Organization for Women), Národní organizace žen. Friedan se stala první prezidentkou této organizace. V roce 1971 se zasloužila o vytvoření Národního klubu žen v politice. Do agendy činnosti organizace spadalo prosazování dodatku o rovnoprávnosti (dodatek, který se feministky snažily přidat do americké ústavy). NOW se taktéž angažovala v problematice reprodukčních práv včetně zajištění svobodné volby žen v otázce interrupcí. Činnost NOW ale také ukazuje, že tehdejší feminismus nebyl pro "všechny". Feministické hnutí totiž nebylo příliš přátelské k ženám s lesbickou sexuální orientací (Friedan, 2002 s. 15).

Friedan na kongresu NOW v roce 1970 nazvala lesbismus "levandulovou hrozbou" ženského hnutí. Podle ní lesbický aktivismus pouze odváděl pozornost od skutečné diskriminace žen. Stejným způsobem byly z agendy NOW vyloučeny například otázky týkající se rasové diskriminace. Emancipace černošských žen nebyla chápána jako problém, který si zasluhuje zvláštní pozornost. Později Friedan své radikální postoje k lesbám přehodnotila a omluvila se jim (Friedan, 2002 s. 16).

### **3. RODINA – VÝVOJ INSTITUCE RODINY**

Kapitolu věnovanou rodině jsem se do své diplomové práce rozhodla zařadit, protože se zabývám analýzou rodinného sitcomu. Z toho důvodu jistě práci neuškodí, když zde načrtnu základní vymezení rodiny v chápání euroamerické společnosti a nejvýznamnější sociologické teorie, které se rodinou zabývají. Rodina je instituce, která představuje sociální zřízení, jehož základním účelem je vytvářet soukromý prostor pro reprodukci společnosti. Tento soukromý prostor má být chráněn proti nepřehlednému světu "tam venku." Rodina chrání své členy. Základní rodina – atomizovaná rodina má jasně daný tvar a vnitřní uspořádání – matka, otec, děti. Jako sociální instituce brání společenský systém před

chaosem a zhroutilím. Jak uvádí Možný, sociologové si mohli být dlouho jistí, že rodina se ve svých funkcích a základní struktuře neliší příliš od toho, jak vypadala na počátku naší civilizace. Domnívali se také, že může do jisté míry předpokládat, že jde o prvek neměnný a rodina bude mít stejnou strukturu a funkci i za mnoho dalších let či staletí, navzdory měnící se společnosti (Možný, 2006 s. 14 - 15).

Ovšem s nástupem průmyslové revoluce a počátkem 20. století se začaly staré sociální struktury přeměňovat. Klasická měšťanská rodina 19. století měla přísně patriarchální strukturu, což bylo dáno historickým vývojem kulturního prostředí euroamerické civilizace. Již ve starém antickém Řecku byla demokratická společnost postavena na rovných právech svobodných mužů. Ženám příslušel vnitřek domů a stinná zákoutí dvorků. Prostorem svobody a rovnosti byla pouze veřejná polis, zatímco rodina byla spoutána přísnými hierarchickými normami (Možný, 2006 s. 14 - 15).

Rodina jako základní společenská instituce byla a je předmětem zájmu sociologů. Existuje několik hlavních teorií, které se rodinou zabývají. Strukturální funkcionalismus jako jeden z hlavních proudů v sociologii dokázal přijít se sociologickou vizí rodiny, jenž funkčně zapadala do systémové teorie společnosti. Podle ní si lidé vytvářejí takové systémy vnitřního uspořádání, které jsou pro ně z praktického hlediska funkční a výhodné. Oproti tomu vznikla v padesátých letech ještě jedna velká teorie rodiny formulovaná Williamem A. C. Goodem, která nevycházela z funkcionalistického a strukturálního pojetí ale historických a antropologických srovnávacích bádání. Na konci 60. a 70. let pak jako názorový protipól k vládnoucímu strukturálnímu funkcionalismu vznikají pokusy formulovat teorii rodiny v rámci konkurenčních sociologických paradigmat. Objevují se v teorii sociální směny, v teorii sociálního konfliktu i ve fenomenologicky orientované sociologii často se zapojením symbolického interakcionismu a sociálního konstruktivismu. Tyto teorie věnují významnou pozornost rodinnému chování člověka. S příchodem alternativních paradigmat ale fakticky dochází k rozpadu jednotného pohledu na rodinu, který dosud nebyl překonán (Možný, 2006 s. 17).

Možný dále uvádí, že rodina je univerzální lidská instituce je však i základním kamenem sociální nerovnosti, v reprodukčním chování, v rozdílném způsobu péče o děti i povahou výbavy kulturního a sociálního kapitálu přenáší rodina nerovnost z generace na generaci a přispívá tím k stabilitě nespravedlnosti lidského údělu (Možný, 2006 s. 18).

#### 4. CO JE SERIÁL? ZÁKLADNÍ ČLENĚNÍ

Seriál je jedním ze základních narativních principů, které se užívají v masových médiích na celém světě. Jeho základní charakteristikou je propojení většího množství jednotlivých mediovaných sdělení, s tematickou či jinou vzájemnou návazností. Seriály se masovým médiím vyplatí především z ekonomického hlediska. Upevňují loajalitu diváků k danému médiu a vyvolávají kontinuální pozornost publika s určitými předvídatelnými socioekonomickými vlastnostmi. Jednoduše řečeno romantický seriál přitahuje především ženy a je proto vhodné přizpůsobit skladbu reklamy vysílané v době, kdy běží seriál preferencím ženského publika. Zato reklamy vysílané v čase kdy běží kreslené seriály určené pro děti, mohou být zaměřeny na dětského konzumenta. Média tak vlastně vycházejí vstříc zájemcům o koupi reklamního času či prostoru (Reifova 2004, s. 225).

Seriál funguje na bázi ustálené situace a omezeného počtu ústředních postav, kolem kterých se pohybují sekundární postavy. Vytvářejí dojem, že nový příběh je odlišný od těch předchozích, i když narativní schéma se v podstatě nemění. U seriálu je hlavní navození divákovy dojmu, že si užívá novosti příběhu. Zatímco ve skutečnosti veškerý požitek plyne z opakování narativního schématu.

Seriál reaguje na potřebu sledovat stejný příběh. Nechat se utěšovat "návratem stejného" jen na povrchu zamaskovaného. Seriály své konzumenty vlastně utěšují, protože odměňují naši schopnost předvídat. Diváci mohou obdivovat vlastní schopnost odhadnout, co se stane. Jsou uspokojeni, protože znovu a znovu nalézají to, co očekávali. Což divák nepřipisuje samozřejmosti narativní struktury, ale svému důvtipu, čili předpokládané schopnosti předvídat výsledek děje, aniž by si uvědomoval, že autor sestavil příběh tak, aby divák uhodl konec (Eco 2009, s. 96).

Arthur Asa Berger rozlišuje čtyři základní užití seriality. Za prvé se jedná o tzv. nové pokračování (retake). Kolem postav z předešlého úspěšného příběhu je vystavěn nový děj. Návaznost na předchozí díly je jen omezená. Za druhé tzv. novou verzi (remake), jedná se o totožný příběh, kdy je původní příběh převyprávěn pomocí nového obsazení, režie nebo prostředí. Za třetí tzv. sérii kolem hlavních postav je vyprávěn nový příběh, případně několik příběhů. A za čtvrté tzv. ságu, jde o mnohočetné pokračování v dlouhodobém časovém intervalu (Reifova 2004, s. 225).

Tudor Oltean rozlišuje seriály na základě paralelního a lineárního vývoje. Klasickým schématem série bývá uspořádání v podobě lineárního vývoje, kdy se dějová linka vyvíjí stále kupředu a má logickou posloupnost v čase. Paralelní vývoj je naopak upřednostňován v seriálech, zde se odvíjí několik dějových linek současně. Seriál přechází od jedné vývojové linky k další. Jedná se vlastně o metapříběh, s postupně se rozvíjejícími dějovými liniemi. Na odlišnost mezi seriálem a sérií upozorňuje také Denis McQuail. Série se podle něj skládají ze souborů oddělených příběhů, jenž se v každé epizodě uzavřou. U seriálů naopak děj pokračuje bez konce od jedné epizody ke druhé. Oba typy příběhů, ale zachovávají kontinuitu díky postavám figurujícím v příběhu (Reifova 2004, s. 225).

K rozšiřování okruhu publika mediálních obsahů vystavěných na principu seriality vznik text třetí úrovně, který má charakter intertextuality.<sup>12</sup> Tyto texty vznikají při vzájemné komunikaci mezi diváky, fanoušky seriálu. Mohou vyvolávat sociální tlak. Diváci mají potřebu seriály sledovat, aby si o nich mohli povídat se svými známými, kteří ony seriály taktéž sledují. (Reifova, 2004 s. 225)

Se seriály jako takovými je úzce spjat žánr soap opery<sup>13</sup> neboli česky mýdlové opery. Žánr se poprvé objevil na začátku 30. let v americkém komerčním rozhlase. Jednalo se převážně o melodramatické příběhy pro ženy vysílané hlavně v dopoledních hodinách. Délka prvních mýdlových oper zpravidla nepřesahovala patnácti minutovou stopáž.

Později se mýdlová opera stává jednou z hlavních náplní programového schématu komerčních televizí. Mnohdy se objevuje v prime time a získává si milióny diváků. Soap opery jako byl Dalas nebo Dynastie si získaly celosvětovou popularitu. Výhodu tvorby mýdlových oper pochopily také české televize, které natočily vlastní úspěšné pořady například Velmi křehké vztahy nebo Ulice. Pro žánr jako celek je typické cyklické pojetí času, důraz kladený na mezilidské vztahy. Cílovou skupinu publika tvoří ženy - matky (Volek s. 2005).

---

<sup>12</sup> Intertextualita označuje jakýkoliv vztah textu k jinému textu. V obecnější rovině je intertextualitou myšleno to, že jakýkoliv vznikající text se rodí z již vzniklého textu. U nás se intertextualitě věnoval Mojmir Otruba. Intertextualita je pro něj obecnou vlastností textu. Chápe ji jako vztah mezi znaky, který může zahrnovat i znaky non – umělecké a non – verbální.

<sup>13</sup> Označení soap opera se poprvé objevuje koncem 30. let a to jako hanlivé označení hlavních sponzorů ženských seriálů, kde v souladu se zaměřením seriálů figurovaly potřeby pro domácnost, v podobě nejrůznějších domácích čistících. Dalším charakteristickým rysem tohoto typu seriálu byl přehnaný důraz na emocionalitu.

## 4.1. TELEVIZNÍ SERIÁLY

Přestože seriál jako vyprávěcí forma existoval již před vznikem televize<sup>14</sup>, jeho největší rozmach je spjat právě s tímto médiem (Korda 2010).

Fenomén televizních seriálů přináší úplně nový koncept "nekonečnosti textu". Neboli text získává stejný denní rytmus v jakém je produkován, a který odráží. Problém podle Eca není v tom, že text seriálu pracuje s nekonečnými variacemi na jedno základní téma. Skutečným problémem je to, že zajímavé nejsou jednotlivé variace jako spíše "variabilita" coby formální princip, skutečnost, že člověk může vytvářet variace do nekonečna. Přitom nekonečná variabilita má všechny vlastnosti opakování a jen velmi málo inovace. Podle postmoderní etiky je třeba si vychutnat, že řada možných variací je potencionálně nekonečná. Oslavuje se zde cosi, jako vítězství života nad uměním. Například v seriálu Columbo schéma detektivní práce a psychologie hlavního hrdiny sice zůstávají beze změny, ale styl vyprávění se díl od dílu mění. V minulosti se teoretici masových médií snažili zachránit důstojnost opakování tím, že v něm rozpoznávali možnost tradiční dialektiky mezi schématem a inovací. Hodnotu přitom tvořila inovace, která zachraňovala mediální produkt před degradací. Nyní je ale nutné klást důraz na nerozdělitelný uzel schéma-variace, kde variace už není hodnotnější než schéma (Eko 2009, s. 107 - 108).

V severní Americe se seriál stal dominantním typem televizních pořadů už v 70 letech. Pokrytí většiny vysílacího času soukromých televizí mnoha dílnými seriály je podle Jakuba Kordy zcela racionální. K výhodám seriálu lze podle něj řadit hned několik premis. Seriál umožňuje vytvářet dějové zápletky kolem omezeného okruhu postav a to v prostředí poměrně stálých, neměnných kulis. Pro soukromé televize je to ekonomicky výhodné. Náklady na produkci seriálu jsou díky výše zmíněným faktům mnohem nižší než například v případě výroby nových televizních filmů. „Minimalizují se produkční náklady na výrobu studiových dekorací či kostýmů. Ekonomicky výhodné jsou ostatně i dlouhodobé kontrakty s herci, scenáristy a dalšími členy štábu“<sup>15</sup> (Korda 2010).

---

<sup>14</sup> Slovo televize pochází z řeckého téle – na dálku a vision – vidění. Televize je elektromagnetický systém přenosu obrazu (buď černobílého, barevného) spojeného se zvukem a to vždy pomocí zařízení, které je schopné konvertovat obraz a zvuk v elektrické vlny (vysílač) a opět je převést do viditelného světelného proudu a následně transformovat do vysílaného obrazu a zvuku. Prostřednictvím televize je nabízen mediální obsah jako například, televizní inscenace, reality show, zpravodajství, seriály a mnoha dalšími mediálními produkty. Televizní vysílání je samostatným odvětvím mediálního průmyslu, podobně jako například rozhlas a tisk. Z hlediska vlastnictví a demokratické tradice ji lze rozdělit na soukromou, veřejnoprávní popřípadě státní. (Reifova s. 259 - 260).

<sup>15</sup> Nový televizní seriál/od triumfu k soumraku, Korda Jakub. [online]. 7. 5. 2010  
<http://cinepur.cz/article.php?article=1866>

Další výhodou je skutečnost, že pravidelné vysílání seriálu v určitých dnech a časech televizím umožňuje oslovit stálé publikum, které se k televizním obrazovkám vrací, aby nepřišlo o pokračování svého oblíbeného příběhu. Diváci v případě úspěšných seriálů dokonce vytváří fanouškovské základny a kupují nejrůznější reklamní předměty související se seriálem, jako jsou třeba trička, samolepky, knížky a podobně.<sup>16</sup> Publikum televizních seriálů je poměrně jednotné, co se týče demografické struktury, okruhu zájmů či diváckého vkusu. Dá se s ním tudíž poměrně snadno nakládat jako s komoditou, kterou lze nabízet zadavatelům reklam. Mechanismu serializace se díky výše zmíněným výhodám postupně začaly podřizovat i televizní pořady, které by mohly docela dobře stát samostatně (Korda 2010). Ještě v 80. letech bylo možné rozdělit televizní vyprávění do dvou převažujících typů, a to na seriál, který se zpravidla vysílal během klasického denního programu a sérii, ta naopak dominovala prime time. Seriál se v tomto pojetí dá definovat jako kumulativní vyprávění rozvíjející se napříč jednotlivými díly. Pro tuto formu vyprávění je také charakteristické více narativních linií a více navzájem si rovnocenných protagonistů, hybatelů děje v jednom seriálovém dílu. Postavy nejsou z psychologického hlediska strnulé, naopak mají tendenci se v rámci děje směřujícího kupředu vyvíjet (Korda 2010).

Naproti tomu hlavní dějová linka série se rozvíjí pouze v rámci jednoho dílu. Častý bývá i nižší počet ústředních hrdinů, kteří se z psychologického hlediska nevyvíjejí. Podle Jakuba Kordy byly ukázkovým typem těchto pořadů kriminálky či policejní dramata typu Columbo. V 90. letech se toto stávající dělení na seriály a série ukázalo jako nedostačující. „Do epizodicky koncipovaných televizních pořadů začaly stále více pronikat prvky seriálu, epizody byly stále více zastřešovány kontinuálně se rozvíjejícími příběhovými liniemi, postavy už nebyly jednoznačně charakterově fixované.“<sup>17</sup> Hlavní vysílací čas v devadesátých letech stále častěji zaplňují nekonečné seriály oddalující happyend, které se dříve vysílaly převážně v dopoledních hodinách. Jednou z příčin této změny byl podle Jakuba Kordy příchod digitální televize. Konkurence byla najednou mnohem vyšší, k tradičním televizím s šířeným prostřednictvím analogového formátu přibyly satelitní a kabelové televize.

---

<sup>16</sup> Také seriál *The Simpsons*, který jsem si zvolila jako předmět své analýzy, má milióny fanoušků po celém světě. Existuje bezpočet fanouškovských fór seriálu i reklamních předmětů s Bartem Simpsonem, Homerem Simpsonem či celou jejich rodinou. I u nás jsou k dostání například hrnky, osušky, plyšové figurky a další drobnosti. Koupit si ale lze i oblíbené pivo Homera Simpsona, Duff a to včetně originálního provedení pivních tácků a otvíráků na lahvové pivo.

<sup>17</sup> Nový televizní seriál/od triumfu k soumraku, Korda Jakub. [online]. 7. 5. 2010  
<http://cinepur.cz/article.php?article=1866>



Televizní stanice se musely začít orientovat na menší publika. Jednotlivé televizní kanály si začaly vytvářet jasně definovatelnou identitu, kterou se chtěly odlišit od ostatních televizí na trhu a tím si vytvořit stálou a poměrně věrnou diváckou základnu. Vznikají specializované žánrové televize, které v prime time vysílají jeden či dva původní seriály, s přesahem do multimediálního světa. Loajální publikum je ochotné si o seriálu kupovat knihy, baží po originálních reklamních předmětech, sleduje virální videa s upoutávkou na další díly seriálu, které nachází na fanouškovských webových stránkách a podobně. Televizní seriál současnosti se podle Jakuba Kordy vyznačuje poměrně vysokými náklady na jeden díl, blízcími se někdy až rozpočtu celovečerních filmů, dále složitou narativní strukturou, důkladnější prací se střihem a stylovými prostředky. Do seriálu se v současnosti začínají najímat známí herci z filmového plátna (Korda 2010).

Jednou z užívaných taktik, která má podpořit sledovanost nových, ještě neetablovaných seriálů a zároveň má navodit dojem vzájemné provázanosti prostředí, je angažování herců v několika souběžně vysílaných seriálech téže televizní stanice. Posiluje se tím zároveň také identifikace diváků s produkty daného televizního kanálu, protože jsou díky pravidelnému sledování obou seriálů schopni odhalit jakoby "skrytá" poselství vložená do děje. Divák může mít dojem, že je za pravidelné sledování "odměněn" hlubšími znalostmi souvislostí. Jak uvádí Jakub Korda, za výše uvedenými změnami stála snaha velkých západních televizních společností vyrovnat se úspěchu placeného televizního kanálu HBO, který se na počátku nového milénia stal měřítkem kvality, protože byl díky větší míře nezávislosti na inzerentech schopen přitáhnout talentované scénáristy a producenty. Dařilo se mu také zpracovat divácky zajímavé náměty a kontroverzní společenská témata (Korda 2010).

Vzhledem k současnému vývoji mediálního trhu, kde se pozornost publika dělí mezi stará média, kam patří i televize a nová média, reprezentovaná internetem, nelze s jistotou předpokládat, že se budoucí vývoj seriálové tvorby, bude ubírat právě tímto směrem. A to i přesto, že právě cesta naznačená produkcí HBO jakou je například úspěšný seriál Sex ve městě, Hra o trůny či Ztraceni, je podle mnohých kritiků i fanoušci televizních seriálů správná. Extrémně vysoké náklady na výrobu seriálu totiž nemusí být pro televizní společnosti únosné. Nevýhodou takto koncipovaných seriálů může být fakt, že komplikované zápletky vyžadují soustředěného diváka, který bude v době vysílání sedět před obrazovkou a hltat každý díl seriálu. Na to mnozí diváci nemají ani při nejlepší vůli čas (Korda 2010).

Mohou se pochopitelně na uveřejněné díly seriálu podívat i zpětně. A mnozí to také udělají. Avšak médium, které ke sledování využijí, s největší pravděpodobností nebude televize, ale internet. Televizním společnostem kvůli takovýmto divákům proklouzávají příjmy z reklam mezi prsty. Naopak nekonečné seriály rozvleklé do mnoha dialogů několika málo ústředních postav odkazujícím v rozhovorech na předchozí děj příliš soustředěného diváka nevyžadují. Sledovat je lze souběžně s jinými činnostmi anebo některé z dílů i vynechat bez hrozby pozdějšího nepochopení pointy (Korda 2010).

## **4.2. SITCOM JAKO SPECIFICKÝ ŽÁNŘ**

Českým názvem pro sitcom je situační komedie. Jedná se o specifický druh komedie. Formát sitcomu vznikl v rádiu ve dvacátých letech 20. století v Americe. Dnes je běžný hlavně v televizi. Pro žánr sitcomu je typické, že charakter postav, jejich zvyky a způsoby chování se nevyvíjejí, zůstávají po celou dobu vysílání stejné, bez ohledu na to kolik má sitcom epizod. V tom se liší například od dramát nebo soap oper, ve kterých postavy zpravidla procházejí nějakou proměnou. Jedním z hlavních rysů sitcomu je to, že je postavený na vtipných dějových zápletkách, které se velmi často odehrávají v obyčejném prostředí každodenního života. Do této kategorie spadají rodinné situační komedie, které se odehrávají doma. Dalším typickým místem, kam bývá děj situační komedie zařazen, je pracoviště nebo škola. Pokud je děj sitcomu situován do nevšedního místa nebo jsou postavy něčím netypické (příkladem takového prostředí je třeba vesmírná loď obývaná kosmonauty) pak jsou zápletky většinou stylizovány do reality všedního dne. Děj se skládá z vtipných dialogů a točí se nejčastěji kolem malých denních problémů. Některé sitcomy mají vtipy zdůrazněné namíchaným zvukem smějícího se publika – pro tento zvuk se používá též označení „laugh track“. Smích má navodit příjemnou atmosféru sdíleného. Divák nechce být se svým smíchem osamocen (Slunčík, 2010, s. 9. - 10.).

Mezi první televizní sitcomy patří seriály jako I Love Lucy či The Honeymooners. Mezi divácky nejznámější a nejúspěšnější hrané sitcomy posledních desetiletí patří: Jak jsem poznal vaši matku, (How I Met Your Mother); Přátelé, (Friends); Krok za krokem, (Step By Step); Teorie velkého třesku, (The Big Bang Theory); Červený trpaslík, (Red Dwarf); M\*A\*S\*H; Ženatý se závazky, (Married...with Children) či český Comeback (Slunčík, 2010, s. 11.).

Jak jsem již zmínila, sitcom vznikl ve Spojených státech amerických a ty stále stojí na pomyslném žebříčku, co se týče počtu natočených sitcomů i jejich celosvětové úspěšnosti. Většina severoamerických situačních komedií trvá zhruba půl hodiny, samotný příběh je dlouhý zhruba 22 minut a zbylých osm minut zabírají reklamy. Mimo USA se používá i jiný formát, který může být i delší než zmíněných 22 minut. Sitcomy v USA často v první sérii mívají až 20 epizod. Kanadské sitcomy mají v průměru 14 epizod, o dost kratší jsou úvodní série britských sitcomů, ty mají obvykle pouze šest epizod (Slunčík, 2010, s. 15.).

Americké sitcomy jsou často psány velkými skupinami scénáristů během zasedání kulatého stolu, občas ale bývá zvykem i to, že jednu epizodu napíše hostující spisovatel. Zato většina britských situačních komedií je napsána jedním nebo dvěma lidmi, i když v poslední době se u některých druhů sitcomu osvědčil trend čtyř spisovatelů. Odlišný styl psaní dodává žánru situační komedie na bohatosti. V různých zemích díky tomuto faktu vznikají odlišné typy sitcomů. Z USA pocházejí většinou satiry a parodie. Od roku 1947 se zde napsala a zrealizovala spousta sitcomů včetně těch zaměřených na děti a mládež. Vzniklo zde také mnoho dalších specifických sub-žánru. První z nich se začaly natáčet už v padesátých letech, ale výrazněji se prosazují až od sedmdesátých let. S tím jak se televize zaměřovaly stále na užší segmenty publika, se také rozvíjeli sub-žánry. Specifickým fenoménem je například černý sitcom. Což je sitcom, v němž hrají převážně afroameričani (Slunčík, 2010, s. 35.).

Situační komedie začínala v americkém rádiu. Dokonce známe přesné datum, což u jiných žánrů nebývá vždy pravidlem. Formát situační komedie vznikl 12. ledna 1926. Prvním sitcomem byl Henry Sam 'n' na WGN odehrávající se v Chicagu. Nebyl příliš dlouhý, trval jen 15 minut, zato jej posluchači mohli slyšet každý den. Později byl přepracován a v roce 1928 se přestěhoval na jinou stanici, kde ho přejmenovali na Amos 'n' Andy. Ve své době šlo o jeden z nejúspěšnějších sitcomů své doby. Sitcom byl podobně jako mnoho ostatních rozhlasových programů formou americké zábavy, která navazovala na tradici estrád. K dalším velmi úspěšným sitcomům, které ovlivnili nejen své posluchače, ale také tvůrce jiných pořadů patřil třeba Jack Benny Program, který mimoto sloužil jako varieté (Slunčík, 2010, s. 26. – 27.).

Jeho radiová verze se začala vysílat v roce 1932 a sitcom mohli posluchači pravidelně slyšet až do roku 1955. Jedním z neúspěšnějších rádiových sitcomů všech dob byl Lhář McGee a Molly. Hrál se v letech 1935 - 1959. Od nástupu televize se sitcom dále prosazoval především na obrazovce. Šlo o jeden z prvních žánrů, které byly uzpůsobeny pro toto nové médium. Většina sitcomů trvala půl hodiny a vysílala se každý týden. Z počátku se často nejednalo o původní autorské příběhy. Mnohé z prvních televizních sitcomů byly úpravy stávajících rozhlasových situačních komedií, jako například Jack Benny Program, často měly sloužit rozhlasovým případně filmovým hvězdám k prosazení se v novém vizuálním médiu. Používal se jiný postup natáčení, než je běžné dnes. První situační komedie byly vysílány živě, některé z nich ani nebyly nijak zaznamenávány. Nové médium si ale vyžádalo nové metody výroby a v sitcomu se záhy začínají při tvorbě jednotlivých dílů využívat filmové postupy, avšak bez použití několika kamerových záběrů, jak je běžné dnes. Situační komedie se postupem času začala dělit na komedie odehrávající se doma a odehrávající se na pracovišti, případně ve škole (Slunčák, 2010, s. 10 - 11.).

Doslova revoluci v chápání televizní zábavy přinesl sitcom I Love Lucy, který je řadou amerických kritiků považován za nejlepší sitcom všech dob. Režisér a producent William Asher, bývá dokonce někdy označován jako člověk, který vynalezl sitcom. Mimo režie I Love Lucy natočil mezi roky 1950 až 1970 kolem dvou desítek velmi dobře hodnocených situačních komedií a to jak diváky, tak filmovými kritiky.

I Love Lucy byla v podstatě klasická love story glosující život mladého manželského páru. Hlavními hrdiny příběhu byli Lucy a Ricardo. Postava Lucy byla naivní, ctižádostivá a hyperaktivní s neuvěřitelným talentem dostat se do problémů. Děj seriálu je postavený na kontrastu mezi Lucyiným ztřeštěným chováním a obrovskou energií, kterou dokáže vynaložit na provedení svých nápadů a stoickým klidem až pasivitou jejího manžela, Ricarda. Jde o sitcom, parodující dokonalý ideál rodiny z reklam na prací prášky, prezentovaný obyčejnými nedokonalými lidmi, kteří musí řešit každodenní problémy. Za rouškou humoru se tak často skrývají mnohem hlubší témata, reflektující dění v tehdejší americké společnosti (například bytová krize). Také šlo o první sitcom, který se odehrával v Kalifornii a ne v New Yorku, jak bylo tehdy obvyklé. I Love Lucy nebyl nový pouze tím, že nastolil nová témata, originální byl, i v postupech při natáčení. Nebyl natáčen živě a vysílán do celé země, jak bylo zvykem, ale byl předtočen. Z tohoto důvodu také měl mnohem lepší kvalitu obrazu, než by tomu bývalo při přímém přenosu. Jednotlivé díly bylo navíc možné opakovat (Slunčák, 2010, s. 14.).

Další inovace spočívala v počtu kamer, které snímaly děj. Namísto obligátní jedné kamery byly použity tři, snímající prostor z různých úhlů a v různých sekvencích. I Love Lucy také předznamenal počátek ustálení typologie postav v sitcomu. Rozdělení rolí dvou hlavních protagonistů bylo jednoznačně dané. Rovnice energická žena a pasivní manžel byla roznětkou mnoha výbušných situací, které vedly k salvám smíchu. Přesto se sitcom nevymanil z některých generových stereotypů běžných v padesátých letech (Slunčík, 2010, s. 14.).

V šedesátých letech v žánru převládají domácí komedie z prostředí běžné rodiny, nebo života manželského páru. V polovině šedesátých let, se v sitcomu začínají objevovat fantastické prvky. K těm nejvíce pouťovým patřili džinové a čarodějnice. Dalším netradičním zpestřením, které může vyvolávat úsměv na rtech je propojení prvků kresleného komiksu a situační komedie. Vznikají výstřední sitcomy, jako je například Addamsova rodina. Používá se taktéž více živé akce, zejména ve špionážním sub žánru sitcomu jako byla například parodie Batmana. I přes nesporné výhody natáčení na více kamer se v šedesátých letech stále nejčastěji při natáčení používá jedna kamera. Má to však i své výhody. Pouze jedna kamera je totiž s ohledem na efekty používané v sitcomech praktičtější. V této době také vznikají další subžánry jako je animovaný sitcom a sci-fi sitcom (Slunčík, 2010, s. 32.).

V sedmdesátých letech se mění struktura amerických sitcomů. Z platformy bezstarostného humoru se najednou začíná stávat místo, kde se řeší kontroverzní problémy a témata, kde by dříve smích budil pohoršení jako je třeba feminismus či válka. Společenská tabu boří třeba velmi populární sitcom M\*A\*S\*H. Typické je pro tuto dobu rasově rozmanité obsazení. Výrazný americký režisér Norman Lear často používal žánr situační komedie jako formát pro řešení sociálních problémů, do tohoto ranku spadají sitcomy jako Všichni v rodině, Jeffersons a Dobré časy. Mění se také technická stránka natáčení. Vrací se postup využívající při natáčení několik kamer (většinou tři). Jednotlivé epizody jsou natáčeny ve studiu před živým publikem. Převážná většina sitcomů z této doby se zaznamenávala na videokazetách. V sitcomech režiséra Boba Newharta je patrný návrat k původní kabaretní tvorbě a práci stand-up komiků, ze které původní sitcom vychází. Bob Newhart tím předznamenal trend osmdesátých a devadesátých let. Úspěch s nostalgií vracející se do padesátých let slavil v polovině sedmdesátých let také režisér Garry Marshall se sitcomy, jako Zvláštní pár, Happy Days, Laverne a Shirley a Mork a Mindy. Sexuální téma otevřel sitcom Muž v domě natočený na konci sedmdesátých let ve Velké Británii a jeho americký remake. Provokací balancující na hranici korektnosti byl sitcom parodující mýdlové opery, Mary Hartman, který posunoval svou kontroverzností hranice přijatelnosti televizních sitcomů (Slunčík, 2010, s. 33.).

V osmdesátých letech, se proslavil stand-up komik Bill Cosby svou rolí v sitcomu *Cosby Show*. Spousta amerických situačních komedií z osmdesátých let, jako je například *Full House*, se vrací k tématům rodiny a vztahů rodičů s dětmi. Zároveň se tehdejší sitcom už tolik nesoustředí na sociální otázky. Točily se spíše dlouhotrvající a méně kontroverzní sitcomy jako *Jeffersons* a *Alice*. Koncem desetiletí, se objevuje parodie na rodinné typy sitcomů, jako byl jízlivý *Ženatý se závazky*, a *Simpsonovi*. *Golden Girls*, byl sitcom o čtyřech postarších dámách sdílejících společné bydlení v Miami. Od poloviny osmdesátých let se prosazuje kabelová televize a roste počet televizních programů. Televize se začíná specializovat a zaměřuje se na konkrétní cílové skupiny, to se pochopitelně týká i sitcomu. Počátek devadesátých let znamenal znovuzrození animovaných sitcomů a tento trend, pokračuje dodnes. Nejúspěšnějším animovaným sitcomem jsou *Simpsonovi*. Seriál je zároveň nejdéle vysílanou situační komedií v americké historii. K dalším úspěšným animovaným sitcomům od stejných tvůrců patří také seriál *South Park* a *Futurama* (Slunčík, 2010, s. 33.).

V polovině devadesátých let se začíná prosazovat odlišný model sitcomu. V situační komedii *Seinfeld*, což je jedna z nejpopulárnějších amerických situačních komedií devadesátých let, je patrný vývoj ve vztahu mezi protagonisty – seriálovými přáteli, který současně používá určité prvky mýdlové opery. Mezi další úspěšné situační komedie z této doby patří: *Jsem do tebe blázen* (*Mad About You*), *Will & Grace*, *Roseanne*, *Všichni milují Raymonda* (*Everybody Loves Raymond*), *Harry a Hendersons* či *Sabrina, mladá čarodějnice* (*Sabrina, the Teenage Witch*).

Na počátku nového tisíciletí došlo k znovuzrození jedné kamery. Nedávno se prosadil styl pocházející z Velké Británie, kde je typická snaha o dokumentární nádech situační komedie. Tento trend lze sledovat například v seriálech *kancelář* (*Office*) nebo *Moderní rodina* (*Modern Family*). Jelikož je řada tradičních sitcomů natáčena více kamerami ve studiu před živým publikem, používá lineární styl vyprávění a odehrává se v několika málo dekoracích. Většinou 3 až 4. V poslední době se ale častěji používají filmové postupy. Natáčí se v reálném prostředí na jednu kameru. Poměrně běžně se používá nelineární způsob vyprávění (flashbacky, dělané obrázky) natáčení v exteriérech nebo několikanásobně vrstvené dějové linky. Což je vidět například v sitcomu *Jak jsem poznal vaši matku* či v seriálech, které stojí na pomezí sitcomu: *Sex ve městě* (*Sex and the City*), *Ally McBeal* (Slunčík, 2010, s. 33.).

Většina sitcomů se odehrává v jasně vymezených dekoracích, které od sebe divák rozezná na první pohled. Dekorace nejsou na rozdíl od dialogů až tak podstatné. V rodinných sitcomech se většina dialogů odehrává v obývacím pokoji na sedačce, případně u kuchyňského stolu. Divák tuší, že v domě se nalézají i ložnice, další pokoje či koupelna i záchod. Ve skutečnosti je ale nikdy neuvidí.<sup>18</sup> Sitcom nelze hrát v dekoracích kopírujících reálné prostředí.

Žánr totiž vyžaduje určitý způsob herecké akce, svícení a snímání. U vícekamerového natáčení není možné stále přestavovat kulisy jako je to běžné u klasického filmového natáčení. Dekorace musí být postavená tak, aby se dala bezestínově nasvítit, jak herce, tak celkovou scénu a výsledný záběr vypadal dobře. Dekorace v sitcomu většinou bývají větší, než je tomu v reálu. Stěny jsou vysoké 4 metry, dveře a nábytek u stěn bývají vyšší než, ve skutečnosti. Forma dekorací v amerických sitcomech se ustálila někdy v 70. letech. Je zvykem používat dokonale propracované dekorace, které nepůsobí studiově. Rodinné sitcomy, jako je například *Ženatý se závazky* nebo *Dva a půl chlapa* se odehrávají v prostředí, kde střed obývacího pokoje tvoří velký gauč umístěný před televizí. Z obývacího pokoje vedou schody do druhého patra. Vchodové dveře jsou na jedné straně a dveře do kuchyně na druhé. Jedná se o funkční rozvržení, které podporuje přirozený rytmus příběhu. Podobné rozvržení kulisy můžeme pozorovat i u *Simpsonů*. Také zde tvoří centrum obývacího pokoje gauč před televizí a najdeme zde i schodiště vedoucí do druhého patra domu (Slunčík, 2010, s. 43.).

Prvním českým komediálním seriálem s prvky sitcomu byla *Taková normální rodinka*, kterou Československá televize začala vysílat v roce 1971. V mnoha ohledech splňuje prvky žánru. Hlavními postavami seriálu jsou členové běžné rodiny z dob normalizace, kteří řeší běžné situace. Od amerických sitcomů se odlišuje délkou stopáže, která je 45 minut a měl také menší počet epizod. Seriál měl u diváků velký úspěch. Znaky sitcomu lze najít také u seriálů *Tři chlapy v chalupě* nebo *Slovácko sa nesudí*. První český sitcom se začal vysílat v roce 1995 a jmenoval se *Novaci*. Autoři v té době podle Slunčíka neměli dostatečné znalosti žánru a diváci seriál nepřijali. Jeho natáčení bylo zastaveno kvůli špatnému hodnocení. Místo něj měl být natočen lepší. V roce 1996 se tedy vysílala nová situační komedie *Novaci 2*. S novým hereckým obsazením (Slunčík, 2010, s. 34.).

---

<sup>18</sup> Velmi působivé řešení dekorací má sitcom *Teorie velkého třesku*. Pro specifické motivy má postavenou jednu chodbu ve tvaru do písmene L a s jednou místností na pravé a druhou na levé straně. Tato jednoduchá stavba se vždy pouze upraví podle aktuálních potřeb daného dílu (Slunčík, 2010, s. 43.).

Ovšem byla hodnocena ještě hůř, než originální série, a proto bylo natáčení seriálu ukončeno po 52 epizodách. Originální série vysílaná od roku 1995 má 72 epizod. V roce 1996 začalo vysílání dalšího původní české situační komedie Hospoda, které mělo 26 epizod a bylo velmi úspěšné. Úspěch byl už to, že projekt splňoval základní principy sitcomu. Režie se ujal divadelní režisér Jaroslav Dudek. K dalším divácky úspěšným českým sitcomům z poslední dekády patří Helena z produkce TV Nova nebo například Comeback taktéž z produkce TV Nova (Slunčík, 2010, s. 34.).

Slunčík se v souvislosti s původními českými sitcomy vyslovuje názor, že v Čechách proti sobě stojí dvě tendence. Jednou je zájem diváků o domácí seriály s českými herci. Druhou tendencí je pak snaha televizních stanic snižovat rozpočty a optimalizovat výrobu. Sitcom prý může nabízet vhodný kompromis. Ovšem Slunčík také zdůrazňuje, že sitcom je v zahraničí často považován za jeden z nejtěžších dramatických žánrů a obvykle na něm pracují autoři a producenti s dlouholetou praxí. Napsat vtipné dialogy, které neustále gradují a posouvají situaci novým směrem, podle něj vyžaduje zkušenosti. Což vyžaduje investice do vzdělávání autorů a herců. Rozdíl je i v tom, že na amerických sitcomech pracují celé týmy scénáristů, zatímco u nás na scénáři většinou pracuje jeden až dva autoři. (Slunčík, 2010, s. 12.).

Vztah České veřejnoprávní televize k sitcomu je poněkud zdrženlivý, což je dané především snahou, která vychází z veřejnoprávní podstaty televize a snahou o pokrytí co nejširšího spektra pořadů (Slunčík, 2010, s. 16.).



## PRAKTICKÁ ČÁST

### 5. SIMPSONOVI (THE SIMPSONS)

„Na pořadu pracuje mnoho talentovaných scénáristů, polovina z nich jsou knihomolové z Harvardu. A když se zabýváte sémiotikou knihy *Za zrcadlem* a s čím se tam Alenka setkala nebo sledujete všechny díly seriálu *Star Trek*, musíte to někde zúročit, a všechno, co v životě děláte, prošpikujete spoustu odkazů.“ Matt Groening<sup>19</sup>

Žlutou rodinku mohli diváci poprvé spatřit dne 19. dubnu 1987, kdy se v rámci pořadu Tracy Ullman Show objevil ve vysílání krátký skeč s pětičlennou rodinou Simpsonů. 17. prosince 1989 televizní kanál FOX odvysílal první epizodu *Vánoce u Simpsonových* (Simpsons Roasting on an Open Fire). Odvysílán měl být právě jen tento jeden díl, ale tvůrce seriálu Matt Groening a producent James L. Brooks přesvědčili vedení televize, aby z tehdy 30 až 90 sekundových epizod uváděných v rámci pořadu Tracy Ullman Show vznikl seriál. Matta Groeninga při tvorbě nového skeče ovlivnili dva sitcomy, které se zabývaly soužitím rodiny - *Leave It to Beaver* (1957-1963) a *The Adventures of Ozzie and Harriet* (1952-1966) *Life in the Hell*. Groeningovým cílem bylo vytvořit sitcom orientovaný na dospělého diváka (Hogan, 2014).

Seriál se hned v první sezóně probojoval mezi 30 nejsledovanějších seriálů v celých USA. Sledovalo jej tehdy už více než 13 miliónů diváků, což stačilo na to, aby ve sledovanosti obsadil 28 příčku. Seriál se vysílá ve více než 70 zemích světa. Od začátku svého vysílání získal 23 cen Emmy. Zatím bylo celkem natočeno 25 sérií, z nichž každá má 22 epizod. Za šestadvacet let, kdy se seriál vysílá, se v něm objevila celá řada slavných osobností, které buď propůjčily své hlasy, nebo se v seriálu objevily jako animované postavy (Hogan, 2014).

---

<sup>19</sup> Cit. WILLIAM Irwin. *Simpsonovi a filosofie, Homer myslitel*. Vid.1. Praha: XYZ, 2010. s. 443. ISBN 978-80-7388-216-7 Simpsonovi a aluze: „Nejhorší esej všech dob“ str. 121

V 22. epizodě 23. série se například objevila ikona současné populární hudby, Lady Gaga. Některé názvy epizod odkazují na populární filmy<sup>20</sup> případně známé seriály.<sup>21</sup> Matt Groening hrdiny seriálu prý nakreslil žluté, aby jejich barva zaujala surfaře. Postavy hlavních protagonistů nakreslil tak, aby měly jasně vyhraněnou siluetu, odlišnou od ostatních členů rodiny. Jméno hlavního hrdiny Barta znamená v podstatě spratek, vzniklo přesmyčkou anglického výrazu – brat (Hogan, 2014.)

Hlavními hrdiny sitcomu jsou Simpsonovi. Zdánlivě průměrná americká rodina, která žije v rodinném domě se zahradou. Jedná se o klasickou nukleární rodinu, kterou tvoří Homer, Marge, Bart, Lisa a Maggie. Začátek seriálu je vždy stejný. Celá rodina se vždy sejde na gauči před televizí. Než se úspěšně dostane do rodinného obýváku, musí překonat řadu velmi rafinovaných nástrah. Je hotový zázrak, že se jim to vždy podaří bez újmy na fyzickém zdraví a navíc pokaždé včas. Simpsonovi jsou ukázkový případ disfunkční rodiny. Středobodem jejich rodinného světa je televize. Pokud mohou, tráví u ní téměř všechny volný čas. Jejich myšlenkový svět do velké míry, snad s výjimkou Lízy, která má opravdový zájem o vzdělání, utváří právě televize a další produkty populární kultury. (Hogan, 2014).

V seriálu Simpsonovi se setkáváme i s takzvaným principem smyčky. Naše animované seriálové postavy před sebou nemají téměř žádnou budoucnost. Místo toho, aby se postavy musely vypořádávat s novými dobrodružstvími, která by je posouvala po časové ose stále kupředu, blíží smrti, jsou neustále konfrontovány se svou minulostí. Děj se často retrospektivně vrací do minulosti. Smyčkové uspořádání však vytváří paradoxy. Postavy před sebou sice nemají téměř žádnou budoucnost, zato však mají za sebou obrovskou minulost, přičemž nic z jejich minulosti nemůže změnit mytologickou přítomnost. (Eko 2009, s. 96 - 97).

---

<sup>20</sup> Například 10. epizoda 21. série: „Tenkrát ve Springfieldu“ je odkazem na slavný film Tenkrát na západě.

<sup>21</sup> Například 19. epizoda 20. série: „Waverly Hills 9021 – D’Oh“ je odkazem na seriál Beverly Hills 902-10

Děj sitcomu se odehrává v městečku Springfield. Město v každé davové scéně ožívá reálnými, jasně rozeznatelnými osobami. Když se zamyslíme nad pozorností, která je věnována různým symbolům, městu či přírodě v pozadí a ztvárnění desítek jasně vyprofilovaných obyvatel Springfieldu, dojde nám, proč animace jedné epizody trvá půl roku. Běžného diváka sledujícího seriál nepřekvapí, že například na školních slavnostech vidí v hledišti Vočka, pana Burnse, Smitherse či Jaspera navzdory tomu, že patrně nemají dítě ve školním věku, které by chodilo na springfieldskou základní školu.

Podobně se v davu objevují ředitel Skineer, školník Willy či Edna Krabappelová a to v různých situacích. Například když poslouchají pouliční prodavače, demonstrují před radnicí či chodí do cirkusu. Divák má pocit, že město zná. Mnozí literární a televizní kritikové se domnívají, že Springfield je podstatnou částí úspěchu Simpsonových. Groening tímto vdechl život „báječně přeplněnému světu“ a podařilo se mu uchovat hlavní zápletku poměrně dlouho nevyjasněnou. Pestře vykreslený svět scénáristům otevírá takřka nekonečný prostor pro vyprávění s upřímností, jakou mohou mít jen kreslené příběhy. Zobrazují skutečné i neskutečné uměleckým i dramatickým způsobem, což můžeme sem tam obdivovat v literatuře a občas i v moderním filmu (Irwin, 2010, s. 191).

Autoři publikace Simpsonovi a filosofie jsou toho názoru, že Simpsonovi humor nepoužívají k propagaci morálních otázek ani planému moralizování. Jejich komika témata související s morálkou vyzdvihuje pouze proto, aby si z nich udělali legraci. Jejich humor jde dokonce tak daleko, že jej nelze pokládat za čistě cynický, protože je schopen udělat si srandu i z vlastního cynismu. Což je prý patrné například na některých pasážích epizody „Scény z třídního boje ve Springfieldu“, která patří do 7. série. Marge si zde v sekáči koupí nové šaty – kostým od Coco Chanel za směšnou částku. Oblečená do značkového kostýmu se setká se svou bývalou spolužačkou, která nyní patří ke společenské smetánce. Díky kostýmu považuje Marge za sobě rovnou a pozve ji do VIP venkovského klubu. Marge je noblesou klubu zpočátku ohromena a i přesto, že ji nový přátele občas připomenou, že nosí stále ten samý kostým, se stane „posedlou“ postupem na společenském žebříčku. Klub si po počáteční nedůvěře oblíbí i Homer a Líza. Ovšem v okamžiku, kdy mají být slavnostně přijati mezi členy klubu si Marge uvědomí, že pro ni posedlost společenským postavením začala být důležitější než vlastní rodina. Navíc má dojem, že ji a její rodinu v klubu stejně nechťejí, proto tam nakonec nedorazí. V klubu pro ně ale uspořádali velkolepý večírek. Při zběžném pohledu se může zdát, že zde nejde o nic jiného než o utvrzování správnosti rodinných hodnot.

Protože Marge nakonec dá přednost rodině před společenským postavením a vzdá se tak falešné iluze úspěchu a obdivu mezi povrchními a nafoukanými snoby. Nakonec se ale ukáže, že lidé v klubu jsou docela příjemní a přátelští. Jejich počáteční cynismus se s odstupem času jeví, pouze jako prvotní nedůvěra. Posléze jsou členové klubu ochotní přijmout mezi sebe členy „pracující třídy“. Magre má navíc obtížně pochopitelné dilema, kdy má dojem, že si musí zvolit mezi přijetím do klubu a péčí o rodinu. Proč by si ale měla volit mezi jedním nebo druhým? Není přece důvod, aby nezvládala obojí. Má také dojem, že její rodina do luxusního klubu nepatří. Toto její přesvědčení se zdá být založeno na třídní diskriminaci.

Členové klubu se tak ale nechovají. Zmíněná epizoda divákovi neposkytuje žádný záchytný bod, o nějž by se mohl opřít. Tváří se, že se věnuje posvátnosti rodinných hodnot. Poté se uchyluje k tématu třídní nerovnosti, ale při ničem z toho nesetrvává. Podle autorů publikace Simpsonovi a filosofie žádné řešení, k němuž dospíváme, není uspokojivé. Zdá se, že epizoda je ve své podstatě krutá a chladnokrevná. Východisko z této situace nám nabízí jediné satyra, která si dělá legraci ze všeho, včetně sama sebe (Irwin, 2010, s. 179 - 180.)

Neexistuje žádná konečná pravda. Jen nadsázka a vědomí, že autoři, kteří stojí nad příběhem, jsou schopní pochopit intelektuální pravidla, podle kterých většina běžných lidí uvažuje. A mohou dokázat svou nadřazenost tím, že vám ukážou, že ví, co běžného diváka provokuje. Legrace může být namířena proti komukoliv, kdo si myslí, že má odpověď na jakoukoliv zásadní otázku. Vzhledem ke všeobecné krizi autorit si komedie může dělat legraci i z těch nejposvátnějších věcí, jako jsou morální hodnoty a teologická zjevení. Dokonce i se samotného Boha a ukazovat svět takový, jaký ve své nahotě skutečně je. (Irwin, 2010, s. 181.)

## 5.1. CHARAKTERISTIKA HLAVNÍCH POSTAV SERIÁLU – RODINA SIMPSONOVÝCH

„Nemůžu uvěřit tomu, že bych měl nepřítele. Já, nejoblíbenější chlápek ve Springfieldu,“ **Homer Simpson**.<sup>22</sup>

### 5.1.1. Homer bezuzdný požitkář s dobrým srdcem

Otec rodiny, Homer Simpson je ukázkový případ přitroublého lenocha. Pracuje v místní jaderné elektrárně jako servisní technik. Továrna patří tyranskému a bezohlednému kapitalistovi. Je tedy příslušníkem „vyšší nižší střední třídy“. Moc se tu ale nepředře. Pracovní dobu velmi často celou prospí. Jeho oblíbenou činností je sledování televize s pivem v ruce. Nečte knihy a nezajímá se o dění v okolním světě, pokud se ho osobně nedotýká. Téměř veškerý jeho přehled o světě mimo hranice města, kde žije, Springfieldu, je utvářen díky sledování televize. Často se chová jako dítě. Dalo by se dokonce říct, že je dětinský. Miluje pivo a nezdravé jídlo. Nedokáže ovládat své chutě. Je tlustý a hloupý. Je to křupan. Nestydí se na veřejnosti dělat věci, které bychom se my, slušní lidé na veřejnosti styděli dělat. Jako například pouštět větry, krkat, škrábat se na zadku, pít až do bezvědomí a podobně. Není ctnostný, za to je sobecký a občas lže, aby dosáhl svých cílů. Je karikaturou klasického kladného hrdiny (Rhodes, 1990).

Homer ale není zlý ani zlomyslný. Upřímně a bez obalu říká, co si myslí, kdo je, co chce a jaký má názor na druhé. Miluje svou rodinu a říká věci na rovinu. Nechybí mu přitom smysl pro humor. Z etického hlediska je na Homerovi cosi obdivuhodného. Ve všem co dělá, je opravdový, je lidský. Má rád život a užívá si ho v jeho nejzákladnější podstatě. Současně ho příliš nezajímá, co si o něm nebo jeho přístupu k životu myslí ostatní. Není politicky korektní. Občas s nadšením kritizuje druhé. Rozhodně nebudí dojem, že by se přehnaně zajímal o své zdraví. Na nárazníku svého auta má napsáno „svobodný a sexy“, když uvážíme jeho životní styl se zálibou v nezřízeném přejídání a skutečnost, že je již pár let ženatý, vyznívá tento slogan jako výsměch, krásné, zdravé a nezávislé Americe (Irwin, 2010, s. 35 - 37).

---

<sup>22</sup> Citát z knihy GROENING, Matt. *Homerova kniha, Simpsonova knihovna moudrosti*, 1. vyd. Brno: Jota, 2014. 96 s. ISBN 978-80-7462-463-6

### 5.1.2. Marge – láska k rodině je nejlepší droga

„Když neumíš říct něco pěkného, řekni to francouzsky“, **Marge Bouvierová**<sup>23</sup> - citát v ročence.<sup>24</sup>

Matka rodiny, Marge Simpsonová je pracovitá žena v domácnosti. Většina její pozornosti se soustředí na rodinu a její blaho. Je zcela zřejmé, že péče o Homera a děti je pro ni velmi podstatnou součástí jejího života. Jak říká: „Jediné, čím se sjiždím, je láska; Láska k mému Synovi a mým Dcerám. Nepotřebuji nic, než trochu L-S-D.“<sup>25</sup> Práce v domácnosti ji přináší štěstí, protože tyto činnosti přinášejí štěstí její rodině. Má tendenci být spíše střídmá než požitkářská. K umírněnosti nabádá i Homera. Je úhledně štíhlá a upravená. Vždy nosí stejný účes. Vysoký drdol umně vyčesaný směrem vzhůru. Na rozdíl od svého manžela se poměrně málo zabývá rodinnými financemi. Nakupuje, pouze když si myslí, že by mohla udělat výhodnou koupi a odmítá utrácet společné peníze za nové boty, když ví, že je nepotřebuje. Nicméně není vůbec lakomá. Naopak, je tak štedrá, jak jen jí to napjatý rodinný rozpočet umožňuje. Vždy se ujistí, že Homer daruje do kostelní pokladničky dostatek peněz a vynadá mu, když zjistí, že se místo peněz pokouší darovat slevový kupón.<sup>26</sup> (Irwin, 2010, s. 77 - 81).

Margie ví, že její morální vliv může a má podstatný vliv na morální rozvoj jejích dětí. Největší vliv má na Lízu a nevynechá žádnou příležitost, aby v ní rozvíjela smysl pro dobro a zlo. (Irwin, 2010, s. 83).

---

<sup>23</sup> Jméno Marge Simpsonové za svobodna.

<sup>24</sup> Citát z knihy GROENING, Matt. *Homerova kniha, Simpsonova knihovna moudrosti*, 1. vyd. Brno: Jota, 2014. 96 s. ISBN 978-80-7462-463-6

<sup>25</sup> Epizoda „Domove, sladký domove.“

<sup>26</sup> Epizoda „Bartovo děvče.“

### 5.1.3. Líza boří mýty

Líza Simpsonová je starší dcerou rodiny. Současně je to jediný člen rodiny, který projevuje opravdový zájem o svůj intelektuální rozvoj. Je to chytrá a citlivá dívka se smyslem pro spravedlnost. Milá dívka, která má dar soucitu. Soucítí se svými přáteli a vlastně všemi, kdo mají méně štěstí, než ona. Je tou dívkou, kterou si přejeme milovat. Její portrét v seriálu ale není jednoznačně lichotivý. Na rozdíl od svého neoblomně ignorantského otce, je často vykreslena jako ta, která zná správné řešení problému nebo je schopna realisticky analyzovat situaci. V dílu „Líza na stopě zlořádu“ se například vzdá svého snu mít vlastního poníka, aby Homer nemusel mít tři zaměstnání. Je to ona, kdo radí doktoru Nickovi, jak má operovat otcovo srdce a zachráni tím Homerovi život. Mnohdy je ale Lízina intelektuální postoj terčem satiry.

Například v díle „Líza vegetariánkou“, když se ukáže, že její postoje jsou příliš dogmatické a netolerantní. Její intelektualismus působí občas zkostrnatěle a příliš úzkoprse. Například v díle „Bart hvězdou“. Když využije svého bratra Barta bez jeho vědomí k vědeckému pokusu, aby zjistila, jestli je chytřejší křeček nebo její bratr a dochází k závěru, že hlodavec v tomto ohledu jejího sourozence překonává (Irwin, 2010, s. 50).

Podle autorů publikace Simpsonovi a filozofie zde lze spatřovat odkaz na nechvalně proslulou lékařskou studii Tuskegee<sup>27</sup> Její inteligence je tedy někdy prezentovaná jako přínos, jindy je příkladem pokrytectví či povýšenectví. Líza, ačkoliv se tak občas tváří, není lepší než my ostatní. Stejně jako mnoho jiných dětí, také ona se svým bratrem hlučně dovádí při společném sledování násilnického kresleného pořadu Itchy and Scratchy. Hraje si s Malibu Stacy.<sup>28</sup> Je dětinská a nevypělá. Často se chová jako malá osmiletá dívka, přestože bychom ji v jiných situacích díky jejímu bystrému intelektu hádali mnohem více let. Je to předčasně vyspělé, zázračné dítě. Ztělesnění logiky a moudrosti. Když ale přijde řada na to, aby svůj názor vyslovila nahlas, má strach, jako všichni ostatní (Irwin, 2010, s. 51 - 53).

---

<sup>27</sup> Autoři zde dělali pokusy na pacientech bez jejich vědomí a bez ohledu na jejich zdraví.

<sup>28</sup> Seriálová obdoba panenky Barbie.

#### 5.1.4. Bart - Rebel bez příčiny

**Jessica Lovejová:** Jsi špatný, Barte Simpsono.

**Bart:** Ne, nejsem. Vždyť já –

**Jessica Lovejová:** Ale jsi. Špatný...a to já mám ráda.

**Bart:** Jasně, hrozně špatnej, kotě.<sup>29</sup>

Bart Simpson není jen roztomilý rošťák, který má talent se dostávat do potíží. Rebel se zlatým srdcem. Je to vtipkující delikvent. Špatný chlapec s tváří anděla. Bouří se proti autoritám a odmítá tradiční morálku. Dělá přesně to, co mu učitelé a rodiče zakážou. Celá jeho osobnost je postavena na rebelství. Spálil rodinný vánoční stromek, podváděl při testech IQ a dostal se tak do školy pro génie a tak dále. Jakmile se autority vytratí, ztrácí svoji identitu. Přestává si být jistý sám sebou. Neví, kým je a co je zač. Útěchu v takovém případě nalézá u Lízy, která mu radí, ať si vytvoří novou identitu.<sup>30</sup> Tento rebel bez příčiny má ale i řadu pozitivních vlastností. Je upřímný a stejně jako jeho otec otevřeně říká, co si myslí. Není zlý. I když často páchá špatné skutky, nechybí mu soucit. Také on má smysl pro spravedlnost. Přestože není ani zdaleka tak pilný, jako Líza, není hloupý. Právě on je tím šaškem, bavícím svým důvtipem publikum. Umí ustoupit ze svých nároků, když vidí, že ostatní trpí. Když se mu ale naskytne příležitost, těžit ze svého rebelství, neváhá využít příležitost. Pokud si vytyčí jasný cíl, neváhá pro jeho dosažení dít do úmoru (Irwin, 2010, s. 91 - 115).

#### 5.1.5. Maggie a její dudlík

Maggie Simpsonová je nejmladším členem Simpsonovic rodiny. Moc se toho od ní nedozvíme. Batole totiž neustále žvatlá ve svých bezzubých ústech dudlík. Nemluví, protože to ještě neumí. Přesto u ní už lze pozorovat náznaky vědomí a rozvíjející se dětské osobnosti. Marge ji nepochybně hluboce miluje. Krmí ji, obléká a ukládá každý večer do postýlky. Někdy ale působí dojmem, že jí věnuje stejnou míru pozornosti, jako kuchyňskému vaříči. V úvodu každé epizody jí v supermarketu vždy namarkuje společně s ostatním zbožím a pokládá jí do košíku vedle ostatních potravin (Irwin, 2010, s. 57 - 63).

---

<sup>29</sup> Epizoda „Bartovo děvče.“

<sup>30</sup> Epizoda „Bartovo vnitřní dítě“



Poté ji jakoby náhodou objeví v jedné z nákupních tašek. V epizodě „Domove, sladký domove“ se o děti nějakou dobu stará jejich soused Ned Flanders. Ten se dětem věnuje daleko aktivněji než jejich biologičtí rodiče. Starostlivost, láska a péče se pozitivně projeví na chování Maggie, která dokonce začne vyslovovat první slova (Irwin, 2010, s. 57 - 63).

#### **5.1.6. Ti druzí**

Kromě členů rodiny, pěti hlavních postav, se v seriálu vyskytuje řada dalších protagonistů. Také oni jsou žlutí a detailně vykreslení. Jsou to lidé, kteří zalidňují městečko Springfield. Těch, které se zde objeví více než jednou, je dohromady 60. Z toho je 45 mužských, včetně „Radioaktivního muže“ (Bartův oblíbený komiksový hrdina) a 15 ženských postav včetně Líziny oblíbené panenky „Malibu Stacy“. Dále se v seriálu objevují postavy Itchyho a Scratchyho. Různé publikace zabývající se seriálem, ale někdy uvádějí jiný počet postav, protože některé se v seriálu pouze krátce mihnou, i když se v seriálu vyskytují vícekrát. Například kniha *The Simpsons Forever* uvádí dalších 5 mužských postav. (Irwin, 2010, s. 193 - 194.)

## 5.2. Marge, Líza a feminismus

**Poslanec Arnold:** Ty jsi určitě Líza Simpsonová.

**Líza:** Dobrý den.

**Poslanec Arnold:** Lízo, jsi pašák. A kdo ví, jednou z tebe bude možná kongresmanka či senátorka. Senátorek máme málo.

**Líza:** Jen dvě, řekla bych.

**Poslanec Arnold:** (tlumený smích) Jsi fakt hlavička.

(epizoda „Líza na stopě zločinu“<sup>31</sup>)

Podle autorů publikace Simpsonovi a filosofie je v rámci genderového rozdělení Springfield minimálně o trochu konzervativnější než svět pořadů, které často paroduje. Dvě třetiny populace jsou složeny z bílých mužů. Žen je méně. Což je možná dané tím, že ani 10% z nich je starších 35 let. Téměř všechny ženy v seriálu jsou podobně jako jejich mužští protějšci bílé a heterosexuální. Krom mládí se většina žen vyznačuje krásou. Je sice obtížné u animovaných postav posoudit či rozlišit ženskou krásu, nicméně lze si všimnout atributů, jenž jsou v optice západního diváka považovány za ženskou krásu. Většina postav má velmi štíhlou postavu, což je znak fyzické přitažlivosti. Ženy jsou pasivní, zajímají je většinou vztahy. Je zde sice několik špatných, zkažených žen, ty ale nejsou tak krásné, poddajné a starostlivé jako ty „správné ženy“. Většina „špatných“ žen pracuje mimo domov, což je patrně důvod, proč jsou otrlejší a málo žádoucí. Kromě hlavních protagonistek se v seriálu objevují ještě tyto ženské postavy, paní Bouvierová, Maude Flandersová, paní Lovejoyová, paní Van Houtenová, Agnes Skinnerová a Manjula – v pěti případech jde jen o vedlejší postavy, které mluví zřídka. Dvojčata s fialovými vlasy Sherri a Terri, Janey Powellová, kuchařka Doris a slečna Hooverová (Lízina učitelka) Spolu s Ednou Krabappelovou, Selmou a Patty jde o jediné pracující ženy. Společným zlovykem všech tří je, že kouří jak stará kamna (Irwin, 2010, s. 192 - 194).

---

<sup>31</sup> Cit. IRWIN, William, CONRAD T. Mark, SKOBLE, J. Aeon. *Simpsonovi a filosofie, Homer myslitel*. 1. vyd. Praha: XYZ, 2010. 443 s. ISBN 978-80-7388-216-7. Sexuální politika v Simpsonových. str.190.

Zdá se tedy, že jsou prezentovány jako otrlejší a málo žádoucí. Jedinou nezávislou dospělou ženou s vlastními názory je Ruth Powersová, rozvedená sousedka Simpsonových. Její oduševnělé komentáře se přitom objevují jen ve dvou dílech „Nová holka v ulici“ a „Marge na útěku“. Co to říká o zrcadlu reality, které nám divákům seriál předkládá? Skutečnost, že v populaci Springfieldu tak výrazně převažují muži, by se mohla zdát podružná, pokud se ale podrobněji podíváme na obsah a zaměření jednotlivých epizod, získá na důležitosti (Irwin, 2010, s. 195 - 196).

Většina obsahu je zaměřena na mužské postavy seriálu. Z 248 dílů prvních 11 sérií obsahuje „Lízina složka,“ která celkem čítá 28 Lízinych epizod. „Margeina složka“ obsahuje 21 epizod, které se soustředí většinou na Marge. Patří sem i díly, které se vracejí zpět do doby, kdy se Marge dvořil Homer. Dále sem patří i díly, které se soustředí na Patty a Selmu. Z toho vyplývá, že zaměření jednotlivých dílů odpovídá poměru mužů a žen v seriálu. To znamená, že na Homera a další mužské postavy se zaměřuje čtyři až pětkrát více dílů než na Lízu, Marge a další ženské postavy (Irwin, 2010, s. 196).

Jaké charaktery mají hlavní ženské postavy? Marge lze bez problémů vtěsnat do škatulky trpělivých, poddajných, dalo by se říct, téměř svatých televizních manželek a matek. Její hlavní funkcí a úkolem je chápat svého muže. Milovat jej a uklízet po něm. Rozkošná stvoření tohoto typu existovala pochopitelně již před vznikem televize na filmovém plátně. Jde o idealizovanou podobu dokonalé ženy a matky v intencích, které bystře vystihuje už Virginia Woolfová v eseji Ženské práce. Jedná se o ideál ženy z měšťanské rodiny 19. století (Irwin, 2010, s. 197).

Známa spisovatelka se zabývala teoretickými úvahami o feminismu a na toto téma publikovala i několik děl, která byla přeložena do češtiny. Já osobně jsem četla publikaci Vlastní pokoj, kde se autorka zamýšlí nad patriarchálním společenským řádem, který ženám odpíral právo na vzdělání a seberealizaci. Woolfová hledá cesty jak tuto genderovou nerovnost zmírnit. Zároveň zde formuluje myšlenku, že lpění na patriarchálním řádu, který se autorce jeví jako zastaralý, vyjadřuje strach slabých mužů ze ztráty vlastní autority, protože prý sami nemají schopnosti na to být silnými osobnostmi. Muž se silnou osobností se podle autorky nemusí bát rovnoprávnosti žen, protože si svou autoritu je schopen zajistit svými schopnostmi, ať už jsou tím myšleny konkrétní činy či jeho intelektuální převaha. Woolfová kriticky hodnotí zejména skutečnost, že je ženám bráněno, aby rozvíjely svou osobnost a intelekt (Irwin, 2010, s. 197 - 199).

Marge je prototypem okouzující a soucitné ženy. Zcela nesobecké. Denně se obětující manželky a matky, která udělá vše pro zajištění pohody rodinného krbu. V Simsonových se setkáváme vykreslením snah „tradiční“ manželky udržovat morálku, včetně úzkostného dbání na společenské normy a pravidla. V lehkovážném světě „mužského“ sitcomu se z lpění na zásadách správného a slušného vychování často stává snadný terč znevažujícího humoru. Na první pohled je Marge jakožto televizní matka tak trochu volnomyšlenkářská. Ovšem při hlubším pohledu si nelze nevšimnout, že svým smýšlením zakrněla ve světě formovaném názory archaických padesátých a začátku šedesátých let. Ať už doma nebo na veřejnosti Marge stále nosí tytéž konvenční šaty. Mateřství ji změnilo v dosti asexuální bytost, byť s tradičním zdůrazňováním ženskosti (Irwin, 2010, s. 197 - 199).

V epizodě „Dvojitý stěhování“ se kvůli Homerově nové práci rodina musí přestěhovat do automatizovaného domu, který za Marge dělá naprostou většinu domácích prací. Marge neví, jak se zabavit. Neví, jak by mohla pomáhat rodině a upadá do depresí. Nakonec dokonce začne pít alkohol. (Irwin, 2010, s. 81).

Díky své bystrosti Líza občas naráží na mantinely patriarchálního světa. O jejím postoji k ženské otázce svědčí jedna z epizod seriálu, nazvaná „Líza proti mluvící panence,“ kde je vyjádřen Lízin vztah k panence Malibu Stacy. Seriálové obdobě Barbie. Líze postupně dochází, že panenka nenabízí mladým dívkám pozitivní vzor. Její slovní zásoba nepřesahuje úroveň plytké konverzace, jenž se točí kolem péče o vzhled, domácnosti a navazování vztahů. Podporuje tak v dívkách konformní uvažování. Tady se Líza dostává, i když nepřímo do konfliktu se svou matkou v pohledu na skutečnost, co obnáší být ženou. Marge si v žádném případě nemyslí, že by Malibu Stacy měla na dívky a jejich rozvoj negativní vliv. Vždyť přece je to jen panenka, nevinná hračka pro děti. Líza usiluje o vytvoření jiné panenky, která by dívky motivovala k cílevědomosti a touze po vzdělání a k jejímu vytvoření i sama přispěje, když kontaktuje výrobce panenky a poté také její autorku. Ta uzná, že má Líza pravdu, a že panenka skutečně v dívkách podporuje pouze zájem o hezké oblečení, líčidla, šperky a další plytké a povrchní věci. Podle návrhu Lízy tedy vytvoří panenku, která dívky vede ke vzdělávání a aktivnímu způsobu života. Tato nová Lízina panenka se jmenuje Líza, líví srdce. Má symbolizovat srdatost s jakou je třeba bojovat za duše dívek, aby se staly moudrými ženami, které se nebojí být silnými a inteligentními bytostmi. Ovšem firma přijde s novou verzí, panenky Malibu Stacy. Jedná se o méně intelektuální panenku, která má dívky hlavně pobavit.

Je sice povrchní a hloupá, ale nikomu to nevadí. Tato panenka je dívkami masově preferována před Lízinou panenkou. Líza je smutná, ovšem uvědomuje si, že situaci nemůže nijak změnit. Podobná diskuze probíhá i v reálném světě. Panenka Barbie je předmětem kritiky rodičů. Je to „hloupá blondýna,“ která se zajímá pouze o svůj zevnějšek. Jediným jejím smyslem existence je být krásně upravená, dokonale štíhlá a poutat pozornost opačného pohlaví. Tedy kenů. Problém je mnohými spatřován také v tom, že míry barbie neodráží reálné proporce ženského těla. Ovšem mladé dívky panenku milují, už několik generací a přestože vzniklo i několik „solistikovanějších“ verzí populární panenky.<sup>32</sup> Ta klasická, blondatá zůstává nejpopulárnější (Irwin, 2010, s. 53).

---

<sup>32</sup> Kromě černošské verze, vznikla například i panenka indiánská, asijská a panenka s jinými než ideálními mírami.

## **6. VÝZKUM**

### **6.1. METODOLOGIE VÝZKUMU**

#### **TEORIE REPREZENTACE - KVANTITATIVNÍ A KVALITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA**

Teorie reprezentace vychází z interpretace mýtů, na jejichž základě si spoluutváříme vlastní identitu. Jak uvádím v teoretické části své diplomové práce, mýty jsou v rámci určité společnosti daného kulturního okruhu univerzální. Takovým druhem mýtu je například i reprezentace šťastné rodiny, kde muž je živitelem rodiny a matka je v domácnosti. Pečuje o rodinu a manžela. Stará se o domácnost a tyto činnosti ji dělají šťastnou. Zmíněný mýtus je například patrný v žánrových vzorcích některých reklam na domácí potřeby či prací prášky, kde je žena šťastím bez sebe, když se jí podaří pomocí nového prostředku odstranit šmouhu na oblečení. Moje kvantitativní obsahová analýza je založená na zodpovězení výzkumných otázek a testování hypotéz, přičemž využívám deduktivní metodu. Vycházím z pozorování jednotlivých epizod seriálu. Dále jsem provedla operacionalizaci, abych mohla standardizované kategorie, které mají opozitní charakter a jenž jsem se rozhodla sledovat, převést prostřednictvím kódování na měřitelné jednotky. K ověření platnosti hypotéz používám posouzení počtu naměřených sledovaných jednotek (Disman, 2011 s. 75 -85).

Kvalitativní obsahovou analýzu jsem zaměřila na hlubší sledování jednotek v jednotlivých epizodách, jako východisko mi poslouží interpretování ženského mýtu od Betty Friedan. Domnívám se, že analýza jedné série mi poskytne dostatečné množství materiálu, aby můj výzkum splňoval kritéria variability a reliability.

## 6.2. TÉMA VÝZKUMU

Cílem mého výzkumu je reflexe genderové problematiky v sitcomu Simpsnovi. Během svého výzkumu bych si chtěla odpovědět na několik podstatných otázek. Tou základní je, zda jsou genderové role mužů a žen v seriálu reprezentovány vyváženě či pod tíhou genderových stereotypů. Vycházím přitom z teorie biologického determinismu a teorie sociálního konstruktivismu. Pokud bude převládat spíše zobrazování teorie biologického determinismu, dá se předpokládat, že rozdíly mezi pohlavími prezentované v seriálu budou nahlíženy optikou biologické danosti, jako „přirozené“ rozdíly mezi mužem a ženou, které formují jejich identitu, vlastnosti, postoje a v neposlední řadě také jejich odlišnou roli ve společnosti, rodině a v životě. Větší vliv a moc ve společnosti bude přirozeně přisuzována mužům, kteří se budou aktivně podílet na zabezpečení rodiny a budou zastávat společenské funkce spojené se společenskou prestiží. Zatímco ženám bude vyhrazeno domácí prostředí jako přirozený prostor pro jejich seberealizaci. Teorie sociálního konstruktivismu nabízí konstrukci genderových identit více prostoru. Dalo by se tedy předpokládat, že interpretace maskulinity a feminity bude nabízet více možných variant k formulování genderové identity seriálových postav. Hranice mezi „typicky“ ženskými a mužskými rolami budou více rozostřené. Teorie biologického determinismu nabízí ženám a mužům jasně stanovené společenské role. Jak uvádím v teoretické části své diplomové práce tradiční „pasivní“ role žen byla spjata s péčí o rodinný krb a starostí o děti a jejich výchovu. Zatímco „aktivní“ muž materiálně zabezpečoval rodinu. Uplatníme-li tuto optiku na postavy seriálu, dá se předpokládat, že aktivní muž bude faktickým majitelem materiálních a finančních prostředků, které bude je aktivně získávat prací. Zatímco ženy budou povětšinou v domácnosti a svůj čas budou věnovat péči o rodinu. Tato jejich společenská role bude považována za žádoucí a bude vnímána pozitivně. Žena bude v péči o teplo rodinného krbu nacházet plné uspokojení a vrchol svých seberealizačních snah. Zato ženy, které budou pracovat mimo domov, budou vylíčeny jako nespokojené samy se sebou i svým životem. Jak jsem uvedla v teoretické části své práce v patriarchálním uspořádání společnosti je vládcem rodiny a hybatelem společenských dějů muž. Je ale také vládcem symbolického světa významů, kterému jako autor knih, umění a tvůrce myšlenkového světa vdechl život. Protože žena není aktivním tvůrcem symbolického světa, funguje zde pouze jako objekt, který je součástí mužského světa. Je tedy vymezována ve vztahu k muži.

Ve filmech, knihách a stejně tak i kreslených seriálech reflektujících patriarchální vidění reality je zobrazovaná idealizovaná forma ženství ve vztahu k muži. Dá se očekávat, že ženy budou převážně mladé, krásné a štíhlé. Vždy upravené a dbající o svůj zevnějšek. Pokud žena taková z nějakého důvodu není, jsou její „nedostatky“ předmětem kritiky – v satirickém seriálu se dá předpokládat, že budou předmětem posměchu. Opačné tedy nestereotypní zobrazování genderu by nabízelo více možných alternativ pojetí feminity i maskulinity a to jak mužům, tak ženám. V seriálu by bylo více žen různých věkových kategorií zastávajících různé společenské role a to jak v profesním životě, tak i soukromém. Jak zmiňuje Betty Friedan ve své knize *Feminine Mystique* ženy by hledaly i jiné možnosti seberealizace než je péče o domácnost a děti. Měly by nejrůznější zájmy či koníčky a kromě své profese by se aktivně realizovaly i ve veřejném životě. U seriálových postav mužů i žen by se dala očekávat i jiná sexuální orientace než heterosexuální. Muž by se podílel aktivněji na chodu domácnosti i rodiny. Početní podíl seriálových mužů a žen by byl víceméně vyrovnaný. Stejně tak obsah jednotlivých epizod by se rovným dílem zaměřoval na mužské i ženské postavy.

### **6.3. VÝZKUMNÉ OTÁZKY**

- 1. Je podíl seriálových žen a mužů vyvážený? Kolik postav se zde objevuje?**
- 2. Jaké je zaměření jednotlivých epizod? Soustředí se většinou na mužské protagonisty nebo naopak na ženské postavy, případně je jejich zaměření vyvážené?**
- 3. Jaké sociální a společenské role zastávají muži a ženy v seriále?**
- 4. Jaký je přibližný věk žen a mužů v seriále?**
- 5. Pečují ženy o svůj vzhled? Jsou upravené a štíhlé?**



## 6.4. CÍL VÝZKUMU A HYPOTÉZY

1. V seriálu se bude objevovat méně žen než mužů.
2. Primární zaměření jednotlivých epizod se bude týkat převážně mužů a jejich hodnocení a vnímání žen.
3. Muži budou žít aktivní společenský i profesní život. Ženy se budou převážně věnovat péči o domácnost, což bude hodnoceno jako žádoucí.
4. Ženy v seriálu budou převážně mladšího věku, u mužů nebude věkové rozlišení až tolik patrné.
5. Mladé ženy budou dbát o svůj zevnějšek a budou převážně štihlé.

## 6.5. OPERACIONALIZACE

Pro stanovení základních norem objektivní a kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy jsem si vytyčila několik kategorií, které hodlám sledovat. V dalších bodech vysvětluji svůj princip kódování na normalizované jednotky, které lze kvantitativně změřit. Normalizované jednotky se týkají seriálových postav a zaměření jednotlivých epizod, kde při konstrukci genderu sleduji aktivitu – pasivitu, dominanci – submisivnost. Jedná se o kategorie: **postavy**: sledovanými jednotkami jsou **1. věk** – ten u kreslených postav nejde jednoznačně určit. Přibližně jej ale mohou vymezit několika věkovými skupinami 1. věková skupina 0 – 10 let; 2. věková skupina 10 – 20 let; 3. věková skupina 20 – 35 let; 4. věková skupina 35 – 50 let; 5. věková skupina 50 - 80 let. Další sledovanou jednotkou je: **2. pohlaví postav** – budu sledovat, kolik se v jednotlivých epizodách vyskytuje žen a kolik mužů. Podle pohlaví dělím i děti na chlapce a dívky. Počítám pouze postavy, které se v epizodě objeví samostatně a promluví. Nezahrnuji do něj tedy postavy, které se v epizodě jen mihnou, popřípadě jsou součástí davu. Další jednotkou u postav je **3. práce ve smyslu zaměstnání** – zde sleduji, jestli se ženy věnují nějakému zaměstnání. Totéž sleduji i u mužských postav.

Dále sleduji jednotku **4. domácí práce** – kdo je vykonává ženy, muži? Další jednotkou je **5. Štíhlost – upravenost (péče o zevnějšek)** - která je v euroamerické kultuře považována za známku atraktivity. Sleduji tedy podíl štíhlých a pološtíhlých žen a mužů. V rámci kvalitativní obsahové analýzy sleduji, na koho se jednotlivé epizody seriálu zaměřují, jestli na ženy či na muže. Zaměřím se také na to, jak jsou hodnoceny sociální či společenské role žen a mužů. Jestli je pasivní role žen chápána jako žádoucí a jestli aktivní role mužů je přijímána jako samozřejmost.

## 6.6. POPIS VÝZKUMNÉHO VZORKU

Jako výzkumný vzorek jsem si zvolila 23. sérii, která má stejně jako ostatní série 22. epizod. Mým záměrem bylo vybrat si jako předmět výzkumu novější části sitcomu, protože lépe ilustrují současnou situaci, pokud jde o vnímání genderu ve společnosti. Série s pořadovým číslem 23. vznikla již po roce 2000. Níže uvádím výčet názvu jednotlivých epizod a jejich stručnou charakteristiku. Pořadí epizod je následující: **1. Dravec a fešák** - Homer se v práci snaží spřátelit s novým pracovníkem ochranky Wayne, jenže ten o navázání bližšího vztahu nemá zájem. Nakonec spolu přece jen jdou na pivo a Wayne shodou okolností zachrání Homerovi život. Homer ale neví jednu věc. Wayne má tajemství. Stíhá ho jeho „ponurá“ minulost, a proto má problém udržet si zaměstnání. Navíc se objeví v médiích, a kvůli nechtěně nabitě popularitě si jej najde někdo z jeho minulosti. **2. Bartův nový hrdina** - Bart se opět svou vinou dostává do problémů ve škole, a tak Chalmers vynadá Skinnerovi. Ten si to však výjimečně nenechá líbit a navrhne Chalmersovi, aby si sám vyzkoušel, jaké je to učit Barta. Ten svolí a záhy se ukáže, že schopen v ignorantském rošťákovi probudit zájem o vzdělání. **3. Speciální čarodějnický díl XXII** - Marge zabaví dětem cukroví, které získaly při koledě, a pošle Homera, aby sladkosti odevzdal organizaci, která posílá cukroví vojákům. Homerovi se ale na sladké sbíhají sliny. Neodolá pokušení a rozhodne se jej sníst sám. To se mu ale vymstí. Stane se totiž obětí kletby. Děj seriálu se dále dělí na tři autonomní příběhy. V tom prvním Skafandr a větry (The Diving Bell and the Butterball) kousne pavouk Homera, a ten ochrne a může dorozumívat pouze pomocí větrů. V druhém příběhu Nedxter (Dial D for Diddly) přemění Homer Neda ve vraha. A poslední příběh Avatbart (In the Na'Vi) je trefnou parodií na Avatar<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Webová stránka s online přístupem k seriálu Simpsonovi. [Online] [Cit. 17. 02. 2015] Dostupné z WWW: Převzato z <http://simpsonovi.nikee.net/index.php?video=502>

**4. Mé nahraditelné já** – Homer má v zaměstnání problém do jaderné elektrárny na jeho úseku nastoupí nová asistentka. Homera zradí a nastoupí na jeho místo. Mezitím Bart a jeho konkurent Martin vyrábí robotuleně, který se stane velmi oblíbeným u důchodců.

**5. Dobrá manželka** - Homer s Marge soutěží, kdo je lepší rodič. Zatímco Homer boduje svou bezprostředností a dětinskostí. Marge najde dětem nového koníčka. **6. Velká knižní loupež** - Homer a Bart naplánují dokonalý zločin. S dalšími pěti přáteli napíší fantasy román pro děti, který se má stát okamžitým bestsellerem. Zákeřný vydavatel však jejich plány zhatí. **7. Muž v modrých flanelových kalhotách** - Obchodní ředitel springfieldské atomové elektrárny odchází do penze a na jeho post nenastoupí nikdo jiný než Homer. **8. Krustyho comeback** - Šášovi Krustymu se nedaří v jeho kariéře a dostane padáka. Simpsonovi mu najdou novou manažerku, která pro klauna připraví takový comeback, že se z Krustyho rázem stane hvězda první kategorie. **9. Duch Vánoc příštích** - Bart a Líza v daleké budoucnosti řeší problémy s vlastními dětmi. Homer s roky vyzrál a je z něj nečekaně příkladný dědeček. Přesto však svět není ani zdaleka tak růžový, jako býval za starých dobrých časů. **10. Otázky Homera Simpsona** - Po nepříjemném incidentu v letadle se z Homera vyklube nový symbol americké střední třídy. Získává vlastní show v televizi a celý národ čeká, koho vybere jako příštího prezidenta. **11. Asociální síť** - Lisa se zpovídá u soudu. Cítila se osamělá, a tak se rozhodla vytvořit sociální síť SpringFace, kde získala stovky přátel. Síť se stala populární i u dospělých. Všichni byli neustále on-line a nevěnovali se opravdovým životům. Po hromadné autonehodě, kterou způsobil Homer, jenž za jízdy updatoval svůj status, se Lisa ocitne před soudem. **12. Vočko na hadry** - Ve Vočkově hospodě se koná městská schůze. Všichni si pochvalují, že můžou dělat něco pro město a zároveň popíjet se svým nejlepším přítelem. Jenom Vočko nikoho nemá a všichni si z něj začnou dělat legraci, že jeho nejlepším kámošem je hadr, kterým utírá bar. Jenže to není jen tak ledajaký hadr a začne nám vyprávět svoji několikasetletou historii. Bart si neustále utahuje z Milhouse, ale ten už si to nenechá líbit, a na Barta se skutečně naštvě. Tentokrát je to tedy Bart, kdo dolézá, aby se omluvil. **13. Fiesta s Lízou** - Je den svatého Valentýna a Marge dá Homerovi výjimečný dárek - může strávit večer bez Marge a dělat si, co chce. Marge zase jde na večeři s Lisou. Lisa v restauraci potká okouzujícího kluka Nicka. Marge se to moc nezamlouvá, protože to znamená, že je Lisa nezávislá. Bart a Milhouse po vzoru Bořičů mýtů začnou vyvracet školní legendy. **14. Konečně zmizte!** - Springfield vyhostí Simpsonovi, a ti se uchýlí do Pustiny - osady, která není ani na mapě.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Webová stránka s online přístupem k seriálu Simpsonovi. [Online] [Cit. 17. 02. 2015] Dostupné z WWW: Převzato z <http://simpsonovi.nikee.net/index.php?video=502>

Jenže Marge se stýská po domově, a tak se tam s Homerem v noci vydají. Občané je odhalí a znovu vyhodí. Marge jim sdělí, že radši bude mimo civilizaci, kde ji lidé přijímají, než s nimi ve Springfieldu. Jenže tím všechny do Pustiny naláká, a tím ji vlastně zničí.

**15. Zavíráme krám** - Homer překvapivě nezapomněl na Marginy narozeniny. Koupil jí kuchyňského robota z řady Pauly Paulové, a dokonce chce získat její podpis na autogramiádě v obchodě se zdravou stravou. Tam ho nachytá Apu a obviní ho z toho, že ho zradil. Paula slíbí Homerovi, že Marge na narozeniny zavolá v přímém přenosu svého kuchařského pořadu. Jenže dárek od Barta - králík přehryzá dráty a Paula se nedovolá. Homer je naštvaný a Barta potrestá. A ten si naplánuje svou odplatu. **16. Jak jsem prospal vaši matku** - Smithers omylem nechá pootevřené dveře do skladu zásob, čehož se hned chytne Homer a i s ostatními zaměstnanci si nakradou kancelářské potřeby. Jediného Homera ale Burns nechytí, dokonce ho před ostatními pochválí. Jenže Homer se začne v noci pomočovat. Myslí si, že je to kvůli špatnému svědomí, a tak uspořádá omluvný grilovací večírek, ale i poté jeho problém pokračuje. A tak se mu s pomocí Frinkova nejnovějšího vynálezu nabourají ostatní Simpsonovi do snů, aby mu pomohli odhalit pravou příčinu jeho problému.

**17. Oni, roboti** - Pan Burns po pravidelné lékařské prohlídce zaměstnanců musí opět vypisovat šeky za poškozené zdraví, a tak se rozhodne živé zaměstnance nahradit roboty. Musí si ale nechat jednoho člověka, a tím se stane Homer. Jenže Homer si chce z robotů udělat kámoše, a tak je trochu upraví. Jeho úpravy jim ale vymažou zákony robotiky a roboti se obrátí proti Homerovi.

**18. Mé srdce patří Bartovi** - Homer vezme Barta a Milhouse do kina a mezitím se přejídá ve fastfoodech. Jeho špatné kondice si všimne prodavač a vnutí mu běžící pás, který má i HD televizi. Na Barta v kině narazí Jimbo se svou přítelkyní. Protože chtějí jít na různé filmy a na Shaunou se obvykle lepí různí kluci, vybere Jimbo Barta jako její garde. Jenže Shauně se Bart zalíbí. Homer doma sice začne cvičit, ale když zjistí, že si může na televizi pustit různé starší seriály, pohlí ho svět záhad seriálu Poztráčení. **19. Super věc, kterou Bart už nikdy neudělá** - Barta ubíjí všední rutina. V televizi zahlédne reklamu na pobyt na výletní lodi. Rozhodne se, že se na ni dostane, ale i když prodá všechny své věci, nemá ani na tu nejhorší kajutu. Marge s Lisou se rozhodnou, že mu "trochu" přispějí, a tak se celá rodina vydá na dovolenou. A protože je jejich třída již plná, dostanou se do té nejlepší kajuty. Bart si pobyt užívá, ale když si uvědomí, že ho čeká zase ta ubíjející nuda všedních dnů, rozhodne se zařídit, že pobyt nikdy neskončí.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Webová stránka s online přístupem k seriálu Simpsonovi. [Online] [Cit. 17. 02. 2015] Dostupné z WWW: Převzato z <http://simpsonovi.nikee.net/index.php?video=502>

**20. Špion, který mě poučil** - Marge s Homerem si vyjdou do kina na film o agentu Stradivariovi Cainovi, ale Marge docela vadí Homerovy komentáře. Homer se proto v práci moc nesoustředí a utrpí otřes mozku. Burns mu dá osm týdnů placeného volna, ale Homer to doma neřekne a radši tráví čas tím, že mu jeho halucinace Stradivaria radí, jak být správným mužem. Bart už má dost Nelsonova šikanování. Po shlédnutí nového dokumentu Declana Desmonda vymyslí plán, jak Nelsona "uklidnit". **21. Tajnosti Neda a Edny** - Při každoročních pašijových hrách sebere Homer Nedovi roli Ježíše. Při scéně s ukřižováním spadne kříž s Homerem na Neda. Sanitář nechce pustit Ednu do sanitky, protože to můžou jen rodinní příslušníci. Ned prozradí, že se s Ednou vzali. Marge se rozhodne uspořádat jim oslavu a kvůli tomu na ni jsou našťavané další ženy. Ned pošle Ednu na třídní schůzky. Jí se ale náboženská škola nelíbí a přehlásí kluky na svou školu. To vadí Nedovi, který začne mít o jejich manželství pochybnosti. **22. Líza a Lady Gaga** - Lisa ve škole získá cenu pro nejméně oblíbeného žáka. Nejdřív se pokusí si sama vylepšit pověst pomocí anonymního zveřejňování komentářů, na stránkách školy, ale pak je prozrazena. Lady Gaga právě se svým vlakem projíždí Springfieldem, městem s nejnižším sebevědomím, a rozhodne se náladu ve městě zvednout. Zaměří se právě na Lisu. Pokusí se jí dodat ztracené sebevědomí.<sup>36</sup>

## 6.7. ANALÝZA VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

### 6.7. A Kvantitativní obsahová analýza:

**1. věk** – Pro větší názornost znova uvádím věkové skupiny 1. věková skupina 0 – 10 let; 2. věková skupina 10 – 20 let; 3. věková skupina 20 – 35 let; 4. věková skupina 35 – 50 let; 5. věková skupina 50 - 80 let.

Postavy v jednotlivých epizodách se povětšinou opakují, takže do analýzy věku jsem zařadila pouze ty, které se objevují častěji. Divák je může spatřit alespoň v 10 epizodách. Pokud už jsem do věkové kvantitativní analýzy zařadila postavu, která se zde objeví pouze v jedné epizodě, musí zde hrát výjimečně důležitou roli, například Lady Gaga. Věk postav **ženy**: 1. věková skupina 0 – 10 let (8 postav); 2. věková skupina 10 – 20 let (2 postavy); 3. věková skupina 20 – 35 let (8 postav);

---

<sup>36</sup> Webová stránka s online přístupem k seriálu Simpsonovi. [Online] [Cit. 17. 02. 2015] Dostupné z WWW: Převzato z <http://simpsonovi.nikee.net/index.php?video=502>

4. věková skupina 35 – 50 let (6 postav); 5. věková skupina 50 - 80 let (4 postavy). Věk postav **muži**: 1. věková skupina 0 – 10 let (12 postav); 2. věková skupina 10 – 20 let (6 postav); 3. věková skupina 20 – 35 let (8 postav); 4. věková skupina 35 – 50 let (10 postav); 5. věková skupina 50 - 80 let (5 postav).

Celkový počet sledovaných ženských postav je 28. Přitom 18 z nich spadá do první, druhé a třetí věkové skupiny. Osm z nich jsou ještě děti. Ostatní ženy se dají označit za mladé. Dá se tedy říct, že v seriálu se objevují převážně ženy mladšího věku či malé dívky. Pokud bych měla porovnání věku vyjádřit procenty, tak v první věkové skupině je 8 postav, to je 28,5% ze všech sledovaných žen (28). Ve druhé věkové skupině jsou 2 postavy, což je 7%. Ve třetí skupině je 8 postav, to je 28,5%. Což je dohromady 64%. Ve čtvrté věkové skupině je 6 postav, což je 21,4%. V páté skupině jsou 4 postavy, což je 14,2%. Celkově tedy v obou skupinách 35,6%. Celkový počet sledovaných mužských postav je 41. Do prvních třech věkových skupin jsem zařadila 26 postav, z toho 12 z nich jsou ještě děti. Rozdělení mužských postav co se týče věku, je tedy o něco vyváženější. V první věkové skupině je, jak uvádím výše 12 postav, což je 29,2%. Do druhé věkové skupiny jsem zařadila 6 postav, to je 14,6%. Ve třetí věkové skupině je 8 postav, tedy 19,5%. To ve všech třech skupinách tedy je 58,3%. Ve čtvrté věkové skupině je 10 postav, což je 24,3%. V páté věkové skupině je 5 postav, to je 12,1%. V obou skupinách tedy je 36,4%. Takže hypotézu, že ženy v seriálu budou převážně mladšího věku, u mužů nebude věkové rozlišení až tolik patrné, se mi podařilo potvrdit.

## **2. pohlaví postav**

**1. epizoda - Dravec a fešák** počet postav celkem: 35, ženy: 12, muži: 23; **2. epizoda - Bartův nový hrdina** počet postav celkem: 22, ženy: 5, muži: 17; **3. epizoda - Speciální čarodějnický díl XXII** počet postav celkem: 24, ženy:13, muži:11; **4. epizoda - Mé nahraditelné já** počet postav celkem: 30, ženy:14 muži:16; **5. epizoda - Dobrá manželka** počet postav celkem: 23, ženy:12, muži:14, **6. epizoda - Velká knižní loupež** počet postav celkem: 21, ženy: 9, muži:12, **7. epizoda - Muž v modrých flanelových kalhotách** počet postav celkem 33, ženy 20, muži 13; **8. epizoda - Krustyho comeback** počet postav celkem: 27, ženy: 13, muži:14, **9. epizoda - Duch vánoc příštích** počet postav celkem: 20, ženy:7, muži:13; **10. epizoda - Otázky Homera Simpsona** počet postav celkem:21, ženy: 14, muži: 7, **11. epizoda - Asociální síť** počet postav celkem: 26, ženy: 12, muži: 14, **12. epizoda - Vočko na hadry** počet postav celkem: 24, ženy: 9, muži:15, **13. epizoda - Fiesta s Lízou** počet postav celkem: 22, ženy: 8, muži: 14, **14. epizoda - Konečně zmizte!** počet postav celkem: 29, ženy: 10, muži: 19, **15. epizoda - Zavíráme krám** počet

postav celkem: 32, ženy: 14, muži: 18, **16. epizoda - Jak jsem prospal vaši matku** počet postav celkem: 28, ženy: 10, muži: 18, **17. epizoda - Oni, roboti** počet postav celkem: 24, ženy: 11, muži: 13, **18. epizoda - Mé srdce patří Bartovi** počet postav celkem: 22, ženy: 10, muži: 11, **19. epizoda - Super věc, kterou Bart už nikdy neudělá** počet postav celkem: 31, ženy: 15, muži:16, **20. epizoda - Špion, který mě poučil** počet postav celkem: 27, ženy:11, muži: 16, **21. epizoda - Tajnosti Neda a Edny** počet postav celkem: 23, ženy: 12, muži:11, **22. epizoda - Líza a Lady Gaga** počet postav celkem: 29 ženy: 18, muži:11.

Z výčtu vyplývá, že téměř ve všech epizodách počet mužských seriálových postav převyšuje počet ženských seriálových postav. Výjimkou jsou jen čtyři epizody a to 7. epizoda - Muž v modrých flanelových kalhotách, celkový počet postav tu je 33, ženy jsou zastoupeny 20 postavami a muži 13; 10. epizoda - Otázky Homera Simpsona, zde je počet postav celkem 21, ženy: 14, muži: 7 a 21. epizoda - Tajnosti Neda a Edny počet postav celkem: 23, ženy: 12, muži:11 a *Bartův nový hrdina* počet postav celkem: 29 ženy: 18, muži:11. Celkový počet epizod je dvaadvacet, z toho vyplývá, že mužští hrdinové převažují v 18 epizodách série. Celkový počet postav je 568, počet všech ženských postav pak 252 (44,3%) a počet všech mužských postav je 316 (55,6%). Z čehož vyplývá, že mužských postav je víc o 62. Z toho vyplývá, že hypotézu číslo jedna, že v seriálu se bude objevovat méně žen, než mužů se mi podařilo potvrdit.

**3. práce ve smyslu zaměstnání.** Sleduji, jestli se hrdinové seriálu věnují nějakému zaměstnání. Pokud jde o zaměstnání žen a mužů, tak část hrdinu, která se v seriálu pravidelně objevuje, pracovat pochopitelně nemůže, protože chodí do školy. Pokud jde o dospělé ženy, pracují pouze Janey Powellová, kuchařka Doris a slečna Hooverová (Lízina učitelka), Edna Krabappelová, a také sestry Marge - Selma a Patty a pochopitelně také Lady Gaga. Mužské postavy pracují téměř všechny, pokud nechodí do školy, nebo nežijí v domově důchodců.

#### **4. domácí práce – kdo je vykonává ženy, muži?**

Domácí práce většinou vidíme dělat Marge. Homer ovšem také občas přiloží ruku k dílu, například, když seče trávu na zahradě, nebo griluje. Vykonává zpravidla práce, které by se daly charakterizovat jako mužské. O něco více je v této oblasti aktivní Ned Flanders. Největší díl domácích prací ale dělají ženy.

#### **5. Štíhlost - upravenost**

Ženy zpravidla upravené jsou. Nejvíce v této oblasti nejspíš vyniká Lady Gaga, ale i dvojčata s fialovými vlasy nosí stejné šatičky a mašle. Marge má na hlavě vždy svůj pečlivě vyčesaný drdol, ačkoliv jinak není příliš marnivá. Muži jsou v tomto ohledu o

něco úspornější, péči o zevnějšek nevěnují příliš času a někteří z nich mají i nadváhu. Například Homer nemá ani zdaleka atletickou postavu. V případě kreslených postav ale není snadné dospět k jednoznačnému závěru, a proto se domnívám, že se mi hypotézu číslo pět, že mladé ženy budou dbát o svůj zevnějšek a budou převážně štíhlé, nepodařilo potvrdit.

### **6.7.B Kvalitativní obsahová analýza:**

Abych přiblížila svůj postup, který jsem používala při kvalitativní obsahové analýze, uvádím zde popis dvou vybraných epizod. Jedná se o Druhou epizodu *Bartův nový hrdina* a dvaadvacátou epizodu *Líza a Lady Gaga*. Druhá epizoda *Bartův nový hrdina* je zaměřená především na mužské hrdiny seriálu, ačkoliv se tu o ženské otázky a feminismu poměrně živě diskutuje. V místní základní škole pořádá dobročinná aukce na podporu školy, která nemá peníze. Většinu dražených věcí skoupí Bart, který se vydává za výstřední bohatou vdovu původem z Anglie. Na Bartův drobný žertík se nakonec přijde a školní inspektor Chalmers vynadá řediteli Skinnerovi do tupců. Ten mu navrhuje, že když je tak chytrý, ať si zkusí učit Barta sám. Chalmers hozenou rukavici zvedne, i když má o svých učitelských schopnostech pochybnosti. Začne Barta vzdělávat v historii a řekne mu, že Theodore Roosevelt – 26. prezident Ameriky byl kovbojem. Podaří se mu Barta pro Roosevelta nadchnout, a ten si začne sám na internetu vyhledávat informace o Rooseveltovi. Poté Chalmers vezme Barta do přírody, aby mu ukázal rezervaci, kterou někdejší prezident založil. Bart se o nově nabyté vědomosti pokusí podělit s Lízou, která mu ale řekne, že se Rooseveltem seznámila už v první třídě a začne jej zevrubně poučovat o jeho životě. Bart odrazen jejím nezájmem vyhledá své přátele a začne vzdělávat je. Probudí v nich zájem o vzdělání a kluci se dobrovolně přihlásí, že chtějí k Chalmersovi chodit na doučování. Ten souhlasí a prohlásí přitom, že: „Chlapci zaostávají ve všech předmětech výuky, protože školství zcela selhalo. Zaměřuje se na dívky. Opěvuje city a právo být jiný.“ Milhouse podotkne, že ho bavilo číst - Kluci pláčou. Chalmers mu ale oponuje. Rezolutně prohlásí: „Kluci nepláčou! Kluci musí objevovat a pak tvořit a pak to rozbít a pak to celé zopakovat. Vezme kluky na poznávací výlet, při kterém se pokoušejí nalézt Rooseveltovi brýle. Ty se jim sice podaří objevit, ale výprava skončí zraněním jednoho z nich a Chalmersovým vyloučením ze školy, když si na něj řediteli stěžuje matka zraněného hochy. Chalmers k tomu sklíčeně poznamenává, že: „Kluci možná občas pláčou.“ Nicméně kluci včele s Bartem se rozhodnou bojovat za to, aby se Chalmers do školy vrátil.



Homer, aby se zavděčil Marge předstírá zájem o děti a jde se jich zeptat, jestli nešíkanují někoho přes internet. Poté řekne Marge, že se věnoval svým rodičovským povinnostem a ta mu za to nabídne dortík se zmrzlinou. Ovšem Marge se něco nezdá, Homer jde za svým synem znovu. Než se ale stačí dozvědět, co kluci v Bartově bunkru plánují, odskočí si znova pro zmrzlinu s dortíkem. Poznává přitom, že by si chlapci měli najít dívky. Patrně proto, že život ve vztahu má jisté výhody, jako třeba dortíky se zmrzlinou. Kluci zatím naplánují obsazení školy, ostatní děti ve škole rozhodnou zajmout jako rukojmí.

Jejich strategie je úspěšná a Chalmers je nakonec přijat zpět do svého původního zaměstnání. Celá epizoda tak trochu vyvolává dojem, že si střílí z feminismu a snah o genderovou rovnost. Ženy v tomto díle mluví minimálně. Příběh je postaven na dobrodružství, která spolu prožívají kluci. Líza se v celé epizodě objeví pouze 2X poprvé, aby poučila Bárta, a po druhé, aby mu zatrhla okupaci školy, což se jí ale stejně nepodaří, protože jí Bart uvězní. Pokud už se v nějaké sekvenci objeví Homer a Marge společně, mluví většinou spíš Homer a Marge ho doplňuje. Snad vyjma scény, kdy je Marge vyzvána, aby mluvila na kameru do televizního vysílání. Podaří se jí ale říct jen dvě věty a Homer jí skočí do řeči, aby pozdravil své známé.

Poslední epizoda je jak už sám název napovídá *Líza a Lady Gaga*, je zaměřená čistě na Lízu. Díl začíná školním vyhlášením ankety v oblíbenosti. Cenu největšího rošťáka školy vyhraje podle očekávání Bart a cenu nejméně oblíbeného žáka vyhraje Líza. Zdrčeně si jde pro cenu a přemýšlí, jak svou pošramocenou image alespoň trochu vylepšit. Založí si tajný profil na sociálních sítích, kam si sama posílá pozitivní statusy pod anonymní přezdívkou pravdomluv. Pozitivních statusů si brzy všimnou děti ze školy a Lízina popularita začíná jít strmě nahoru. Líza je dokonce pozvaná na večírek od starších spolužáků. Bart si ale všimne, že Líziny deníčky, jsou napsány statusy, které na sociální profil píše pravdomluv, a tak odhalí Lízinu skrytou identitu. Líze zbydou jen oči pro pláč, protože ostatní jí začnou přezdívat chválismrad. Líza upadne ještě do větších depresí. Rozhodne se zavřít se v pokoji a nevycházet. Shodou okolností kolem města jede ve svém vlaku Lady Gaga a dozví se od svého manažera, že Springfield je poněkud depresivní město, kde žijí lidé s nejnižším sebevědomím na planetě. Rozhodne se Springfield navštívit a zaspívat, aby tamní obyvatele rozveselila a zbavila trdomyslnosti. Všichni se těší, že budou moct slavnou zpěvačku přivítat, ale Líza nechce vyjít ze svého pokoje. Homer však Lízu nakonec přesvědčí, aby šla taky na koncert. Přes všeobecné veselí, ona jediná se v davu nebaví. Lady Gaga si toho všimne a rozhodne se jí pomoci. Proto, i když Liza není příliš nadšená, s ní jde domů.

Před domem Simpsonů potkají Neda Flanderse, který se Lady Gaga zeptá, "Nejste vy náhodou jedna z těch umělých superhvězd, co dělají z mladých dívek nevěstky? Lady Gaga se ho na oplátku zeptá „Ze kterého šuplíku na svetry jsi vylezl?“ Ned Flanders ji odpoví, že „tolik nahé kůže jsem naposledy viděl na hadí farmě.“

Lady Gaga mu na to opáčí, že jen tvrdí, že jsou všichni uvnitř krásní a ptá se, jestli snad to samé neříkal Ježíš a tím se jí prudérního Flanderse podaří odzbrojit. V Lízini pokoji pak zjistí, jak oškliví Lízini spolužáci jsou a jak jí přes sociální sítě urážení. Snaží se jí vysvětlit, že se přes jejich urážky musí přenést a najít vlastní sebeúctu, protože v jádru není horší člověk, než ti, kteří ji urážejí. Říká jí, že ona sama na tom před lety byla stejně jako Líza, ale dokázala se postavit nepřízni osudu a jít si za svým cílem. Nakonec se jí podaří Lízu přesvědčit a v závěrečné scéně společně zpívají duet.

Většina pozornosti celé epizody je soustředěna na Lízu a na Lady Gaga, která jí radí, že musí mít hlavně ráda sama sebe a že nejlepší její přítel je především ona sama. Epizoda tedy vyznívá vesměs pozitivně. Talentovaná dívka může navzdory nepřízni osudu a nepochopení svého okolí nakonec získat díky své pílí a schopnostem úspěch, úctu a obdiv okolí. Může být soběstačná a zároveň i šťastná, jen musí jít odhodlaně za svým cílem. Pokud bych měla vyhodnotit kvalitativní výzkum jako takový, lze říct, že převážná část epizod se zaměřuje na mužské postavy a většina dějových linek se sestává z jejich dobrodružství. Z toho vyplývá, že se mi podařilo potvrdit hypotézu číslo dva, že primární zaměření jednotlivých epizod se bude týkat převážně mužů a jejich hodnocení a vnímání žen. Stejně tak se mi podařilo potvrdit hypotézu číslo tři, že muži budou žít aktivní společenský i profesní život. Ženy se budou převážně věnovat péči o domácnost, což bude hodnoceno jako žádoucí.

## 6.8. SHRUTÍ A VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Můj výzkum si vzhledem k omezenosti rozsahu studovaného vzorku nemůže dělat nárok na objektivní posouzení studovaného tématu. Zkoumána byla pouze jedna série z celkových 25 sérií. Proto jsou výsledky mého výzkumu pouze ilustrativní a poskytují pouze omezený náhled do problematiky týkající se zobrazování genderu v daném seriálu jako takovém. Nemohou být tedy považovány za seriózní vědeckou práci. Přesto jsem se snažila co nejzodpovědněji splnit všechna možná kritéria variability a reliability. (Disman. 2011, s. 215). Během výzkumu se mi podařilo najít odpovědi na všech 5 výzkumných otázkách. Téměř všechny hypotézy se mi podařilo potvrdit. Tedy kromě poslední hypotézy číslo pět, že mladé ženy budou dbát o svůj zevnějšek a budou převážně štíhlé. Předpokládala jsem, že mladé ženy budou dbát o svůj zevnějšek a budou převážně štíhlé. Pro toto tvrzení, jsem ale během svého výzkumu nenašla jednoznačně přesvědčivé důkazy. Většina ženských postav o sebe nijak výrazně nepečuje. Nejsou například ráno zobrazovány při úpravě obličeje ani nenakupují oblečení. Celkové vyznění 23. série, ale odpovídá patriarchálním rozložením sil ve společnosti. Převážná část ženských postav buď chodí do školy, nebo se stará o domácnost. Marge dává najevo, že jí monotónní práce v domácnosti nevádí, ba naopak nachází v ní zalíbení. Svou rodinu nadevše miluje. Vaří, peče a jinak jim podstrojuje. Kromě své rodiny nemá žádné přátele ani stálější koníčky přesahující rámec domácích prací. Většina dospělých mužů stejně jako Homer pracuje a zastávají také všechna prestižní zaměstnání. Homer, ačkoliv nežije příliš aktivním životem, má jeden velký koníček a tím je chození na pivo se svými přáteli. Další jeho životní zálibou je sledování televize. Sledování televize mají s Marge a ostatními členy rodiny společně. Marge se mu ale věnuje, pouze pokud má hotové domácí práce a má dostatek času na lelkování.

## ZÁVĚR

V úvodu své práce jsem si položila otázku, jaký svět prezentuje jeden z nejoblíbenějších seriálů současnosti – Simpsonovi? Rozhodně nelze říct, že je to svět genderově spravedlivý. Seriál prezentuje mužský svět, kde ženy hrají pouze druhořadou roli. Uzavřeny v kruhu rodiny jsou především matkami, dcerami a objekty mužské touhy. Seriál prezentuje realitu, kde ženy nemají vstup do aktivního života mužů - mimo kruh rodiny zapovězen. Ovšem vstoupí-li do něj, stanou se z nich nejspíš staré, kouřící a věčně nespokojené, cynismem prodchnuté semetriky. Ošklivé ženy, které jsou spíše karikaturami ženskosti než plnohodnotnými lidskými osobnostmi. Kdo za to může? Bylo by velmi snadné ukázat prstem na tvůrce seriálu a udělat z nich hlavní viníky. Obvinít je ze sexismu a genderové předpojatosti. Média ani tvůrci mediálních obsahů nežijí ve vzduchoprázdnu. Vytvářejí takové díla, které vycházejí z kultury a společenských hodnot doby, v níž žijí. Jinými slovy obsah médií zrcadlí chování, normy a hodnoty, které ve společnosti převládají. Média veřejnosti předkládají jen to, co si myslí, že od nich divák očekává, chce nebo vyžaduje. Komerční sponzoři (nejvýznamnější platící zákazníci médií) chtějí přilákat co nejširší publikum. Simpsonovi jsou jedním z nejúspěšnějších sitcomů současnosti. Jak je možné, že je seriál tak oblíbený? Je to snad tím, že celá naše společnost je zatvrzele sexistická, a že v ní pevnou rukou vládou muži, kteří „nenávidí“ ženy? Pravda bude nejspíš mnohem složitější. Patrně to bude podobné jako s Lízinou panenkou Líza, Lví srdce, která nebyla schopná si v konkurenčním boji s Malibu Stacy získat širokou popularitu. Hlavním důvodem je to, že s Lízinou panenkou byla nuda, zatímco s Malibu Stacy zábava. Také se Simpsonovými, je zábava. Ať už mají členové této povedené rodinky jakékoliv nedostatky, stěžít je můžeme obviňovat z toho, že berou svět kolem sebe smrtelně vážně. Mají nás pobavit. Ukázat nám naše vlastní nedostatky a vysmát se jim. Naši animovaní hrdinové si dělají legraci ze všeho a nic jim není svaté. Stereotypy (včetně těch genderových) a konvenční způsob myšlení je ideálním terčem, do něhož se lze strefovat. Nechci se pouštět do nepodložených spekulací, jaký obrázek světa by si snad pravidelní diváci seriálu mohli převzít do svého niterního chápání reality. Jaký vliv na ně zobrazování genderových stereotypů může hypoteticky mít. Bezpochyby nás ovlivňují, zvláště pokud seriál sledujeme až příliš často a vyhýbáme se jiným, přirozeným kontaktům s osobami svého živočišného druhu. Ovšem jak nastiňuje Eco, je těžké říct, jakým způsobem nás média ovlivňují. Bez hlubšího sociologického výzkumu je to zhora nemožné.

Velmi problematické je také hodnotit samotné stereotypní zobrazování genderu. Není jednoduché „rozklíčovat“ a identifikovat záměry tvůrců. Jedná se o sitcom, kde přepjaté zobrazování genderových stereotypů může být nástrojem satiry stejně mocným jako vysmívání se americkému snu. Vždyť přece Simpsonovi jsou všechno jiné než šťastně fungující rodina vystřižená z amerických reklam na úspěch. Smích nás osvobozuje. Jedná se o katarzi, která má učinit náš nedokonalý svět o něco snesitelnější. Přílišné lpění na genderově vyváženém zobrazování reality není správná cesta, jak objektivně posuzovat hodnotu uměleckých či komerčních mediálních produktů. Jak píše Josef Klíma ve své obhajobě své minisérie Reportérka, která byla vysílána na ČT1. Minisérie sklidila totiž kritiku, kvůli údajné Klímově homofobii. Klíma zde řeší, že reportérčin spolubydlící je gay a jako člen komunity gayů má kontakt na jistého velmi mocného a zhýralého gaje. Klíma přitom v obhajobě řeší, že tato postava byla v jeho předloze původně heterosexuálem, které ovšem on dodatečně změnil sexuální orientaci.

„Kdybych to totiž neudělal, nebyl bych homofobem (neboli mužem, který má obavu z homosexuálů), ale sexistou, který zase trpí utkvělou představou, že opačné pohlaví je nižší, méně hodnotné (Wikipedie). Uvědomil jsem si, že jsem v kleštích. Respektive má varlata. Ať se pohnou obrazně do jedné, či do druhé nohavice, stejně mi je nějaká ruka nemilosrdně stiskne.“<sup>37</sup> Klíma se dále pozastavuje nad vervou přisuzovat některým zastáncům genderové nepředpojatosti věcem snad až příliš zásadní význam.

„Jsem ale v těch kleštích sám? Kdo takhle vidí svět, ignoruje jeho ostatní obsahy. Hloupé nebo chytré, profesionální nebo amatérské, s poselstvím zdařilým nebo nikoli – to vše přehluší posedlost sexem. Nebo spíš sexualismem. A to, podotýkám, zabral homosexuální motiv nějakých deset procent stopáže. Viděno prizmatem téhle nelítostné bipolarity, která už předem nálepkuje (buď je to sexista, nebo homofob), přestává být homosexualita běžná, ale stává se významnou a osamělý zvrhlík má reprezentovat autorův názor na celou komunitu. Obávám se, že pro tyhle lidi by se stal i Stalin přijatelnějším, kdyby se dnes zjistilo, že byl homosexuál.“<sup>38</sup> Zmíněná obhajoba vyšla v Lidových novinách.

---

<sup>37</sup> Cit. z: KLÍMA, Josef. KLÍMA: Napsal jsem Reportérku. Prý musím být buď sexista, nebo homofob [online]. 16. 2. 2015 [cit. 2014-03-10].

<sup>38</sup> Cit. z: KLÍMA, Josef. KLÍMA: Napsal jsem Reportérku. Prý musím být buď sexista, nebo homofob [online]. 16. 2. 2015 [cit. 2014-03-10].

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

1. BAUMAN, Zygmunt a MAY, Tim. *Myslet sociologicky, netradiční uvedení do sociologie*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství 2010. 239 s. ISBN 978-80-7419-026-1
2. DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 4. vyd. Praha: Karolinum. 2011. 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8
3. BURTON, Grame a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Brrister a Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6
4. ECO, Umberto. *Meze interpretace*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 330 s. ISBN 978-80-246-0740-5
5. ECO, Umberto. *Tajemný plamen královny Loany*, 1. vyd. Praha: Argo, 2005. 452 s. ISBN 80-7203-724-4
6. FAFEJTA, Martin. *Úvod do sociologie pohlavní sexuality*, 1. vyd. Věrovany: Nakladatelství Jana Piszkiwicze, 2004. 159 s. ISBN 80-867-68-06-6
7. FRIEDAN, Betty. *Feminine Mystique* ,2. vyd. Praha: Pragma, 2002. 596 s. ISBN 80-7205-893-2
8. GROENING, Matt. *Homerova kniha, Simpsonova knihovna moudrosti*, 1. vyd. Brno: Jota, 2014. 96 s. ISBN 978-80-7462-463-6
9. IRWIN, William, CONRAD T. Mark, SKOBLE, J. Aeon. *Simpsonovi a filosofie, Homer myslitel*. 1. vyd. Praha: XYZ, 2010. 443 s. ISBN 978-80-7388-216-7
10. JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ Barbora. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4
11. KOMÁREK, Stanislav. *Muž jako evoluční inovace? Eseje o maskulinitě, její etnologii, životních strategiích a proměnách*. 1. vyd. Praha: Academia, 2012. 264 s. ISBN 978-80-200-2086-4
12. MCQUAIL Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5
13. MIRZOEFF, Nicholas. *Úvod do vizuální kultury*. 3. vyd. Praha: Academia, 2012. 318 s. ISBN 978-80-200-1984-4

14. MOŽNÝ, Ivo. *Rodina a společnost*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006. 311 s. ISBN 80-86429-58
15. NOVÝ, Ivan a SCHROLL-MACHL, Silvia. *Spolupráce přes hranice kultur*. 1. vyd. Praha: Management Press. 2005. s. 320, ISBN 80-7261-121-6
16. REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7
17. REIFOVÁ, Irena a KONČELÍK, J., SCHULZ, W., SCHERER, H., HAGEN, L.. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8
18. REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 192 s. ISBN 978-80-247-3006-6
19. RENZETTI, M. Claire a CURRAN, J. Daniel. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 642 s. ISBN 80-246-0525-2
20. SLUNČÍK, Václav. *Sitcom: Vývoj a realizace*. 1. vyd. Praha: AMU, 2010. 76 s. ISBN 978-80-7331-192-6
21. SKOVAJSA, Marek. *Struktury významu. Kultura a jednání v současné sociální teorii*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013. 221 s. ISBN 978-80-7419-163-3
22. ŠAFR, Jiří a kolektiv. *Mechanismy mezigenerační reprodukce nerovnosti*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav, 2012. 166 s. ISBN 978-80-7330-188-0
23. ŠANDEROVÁ, Jadwiga. *Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006. 209 s. ISBN 80-86429-40-7
24. VOOLFOVÁ, Virginia. *Vlastní pokoj*. 1. vyd. Praha: Marie Chřibková, nakladatelství a vydavatelství, 1998. 98 s. ISBN 80-902443-3-5

## Seznam použitých zahraničních zdrojů

1. Fiske, John. *Understanding popular culture*. 4. vyd. London; New York: Routledge, 2006. 206 s. ISBN 0415078768
2. HOGAN, Michael. *25 things you never knew about The Simpsons* [Online]. 15. 12. 2014 [Cit. 18. 02. 2015]. Dostupné z WWW: <<http://translate.google.cz/translate?hl=cs&sl=en&u=http://www.telegraph.co.uk/culture/the-simpsons/11289466/25-things-you-never-knew-about-the-simpsons.html&prev=search>>
3. RHODES, Joe. *The Making of "The Simpsons"* [Online]. 18. 5. 1990 [Cit. 18. 02. 2015] Dostupné z WWW: <<http://www.ew.com/article/1990/05/18/making-simpsons>>

## Seznam použitých internetových zdrojů

1. KLÍMA, Josef. *KLÍMA: Napsal jsem Reportérku. Prý musím být buď sexista, nebo homofob* [online]. 16. 2. 2015 [cit. 2014-03-10]. Dostupné z WWW: <[http://www.lidovky.cz/klima-napsal-jsem-reporterku-pry-musim-byt-bud-sexista-nebo-homofob-116/nazory.aspx?c=A150216\\_120759\\_In\\_nazory\\_mmu](http://www.lidovky.cz/klima-napsal-jsem-reporterku-pry-musim-byt-bud-sexista-nebo-homofob-116/nazory.aspx?c=A150216_120759_In_nazory_mmu)>
2. KORDA, Jakub. *Nový televizní seriál/od triumfu k soumraku* [online]. 7. 5. 2010 [cit. 2014-01-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.cinepur.cz/article.php?article=1866>>
3. VOLEK, Jaromír. 2001 – 2005. *Revue pro média: Časopis pro kritickou reflexi médií, (heslář- Mýdlová opera)*. [Online] [Cit. 18. 04. 2014] Dostupné z WWW: <[http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/mydlova\\_oper.htm](http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/mydlova_oper.htm)>
4. METYKOVÁ, Monika. 2001 – 2005. *Revue pro média: Časopis pro kritickou reflexi médií, (heslář- Gender)*. [Online] [Cit. 20. 04. 2014] Dostupné z WWW: <<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/gender.htm>>
5. ŠMIKMÁTOR, Jan. 2001 – 2005. *Revue pro média: Časopis pro kritickou reflexi médií, (heslář- Mýdlová opera)*. [Online] [Cit. 18. 04. 2014] Dostupné z WWW: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kodovani-dekodovani.htm>



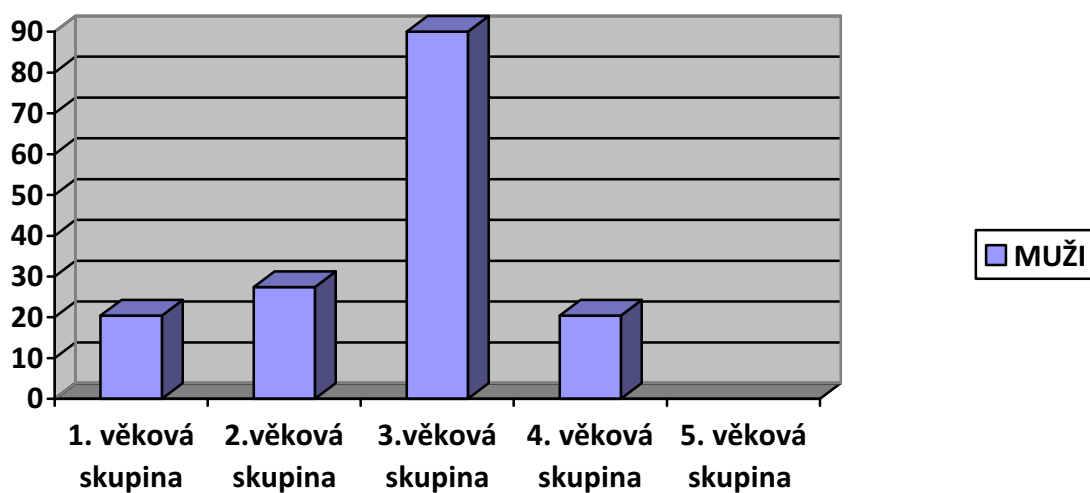
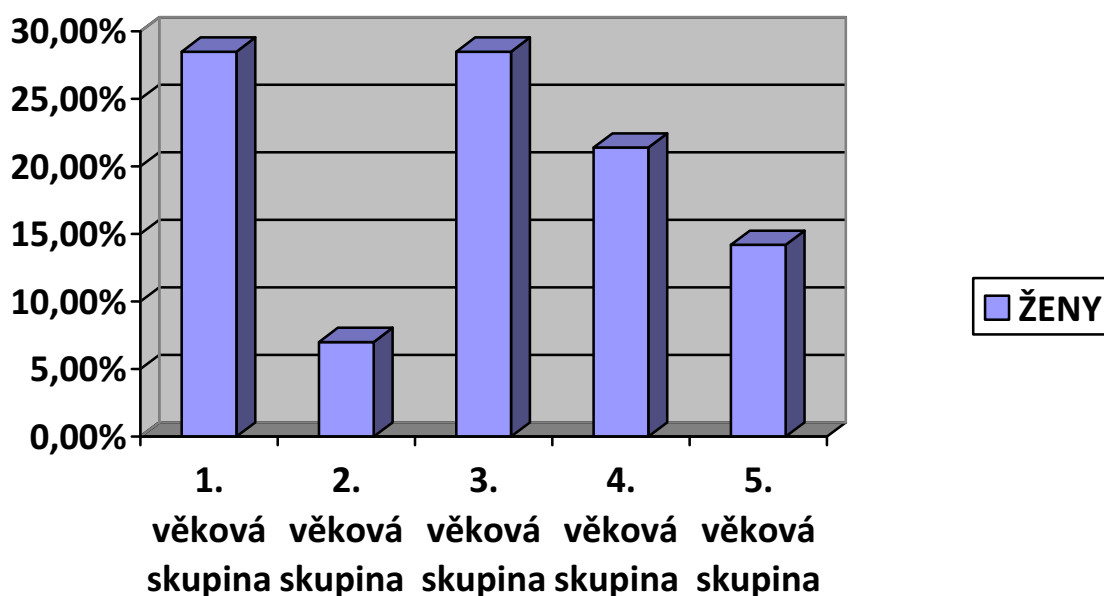
### Seznam ostatních zdrojů:

Webová stránka s online přístupem k seriálu Simpsonovi. [Online] [Cit. 17. 02. 2015]

Dostupné z WWW: <http://simpsonovi.nikee.net/index.php?video=502>

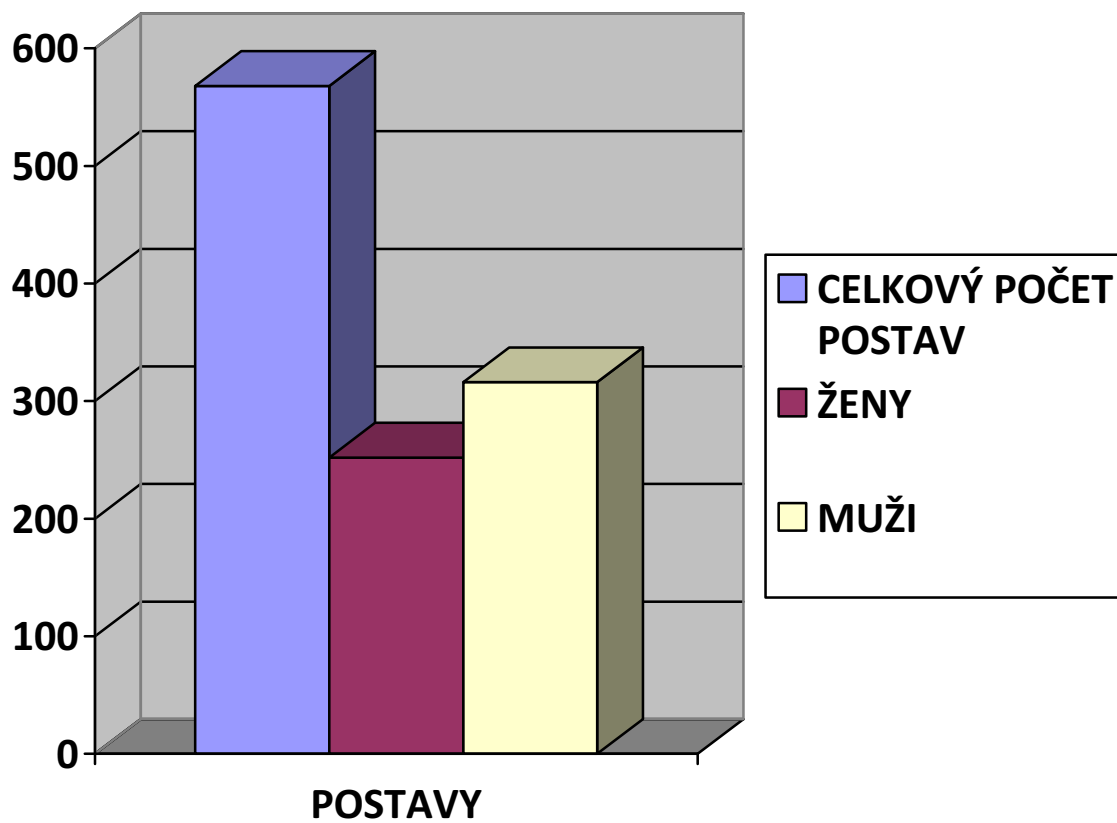
### Přílohy:

**Graf: Rozdělení ženských postav podle věku**



**Graf: Rozdělení ženských postav podle věku**

Graf: Rozdělení postav podle pohlaví



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: LENKA KAŠPAROVÁ**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: kombinovaná**

**Název práce: Analýza kultovního seriálu Simpsonovi z genderového pohledu**

**Rok: 2014/2015**

**Počet stran textu bez příloh: 69<sup>39</sup>**

**Celkový počet stran příloh: 5<sup>40</sup>**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 24**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 3**

**Počet internetových zdrojů: 5**

**Počet ostatních zdrojů: 1**

**Vedoucí práce: Prof. MgA Jiří Svoboda**

---

<sup>39</sup> zahrnuje počet stran od úvodu po závěr práce (seznamy použitých zdrojů již nepočítáme)

<sup>40</sup> zahrnuje celkový počet jednotlivých stran příloh