Univerzita Palackého

Filozofická fakulta

Katedra sociologie a andragogiky

Prezentace rozvodu v českých masmédiích (analýza textu)

Magisterská diplomová práce

Daniel Kunz

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Martin Fafejta, PhD.

Olomouc 2015

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně za využití uvedených zdrojů.

V Olomouci 30. března 2015

Mé poděkování patří vedoucímu práce Mgr. Martinu Fafejtovi, PhD. za to, že se mě pokoušel držet daleko od svodů publicistického textu. Děkuji také své přítelkyni Tereze, za síly a korekturu.

Obsah

Úvod 5
1. Teoretická východiska 7
1.1. Rodina a její rozpad 7
1.2. Rozvod 9
1.3. Média a jejich vliv na tvorbu veřejného mínění 11
1.4. Genderový pohled na tvorbu mediálního obsahu 13
1.5. Genderové stereotypy 14
1.6. Předchozí výzkumy 16
1.7. Text jako objekt výzkumu 17
1.8. Charakteristika vybraných periodik 18
1.9. Aktuální dění v redakcích 20
1.10. Cíl práce 21
2. Metodologie 22
2.1. Klíčové slovo 23
2.2. Výzkumné otázky a hypotézy 24
2.3. Výběr částí odpovídajících zamýšlené analýze 27
2.4. Metody výzkumu 29
3. Analytická část 33
3.1. Internetová prezentace magazínů 33
3.2. Stručný souhrn souboru 34
3.3. Kvantitativní vyjádření analyzovaného souboru 36
3.4. Specifika analyzovaných článků – Maxim 2012 37
3.5. Shrnutí Maxim 45
3.6. Specifika analyzovaných článků – Marianne 2012 45
3.7. Shrnutí Marianne 54
3.8. Rozdíly mezi magazíny 54
4. Závěr 65
Příloha 69
Seznam tabulek 70
Anotace 71
Použitá literatura 72
Jiné zdroje 74

Úvod

V roce 2013 se v České republice rozvedlo téměř 28 tisíc manželství.[1] Téměř dvě třetiny všech žádostí podaly ženy. A věděli jste, že průměrné manželství trvá 13 let?[2] Pro porovnání se v roce 2012 uskutečnilo 45 206 sňatků.[3] O rok později se tedy přes polovinu uzavřených sňatků rozpadlo. Tento závěr je samozřejmě dost nadnesený. Avšak i tak je zajímavé si uvědomit, že více jak polovina všech manželství uzavřených v jednom roce, je další rok rozvedena. Přesněji, nejedná se o manželství, která byla předcházející rok uzavřena, mluvím pouze o počtu, který se rovná polovině všech uzavřených manželství za rok.

Sám pocházím z rozvedené rodiny a mnoho z mých vrstevníků bere kompletní rodinu, tj. nerozvedou, jako něco nadpozemského, neuvěřitelného. Kromě toho pocházím ze severních Čech. Většina obyvatel severu Čech náleží k dělnické profesi.[4] Výzkumy dokazují, že s rostoucím vzděláním klesá riziko rozvodu, ať prvního nebo opakovaného.[5] Dle dalších statistik České statistického úřadu je v ústeckém kraji nejnižší míra vzdělanosti. Společně s Karlovarským krajem má kraj Ústecký nejmenší počet středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaných obyvatel.[6] Zároveň je v Ústeckém kraji dlouhodobě nejvyšší podíl nezaměstnaných osob, v roce to bylo 11,47 % všech obyvatel severu Čech, kterých je cirka 850 000.[7] To je pro ilustraci, že rozvod je pro mne vcelku normální záležitost, byť bych byl rád, kdyby tomu tak nebylo. I statistiky říkají, že rozvodovost na severu Čech patří k těm vyšším. I přes absenci většího města (Ústí nad Labem má necelých sto tisíc obyvatel) je počet rozvodů jeden z největších v ČR.[8] Vždy pro mne bylo záhadou, proč se ve sdělovacích prostředcích, ať už ve

[1] http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/420031BBE3/$File/130069-14_3.pdf (cit. 1.2. 2015)
[2] Události ČT, 9. 10. 2014
[3] http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/snatecnost
[4] http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/8F0038320C/$File/33008514c.pdf (cit. 1.2. 2015)
[5] Vohlídalová, M. kdo podává žádost o rozvod a jaké jsou příčiny rozpadu partnerských vztahů? [online] http://www.genderonline.cz/uploads/0fe05a7bc97ec53bf76b8cdee8e94cd81a4bb68d_kdo-podava-zadost-o-rozvod.pdf (cit. 1. 3. 2015)
[6] http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/B10029F8F9/$File/17023214a04.pdf (cit. 1.2. 2015)
[7] http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/8F0038320C/$File/33008514c.pdf (cit. 1.2. 2015)
[8] http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/69003BE2FB/$File/4026rr03.pdf (1. 3. 2015)

filmech, seriálech či zprávách, vždy o rozvodu hovoří jako o tragické události. Vždyť se přece nejedná o nic tak neobvyklého. Nutno dodat, že jsem si jím prošel ještě jako poměrně malé dítě ve věku dvou let. Asi bych na něj nahlížel jinak, prožít ho později. Ale i ti z mých přátel, kteří rozvod rodičů zažili, se netvářili nijak zvlášť traumatizováně a dodnes si dáváme k dobru historky od psychologů, ke kterým děti, v průběhu rozvodového řízení či řízení péče o dítě, musí docházet.

Výzkumů týkajících se obsahů médií byl napsán velký počet. Nemalá část z nich se věnuje užívání genderových stereotypů nebo obecně zkoumá média z genderového hlediska. Snad žádný výzkum nezohledňuje téma rozvodu v mediálním obsahu. Neříkám, že zpracování této práce je urgentní záležitostí pro lepší pochopení problému či snad pomoc společnosti. Je však možné, že napomůže v budoucnu při ohlédnutí za dnes tak diskutovaným tématem. Přece jen rozmach mnohých psychoterapeutů a výzkumů chování dětí dost říká, že rozkol rodiny úplně nesvědčí zdravému psychickému vývoji. Mnoho těchto poznání je na pomezí psychologie, psychoanalýzy a populárně-naučné vědy. Je pravdou, že právě poznání přiklánějící se k vědecko-populárnímu či pouze populárnímu, je blízké oběma sledovaným periodikům v této práci, ale o tom až v dalších fázích této práce.

Tato práce je rozdělená do tří hlavních částí, jejichž užití považuji za vhodné. Nejprve uvádím teoretická východiska, která ovlivňují formu výzkumu a metodologii, a pak již přichází samotné metodologické ukotvení a analýzy výzkumných souborů. Vše je shrnuto v závěru. Pro práci využiji zdrojů převážně z oblasti sociologie a mediálních studií. Na základě teoretického pozadí těchto oborů stanovím hypotézy a pokusím se nalézt odpovědi na stanovené otázky. Do procesu stanovování hypotéz a teoretického pozadí se dostávají prvky genderové korektnosti, jejichž optikou je pak nahlíženo i na analyzovaná data.

Cílem práce je nalézt a poukázat na rozdíly zpracovávání tématu rozvodu v moderních a, řečeno jazykem exaktních věd, impaktovaných magazínů.

1. Teoretická východiska

V první části mé práce chci uvést pozadí problému, které dokáže ukotvit téma a napomoci jeho pochopení. Názvy dílčích podkapitol mohou působit vágně a bezobsažně, nicméně svou náplní by měly zodpovědět na většinu případných otázek, které by mohly vyvstat. Za důležité považuji si v prvé řadě definovat rodinu a také to, co se děje těsně po skončení fungování rodiny z důvodu rozvodu. Ze sociologického hlediska je důležitá část o genderových stereotypech a vlivech mediálních komunikátů na společnost. Snažím se využívat literaturu a zdroje napříč spektrem, od odborných výzkumů, obhájené diplomové práce, přes knihy, které mohou být spíše zajímavou zmínkou než důležitým zdrojem.

1.1. Rodina a její rozpad

V této kapitole uvedu, jak média referují o rozvodech a s jakými konotacemi bývá rozvod spojován. Mým cílem je porovnání lifestylových magazínů pro muže a pro ženy. Byť v poslední době míra rozvodovosti v České republice klesá[9], tak je téma rozvodu v české společnosti stále aktuální. Může o tom svědčit článek,[10] který v rozporu s oficiálními daty Českého statistického úřadu přináší zprávu o tom, že Češi mají za to, že míra rozvodovosti stoupá. Je pravdou, že Český statistický úřad zmiňuje, že za výkyvy v rozvodovosti či sňatečnosti může být změna legislativního rámce. A dodává příklad poklesu rozvodovosti na pozadí přijetí zákona o rodině č. 91/1998 Sb.

Velký počet rozvodů v moderní společnosti může být způsoben rychlejším životním tempem a neochotou člověka řešit své problémy v dlouhodobějším horizontu. V případě problémů pak přichází na řadu nejsnazší řešení, v případě problémů v manželství tím nebývá diskuze a

[9] http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rozvodovost
[10] http://domaci.eurozpravy.cz/spolecnost/46236-v-cesku-stoupa-rok-od-roku-rozvodovost-proc-tomu-tak-je/

vyřešení problému, ale rozvod rodiny. Počátky tohoto problému můžeme spatřovat již v době urbanizace, kdy se z původně velkých rodin stávaly rodiny nukleární, obsahující pouze matku, otce a děti. Význam prarodičů a jejich tradic tím začal oslabovat. Jako selhání jednoho z hlavních pilířů společnosti vidí Keller neúplné rodiny, ve kterých se matka stará o jedno, či více dětí. (Keller 2011, str. 38)

Model rodiny v poslední době doznal značných změn, a to nejen v České republice. Rodiny se stávají jednotkami spíše hospodářské ochrany jedinců než místem, které primárně slouží ochraně před vnějším světem. (Možný, str. 21, 2002) Marešova stať Možného slova potvrzuje. (In Sirovátka, 2006) Zmiňuje oslabující potenciál rodin v rámci její emocionální roviny a vzájemné solidarity. Projevy rodinné solidarity jsou nahrazovány finančními příspěvky či jinými dotovanými službami sociálního státu. (Sirovátka, str. 38, 2006) Je tedy zřejmé, že dynamika společnosti se zrychluje a s tím souvisí i to, že roste počet rozchodů. Dospělí trávící více času v práci spolu přestávají komunikovat a neřeší problémy ve vztahu, to může vést až k rozvodu: *„Rozchod se stal pro nezanedbatelný počet párů normální součástí jejich životní dráhy a běžným způsobem řešení manželských problémů.“* (Sirovátka, str. 33, 2006) Neméně podstatnou částí záležitostí moderní se stala krize otcovství. Po letech, kdy byl otec považován pouze za živitele a trestající prvek v rodině, se po otci požaduje, aby byl plnohodnotnou součástí rodiny. Je to důsledkem převážně ekonomických faktorů, kdy již více není možné, aby rodinný příjem byl závislý pouze na muže: *Narůstající rodičovská aktivita mužů tedy nebyla nutně a vždy dána touhou otců samotných, ale byla do určité míry vynucena sociálně-ekonomickými změnami. Nároky na otce se v tento moment začaly zvyšovat, neboť z něj stále nikdo nesejmul povinnost být živitelem (ve srovnání s matkou má stále nést hlavní díl finanční zodpovědnosti za obživu rodiny).* (Fafejta 2012) Mnozí autoři hovoří nejen o krizi otcovství, ale přímo o krizi mužství nebo krizi mužské identity. Již Henry D. Thoreau začal vnímat problémy mužů a pokračují další autoři, Bidulph, Deida,Badinter, Bly. Jak definovat správnou roli muže a jeho pevné ukotvení ve zrychlující se společnosti je spíše otázkou pro psychology.

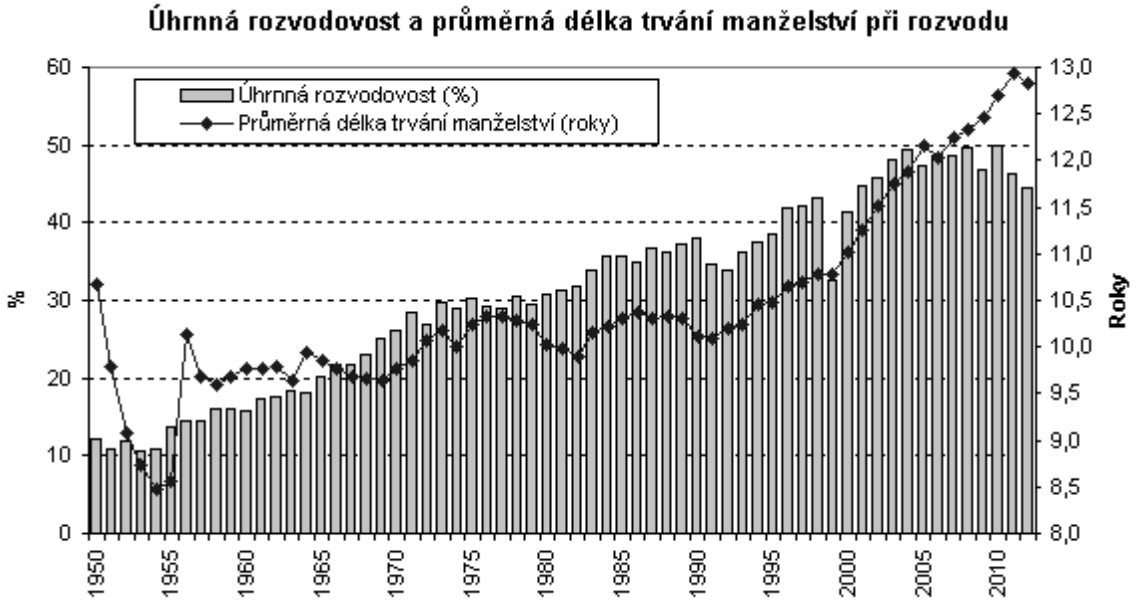
1.2. Rozvod

Pojmem *rozvod* rozumějme administrativně dokončený akt, který rozvádí muže a ženu a ukončuje manželský vztah. Je nutné oddělovat rozvod a rozpad rodiny. Rozpady rodin jsou velice časté, ale jak již bylo zmíněno, nelze je statisticky uchopit, protože data o rozpadech nejsou k dispozici. Data o rozvodech jsou dobře dostupná z relevantních zdrojů (jakým je Český statistický úřad), a tudíž je možné je brát za prokazatelné.

Karsten uvádí tři nejčastější statistické korelace k rozvodu:

1) Jeden z partnerů má již za sebou rozvod;
2) manžel má nízké příjmy;
3) manželka má nízké vzdělání. (Karsten 2006, str. 136)

Domnívám se, že zmiňovaná statistika je spíše zajímavou reflexí německého stavu než podstatným faktem pro českou společnost, autor je totiž profesorem na mnichovské univerzitě. Nicméně uvádí skutečnosti, které lze vyhledat i v českém prostředí. Až 70 % žádostí o rozvod podávají ženy a sociální důsledky rozvodu jsou mnohem těžší pro muže než pro ženy (ať už se jedná o ztrátu přátel nebo vystěhování ze společného bytu). (Karsten 2006, str. 136) Je všeobecně známým faktem, že záchranná sociální síť zachytí mnohem dříve ženy než muže. Proto je mezi bezdomovci větší počet mužů.



Graf Českého statistického úřadu[11]

Poslední dostupné porovnání rozvodovosti krajů pochází z roku 2003, což je sice devět let od posledních dostupných údajů o rozvodovosti v ČR obecně, avšak rozdíly nejsou tak markantní. Rozdíl mezi počty z roku 2003 a 2012 činí takřka šest tisíc rozvodů. V převažující části se jedná o jedince, kteří se rozvádějí poprvé.[12] Dalším zajímavým statistickým faktem je ukazatel délky manželství před rozvodem, v roce 2003 se manželství nejčastěji rozváděla po třech letech trvání, v roce 2013 to bylo po čtyřech letech.

Lze spekulovat, zda manželství pozbývá na vážnosti, nicméně dokladem toho může být i zrušení paragrafu 23 zákona o rodině č. 94/1963, který ve svém druhém odstavci říkal: *Lehkomyslný poměr k manželství je v rozporu se zájmem společnosti. Proto lze ke zrušení manželství rozvodem přistoupit jen ve společensky odůvodněných případech.*[13] Zrušený zákon byl nahrazen zákonem č. 91/1998, který již nyní také neplatí a je nahrazen občanským zákoníkem platným od 1. 1. 2014.[14] Cílí mimo jiné na bytovou politiku státu, protože obsahuje části o ochraně společného bydlení.[15]

[11] http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rozvodovost (2. 2. 2015)
[12] http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/420031BBE3/$File/130069-14_3.pdf (cit. 10. 2. 2015)
[13] http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=1232 (cit. 12. 2. 2015)
[14] http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/ (cit. 12. 2. 2015)
[15] http://obcanskyzakonik.justice.cz/infocentrum/media/vystvat-exmanzela-na-ulici-bude-s-novym-obcanskym-zakonikem-tezsi/ (cit. 12. 2. 2015)

Rozpad rodiny

Rozpadnutí manželství může mít stejné dopady jako rozvod. V dnešní době, kdy mnohem větší procento lidí žije nesezdaně, (Sirovátka, 2006, str. 33) je očekávatelné, že počet rozvodů stoupat nebude, protože nestoupá úroveň sňatečnosti. Při posuzování rozvodovosti je důležité vzít v úvahu i skutečnost, že počet statisticky zjištěných rozvedených manželství je nižší než počet rozpadlých manželství. Tj. takových manželství, která již de facto nepokračují, ale nebyla administrativně rozvedena. Rozpadlá manželství nejsou ve statistice zachycena.[16] Taková manželství je téměř nemožné statisticky podchytit, protože jejich počty nejsou nikde zachyceny a výzkumy na toto téma se neprovádějí.

1.3. Média a jejich vliv na tvorbu veřejného mínění

Masová média nabízí pohled na svět, který je již svým způsobem zprostředkovaný skrze jejich redakční manuály. Tvorba článků je ovlivněna navyklými postupy redakcí při zpracovávání komunikátů. Novináři vytvářejí komunikáty určené pro periodika s příznakovými prvky, které jsou vlastní cílové skupině recipientů mediálního obsahu:

> *„Řešení je banálně jednoduché, samozřejmě pokud vám ho někdo ukáže, jako nakonec Jarek nešťastné Ivě (a my vám tady). Iva se na Jarka mile usmívá. Dobře ví, že dělení na identické poloviny funguje jen v matematice, ale už ne po rozvodu, na který se tak těší." (Maxim, článek 4)*[17]

V ukázce můžeme spatřit příznakové prvky náležející příjemci Maximu. Příjemce může vnímat společné užití slov *nešťastná Iva* jako bezpříznakové při užití v tomto magazínu. Sousloví nahrává stereotypizaci žen jako těch, které jsou nešťastné a pasivní a čekají na vysněného muže. Významy, kterých může nabývat mediální komunikát, nejsou závislé pouze na tom, co je v daném článku obsaženo, ale velkou roli hraje i to, o čem média mlčí. Pokud se dané téma do médií nedostává, recipienti téma nevnímají a nezařazují ho do své reality: *„Publikum předpokládá, že to, co*

[16] http://web.natur.cuni.cz/geografie/vzgr/monografie/populacni%20vyvoj/rozvodovost.pdf (cit. 12. 2. 2015)
[17] Článek je doprovázen sérií fotografií, které znázorňují „kouzelníka v baru se ženou".

vidí, čte či slyší, má nějakou souvislost se světem, v němž žije – a že tato souvislost odpovídá tomu, jak svět vnímá…" (Jirák 2007, str. 141) Jednou z teorií, jak média ovlivňují chápání/dekódování textu, je *teorie vepsaného čtenáře*, která úzce souvisí s *preferovaným čtením.* Tyto teorie říkají, že v textu jsou zabudovány apely, které nutí čtenáře přímo reagovat na text formou požadovaných reakcí. K těmto teoriím existuje i opozice v tom, že text je interpretován ne z hlediska toho, jak je napsán, ale z hlediska toho, jaké je kulturní zakotvení recipienta. (Reifová 2004, str. 36) V těchto teoriích lze nalézt spojení se sociocentrickými teoriemi, jak je definuje Denis McQuail a s teoriemi mediocentrickými z torontské školy Harolda Innise a Marshalla McLuhana. (Reifová 2004, s. 275 – 280) Sociocentrické teorie nevidí změny uvnitř společnosti ve zprostředkujících technologiích (např. médiích), ale vidí je ve společnosti samotné, a až následkem změn ve společnosti dochází ke změnám v mediální komunikaci. Ta je považována za indikátor pozitivní evoluční změny. (Reifová 2004, str. 280)

Různé styly komunikace s publikem působí na různých úrovních, ať už se jedná o přiblížení pořadu svému cílovému publiku, či persvazivní komunikování s příjemcem. Způsob oslovení v textu vždy staví příjemce do určité polohy vůči textu a do určitého vztahu k textu. (Jirák 2001, str. 328)

V této době, kdy jsou média plná konspirací a těžko se rozlišuje mezi zavedenými, všeobecně sledovanými a uznávanými médii a médii alternativními, si člověk musí být stále vědom toho, že zdroje informací je třeba prověřovat, a ne jen slepě důvěřovat. Prověřování informací z několika zdrojů by mělo být základním kamenem novinářské práce, bohužel ne vždy se tak děje. Před námi vyvstávají zpravodajské servery typu www.ac24.cz, www.czechfreepress.cz, www.parlamentnilisty.cz a jiné, jejichž novinářská práce bývá založena na pouhém zrcadlení informací z obdobných zahraničních zpravodajských serverů, či je tvoří ideově zabarvené zpravodajství, které se tváří jako neutrální. Bohužel příjemce mediálního obsahu nebývá vždy ochotný rozlišovat mezi alternativními a těmi zavedenými (www.ceskatelevize.cz, www.rozhlas.cz, www.ceskenoviny.cz).

1.4. Genderový pohled na tvorbu mediálního obsahu

Podle průzkumu v rámci Global Media Monitoring Project jsou ženy v mediálních obsazích zastoupeny o celých 75 % méně, než jsou v médiích zobrazování muži. Zpráva taktéž uvádí, že ženy jsou mnohem častěji zobrazovány v rolích, které odpovídají pozicím, jež mají souvislost s rodinou. Pouhých 13 % zpráv bylo zaměřeno pouze na ženy. Zpráva z výzkumu také říká, že pokud už někdo boural v médiích zaběhlé stereotypy, byly to právě ženy. Mezi neméně zajímavé statistiky patří procento zpráv, které se týkaly genderové nevyrovnanosti, šlo o pouhých 6 % ze zkoumaných zpráv. Taktéž při dotazech, kdy média žádají expertní vyjádření, mají ženy pouhé dvacetiprocentní zastoupení. Výzkum byl prováděn ve 170 zemích světa.[18]

Jirák a Köpplová ve své knize tvrdí, že média vyjadřují či mohou vyjadřovat různé obecnější soudy. Na základě toho dokládají, že se média uchylují ke stereotypizaci. (Jirák, Köpplová 2007, str. 300) Renzetti a Curran zmiňují hypotézu zrcadlení, při které média zveřejňují pouze takový obsah, po kterém konzument touží. Je to takový obsah, který reflektuje normy, hodnoty, ale i nálady přetrvávající ve společnosti. (Renzetti, Curran 2003, str. 182) Není překvapující, že zastoupení žen, novinářek, je mnohem menší než jejich kolegů, mužů. Renzetti a Curran se shodují s výzkumem Petry Kubálkové z centra ProEquality. Poukazují na 37% zastoupení žen, v médiích celkem. (Renzetti, Curran 2003, str. 185) Podle Kubálkové je v českých médiích o téměř polovinu menší počet žen, novinářek, než je tomu v jiných zemích. Výzkum českého centra ProEquality taktéž zmiňuje, že 46 % všech zpráv posiluje genderové stereotypy.[19] Kubálková vidí problém v tom, že média stále dělí témata na mužská a ženská. Ženská témata pak dle ní nacházejí své místo často až na konci novin. V českém prostředí taktéž vyšel výzkum společnosti TNS Factum z roku 2003, který dokládá téměř vše výše zmíněné. Co se týče zastoupení žen v médiích, podává informaci, že ženy s největším procentem mediálního zastoupení patří buď mezi hlasatelky zpráv, nebo mezi moderátorky talkshow. Tudíž

[18] ttp://www.genderclearinghouse.org/upload/Assets/Documents/pdf/gmmp_global_report_en.pdf (cit. 17. 2. 2015)
[19] http://www.mpsv.cz/files/clanky/960/vyzkum.pdf (cit. 10. 3. 2015)

koreluje s údajem o malém zastoupení žen, expertek, v mediálních komunikátech.[20]

V této kapitole nelze nezmínit problém *generického maskulina* (zmíněno je i v následující kapitole). Bylo zjištěno, že mužský jazykový tvar spontánně navozuje představu muže, a proto se v mnoha zemích EU zavádí nesexistické označování a titulování osob. (Valdrová, in Gender ve škole, str. 58) Média užívají generické maskulinum převážně v názvech profesí, příklady můžeme najít i ve zkoumaném vzorku textů:

Další, kdo se kvůli Facebooku tetelí blahem, jsou ***rozvodoví advokáti.*** (Marianne, článek 8)

Valdrová říká, že jazyk funguje jako *„reklama na muže“*[21], dokládá to na mnoha příkladech a výše uvedený příklad je jeden z mnoha případů udržování generického maskulina na stránkách magazínů. Velká část recipientů je již na generické maskulinum tak zvyklá, že jeho užívání nebere vlastně vůbec v potaz. Lze tedy souhlasit s výrokem Valdrové, že jazyk je reklama na muže? Jen těžko se hledá například název povolání, které by bylo označeno ženským tvarem. Jako první si vzpomenu na porodní bábu a prostitutku (byť mluvit o názvech povolání v této době je u těchto dvou případů zavádějící).

1.5. Genderové stereotypy

I přes to, že mediální prostor je plný článků hlásající rovnost pohlaví ve všech možných (ideálně ve všech) sférách veřejného i soukromého života, se v médiích stále ve velkém zastoupení objevují genderové stereotypy, které přisuzují mužům a ženám atributy vhodné spíše kmenovým společenstvím než moderní době. Média často prezentují muže jako pracujícího a jako toho, kdo posuzuje ženinu úspěšnost, často na základě jejího vzhledu. (Valdrová 2001) Jedna z věcí, která v poslední době patří mezi primárně řešené záležitosti lingvistů orientujících se v genderové oblasti, je výskyt *generického maskulina* v mediálních komunikátech. Jedná

[20] http://www.mpsv.cz/files/clanky/960/vyzkum.pdf (cit. 10. 3. 2015)
[21] http://www.feminismus.cz/cz/clanky/zenska-otazka-trochu-jinak (cit. 10. 3. 2015)

se o zaznamenávání názvů povolání a jiných věcí slovy odvozenými od jejich maskulinního tvaru. Renzetti a Curran uvádějí například slovo *království*, kde dokonce v češtině je od slova *král* odvozena i ženská varianta, *královna* (toto srovnání je vloženo překladatelem knihy). Dodávají, že se jedná o prvky jazykového sexismu, který snižuje roli žen a může vést až k jejich ignorování. (Renzetti, Curran 2003, str. 176) V průzkumu Američana Levinsona bylo zjištěno, že v televizních pořadech pro děti jsou ženy znázorňovány v mnohem menším počtu rolí než muži. A povětšinou jsou spojovány s pracemi, které jsou tradičně připisovány ženám (sekretářka, učitelka). (Karsten 2006, str. 73) Uvádí také, že muži většinou propůjčují hlas bezpohlavním bytostem. (ibid., str. 74)[22]

Pro teoretické ukotvení mojí práce je vhodná kniha Kateřiny Zábrodské *Variace na gender*, jejíž pohled na genderovou problematiku je příhodný pro tuto práci. Kniha rozebírá několik myšlenek, které se dají označit za stereotypizující. Takové myšlenky jsou stále obsaženy v myslích společnosti. V kapitole s názvem *Ženskost jako nástroj moci* respondentka uvádí, že se před svým přítelem chová dle jeho očekávání, aby naplnila jeho představy o ženách. Kapitola zmiňuje, jak socializace působí na chování a styl života respondentky, aby zapadla do společnosti. (Zábrodská 2009, str. 135-141)

Literatura, která řeší genderovou stránku jazyka, již existuje a oddíl věnující se tomuto tématu lze nalézt téměř v každé knize pojednávající genderové problematice moderní doby. Uvádí se, že ženy mluví jiným jazykem než muži. Například Karsten uvádí: *„…jazyk ženy je emocionálnější, muž spíše zachází s informacemi.“* (Karsten 2006, str. 122) Renzetti a Curran přirovnávají rozhovor ženy a muže k rozhovoru dvou lidí z různých kulturních prostředí, nazývají to *genderlekty*. (Renzetti, Curran 2003, str. 180) Stereotypy se promítají i do výchovy dětí, Renzetti a Curran to nazývají *genderovou socializací*. Zmiňují, že ve společnosti jsou dívky vnímány jako křehké a líbezné, zatímco chlapce vidíme často jako silné.

[22] Zde bych pro zajímavost zmínil české večerníčky: Pohádky z mechu a kapradí (Křemílek a Vochomůrka nadabovaní Jiřinou Bohdalovou), taktéž Rákosníček se stejnou dabérkou. Bezpohlavnímu Krtkovi nedokáži přisoudit pohlaví dabéra. Jinak je pravdou, že například Jů a Hele jsou dabováni mužem. A postava samotného Večerníčka by zasloužila samostatný rozbor.

Neopomínají zmínit, že děti tato očekávání přejímají a promítají do svých vzorců chování. (Renzetti, Curran 2003, str. 93)

Je zřejmé, že stereotypy, které se týkají našich pohlaví, jsou v menší či větší míře přítomny téměř v každé oblasti lidské činnosti. Ať je to školní výchova, či produkty mediálních komunikátů, které: *„vykazují nápadný sklon ke stereotypizaci, tedy k opakování celé řady prvků.“* (Jirák 2001, str. 155-156) V poslední době se samozřejmě mnohé země či instituce snaží genderově stereotypní vykládání světa omezovat. Zavádí se například minimální počty žen ve správních radách podniků, minimální počty v politice apod. Je otázkou času, aby se ukázalo, zda bylo nutné provádět legislativní změny v tomto směru.

Zajímavý výzkum o vnímání typicky mužských a typicky ženských vlastností proběhl u žáků osmých tříd základních škol a odpovídajících tříd víceletých gymnázií.[23] Referování o stereotypních myšlenkách u dětí má velkou vypovídací hodnotu, protože můžeme vidět prolnutí vlivu rodičovského a mediálního na utváření vlastního názoru: *Vzhledem k tomu, jak konzistentně respondenti hodnotili typické vlastnosti muže a ženy, se dá usoudit, že stereotyp je více ustálen ve vlastnostech, jaké by měl mít typický muž.* Vypovídá tento závěr o tom, že v médiích jsou více zobrazováni muži se svými typickými vlastnostmi? I to může být jeden ze závěrů. Bohužel výzkum předkládá pouze grafy a značně strohý závěr, ve kterém tvrdí, že sledovaná generace dětí je ovlivněna genderovými stereotypy. Původ těchto stereotypů autoři šetření vidí v rodinách dětí a ve školním vzdělání.[24]

1.6. Předchozí výzkumy

Jako autor nechci dělat kompilát již proběhnutých výzkumů a porovnávat je. Nicméně několik předchozích výzkumů na obdobná témata uveřejnit hodlám. Rešerše předcházející samotné práci a výzkum samotný pomohl odhalit množství prací a výzkumu, které podobné téma již řešily či alespoň přinesly na dané výzkumné pole něco nového. Cenným nástrojem

[23] http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=352&lst=115 (cit. 2.3.2015)
[24] http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=352&lst=115 (cit. 2.3.2015)

k vypracování této práce byly již existující výzkumy na obdobná témata. Většinou se jedná o diplomové práce, které se dívají na mediální obsah genderovou optikou. Jejich obsah nabízí povětšinou obsahové analýzy mediálních komunikátů z magazínů zaměřených primárně na ženy. Výzkumy řešící výskyt článků tematicky orientovaných na rozvod se zatím ještě žádné nekonaly. Téma rozvodů řeší například výzkum Jiřího Šatavy, který řeší vliv rozvodů na výši příjmů v důchodu. (Šatava 2013)

Časopisu Marianne se věnovala bakalářská diplomová práce Marie Novotné na katedře žurnalistiky Univerzity Palackého z roku 2011. Pro porovnání zvolila magazín ForMen. (Matisová 2011) Nicméně tématu rozvodů či rozpadů rodin se autorka ve svém výzkumu nevěnuje. Maximu se věnují například bakalářské diplomové práce na fakultě sociálních studií brněnské Masarykovy univerzity. Například Jan Labohý (Labohý 2007) se věnuje zobrazování přírody v Maximu, nebo Zuzana Mánková (Mánková 2011) řeší konstrukci mužské identity v mužském časopise.

1.7. Text jako objekt výzkumu

Definice textu je pro tuto práci poměrně důležitá. Sociologický slovník říká, že text je poselství, které bylo zaznamenáno, v našem případě zapsáno a vytištěno, takže jeho existence je nezávislá na příjemci i původci. Jak dále uvádí Sociologický slovník, text je povětšinou chápán jako lexikální, obsahující slova, ale do jeho širšího významu je možné zařadit i obrazové a zvukové materiály. (Jandourek 2007, str. 258) V případě mého výzkumu bude k obrazové části částečně nahlíženo. K definici textu své říká i Hájek, který připomíná, že v rámci lingvistiky je definicí textu hned několik. Od definic, které se zaměřují na vnitřní povahu, až po ty, které text vidí jako koreláty komunikace. Hledání identity textu je činnost, kterou si ani neuvědomujeme. Pokud vidím stejný text napsaný na papíře či na monitoru počítače, jedná se stále o stejný text, který svých vlastností nabývá svými abstraktními hodnotami. Důležitá je interpretace čtenářem, a ta může být kvalitativně ovlivněna kontextem. Hájek dále dodává, že textem se rozumí jakýkoliv objekt nebo soubor objektů, z jejichž materiality lze

abstrahovat význam, který je později možné reartikulovat. (Hájek 2014, str. 23) Většinu textů sice přijímáme v životě poslouchánim, a přesto se odborné výzkumy soustředí spíše na interpretaci čtení textů a interakci čtenáře s textem psaným. Je pravdou, že je rozdíl mezi texty vzniklými pro poslouchání a texty, které vznikly, aby byly čteny. Proto se některé texty určené pro čtení mohou jevit *divně*, když je člověk čte veřejně nahlas. (Hájek 2014, s. 33-34) Na závěr uvedu Wilsonovu myšlenku, která text definuje pragmaticky jako objekt, který lze číst, a čtení je míněno v širším slova smyslu jako činnost, jejímž výsledkem má být porozumění. (Wilson 2012, str. 342)

Je zřejmé, že v této práci se bude jednat o texty, které byly materializovány v podobě vydání tištěných článků v magazínu. Jejich podoba z internetového archivu je přílohou této práce.

1.8. Charakteristika vybraných periodik

Krátce a stručně charakterizovat obě periodika považuji za nezbytnou součást této práce. Nemohu počítat s tím, že znalost Marianne a Maximu je obecná. Sám se seznámím podrobně s oběma magazíny a určím jejich výrazné prvky. Obě periodika vycházejí ve vydavatelské společnosti Burda Praha, spol. s r.o.[25] Maxim je lifestylový magazín určený mužům. Hned na první pohled je poznat, že se jedná o periodikum, které se snaží moderní, jednoduchou formou předávat informace. Ty mívají často charakter zajímavostí či se jedná o „flashovité“[26] zprávy bez řádného zazdrojování, jejichž obsah je zkratkovitý, často omezen pouze na jednu nebo dvě věty. Články jsou ve velké míře dokresleny fotkami či barevnou tematickou grafikou. Není bez výjimky, že článek doprovázejí fotografie spoře oděných (nebo zcela nahých) žen.

Oproti Maximu podává magazín Marianne informace zcela jinou formou. V článcích se mnohem více řeší mezilidské vztahy, ovšem ve

[25] http://inzerce.burdamedia.cz/vydavatelske-spolecnosti-burda-praha-a-burda-media-2000-se-sloucily-v-jednu-38/ (cit. 23. 10. 2014)
[26] Tj. takové, které jsou útržkovité a vzbuzují senzaci.

vážnější rovině. Grafická podoba časopisu je mnohem přehlednější, články nejsou doprovázeny křiklavou grafikou. Fotografie často ilustrují to, o čem článek pojednává, či jsou tematicky zaměřeny na obsah článku. V článcích se téměř vůbec nevyskytují expresivní výrazy. Titulní stránka magazínu často, formou krátkých nadpisů, uvozuje obsah časopisu. Obrazově je titulní strana vyplněna fotkou, na první pohled spokojené, ženy. Žena se usmívá, často je velmi dobře oblečená a nalíčená. Ve většině případů nesouvisí tematicky fotka na titulní stránce s obsahem časopisu. Lze spatřit i přizpůsobování se ročnímu období, titulní stránka získává barevný odstín příhodný danému období (např. podzim – hnědá, zima – bílá). Sebeprezentace titulu Marianne spočívá na sloganu: Život začíná ve třiceti. Cílí tedy na užší publikum, než tak činí Maxim, který se žádným konkrétním sloganem neprezentuje.[27]

Je zajímavostí, že trh lifestylových časopisů je poměrně široký, alespoň co se týká časopisů pro ženy. Na muže orientované lifestylové časopisy jsou na českém pouze dva, Maxim a ForMen.[28] Nezapočítávám tematické magazíny, například Svět motorů a jiná úzce zaměřená periodika. Lifestylových magazínů určených ženám je v českém mediálním prostředí poměrně dost, v září 2014 to bylo jedenáct časopisů[29], které kancelář ABC (Audit Bureau of Circulations[30]) vede jako *Časopisy životního stylu pro ženy*. V této sekci nejsou vedeny časopisy, jako je Vlasta, Katka nebo Praktická žena. Ty mají vlastní kategorii *Časopisy pro ženy,* a kancelář jich do ní zařazuje celkem patnáct.[31] Sekci časopisů pro muže kancelář nemá. Může za tím být to, že zájmové tituly (např. Hattrick, Pro Hockey) jsou sportovní a v rámci genderové korektnosti není důvod je uvádět jako nutně mužská periodika. Není důvod předpokládat, že sportovní magazíny,

[27] http://www.mediaguru.cz/2014/03/co-napovidaji-obalky-casopisu-pro-muze/#.VQisA46G8pR (cit. 10. 3. 2015) Dovolím si odkázat na článek, který se zabývá titulními stránkami mužských časopisů a Maxim je hodnocen jako hravý časopis založený na ironii.
[28] http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=9&filterYear=2014&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=casopisy-zivotniho-stylu-pro-muze (cit. 14. 2. 2015)
[29] http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=9&filterYear=2014&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=casopisy-zivotniho-stylu-pro-zeny (cit. 14. 2. 2015)
[30] http://www.abccr.cz/o-nas/
[31] http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=9&filterYear=2014&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=casopisy-pro-zeny (cit. 14. 2. 2015)

časopisy o střelbě či o technice čtou pouze muži. Takový nepoměr v počtu titulů určených mužům a ženám je hodný zamyšlení.

S magazínem Maxim se v České republice pojí i mírná kontroverze. Obchodní řetězec Tesco začal v říjnu 2013 balit časopis do neprůhledné obálky. Učinil tak, proto, že mnohé zaměstnance a zákazníky obálky s téměř nahými ženami pobuřovaly, hlavně ve Velké Británii. Vydavatelům Maximu to zřejmě vůbec nevadilo, magazín do černé neprůhledné folie zabalili. Pravděpdobně v duchu: Negativní reklama je také reklama.(Aust 2013) Je zřejmé, že Maximu je jistá míra kontroverze vlastní a nijak se jí nebrání.

1.9. Aktuální dění v redakcích

V květnu 2014 odešla většina redaktorů časopisu Maxim. Většina z nich vytvořila materiál, který tvoří výzkumný soubor magazínu. Pro zajímavost a dotvoření obrazu o časopisu Maxim uvádím oficiální prohlášení redakce ohledně jejich skončení: *„Zjistili jsme, že jsme gayové. Došlo nám, že již nedokážeme tak věrohodně zpracovávat témata týkající se žen, vztahů mezi muži a ženami a vůbec zájmů hlavní cílové skupiny – heterosexuálních mužů. Proto jsme se s vydavatelstvím Burda dohodli, že bude pro čtenáře časopisu Maxim lepší, když odejdeme. Maxim jsme vytvářeli přes deset let a nyní jeho novému, správně orientovanému týmu přejeme hodně úspěchů.“*[32] Hlavním důvodem je výměna šéfredaktora, a tím pádem i strategie v tvorbě obsahu. V magazínu Marianne se zásadní změny v redakci nedějí, šéfredaktorkou je stejná osoba jako v roce 2012, Petra Švecová, která ten rok v redakci začínala na šéfredaktorské pozici.[33]

[32] http://www.mediaguru.cz/2014/05/z-redakce-maximu-odchazi-pet-redaktoru/#.VGT5ivmG8UA (cit. 20. 2. 2015)
[33] Mailová korespondence, viz příloha

1.10. Cíl práce

Hlavním cílem je analýza vybraných textů a následná komparace jejich vypovídací hodnoty s ohledem na genderovou optiku chápání světa. Užití průniku kvalitativních a kvantitativních prvků by mělo přinést dostatečně relevantní výsledky pro určení nejmarkantnějších rozdílů v prezentování rozvodu periodiky, z nichž je každé zaměřené na jiné publikum. Mezi dílčí cíle je zařazen výzkum výskytu genderových stereotypů objevujících se ve výzkumném souboru. Jako vhodný prostředek k tomuto zjištění využiji komparativní obsahové analýzy. Pozorováním stylu psaní článků, obsahu a případných příznakových jevů bych měl dosáhnout verifikovatelných a obhajitelných výstupů. Přesnější definování cílů práce a postupů, jak k nim hodlám dospět, lze nalézt níže.

2. Metodologie

Úkolem této kapitoly je v prvé řadě určit výzkumné otázky a samozřejmě taktéž hypotézy, ze kterých budu vycházet a které budou buď potvrzeny, či vyvráceny. Důležitou součástí pak je zaznamenání metodologie, dle které práce vznikala. Nebylo snadným cílem určit si na první pokus metodologii, dle které budu po celou dobu pracovat, a bylo třeba jí opracovat, aby její výsledky byly relevantní zadaným cílům práce. Domnívám se, že se to podařilo, a metodologie se skládá z kompilátu více postupů již ověřitelných výstupů. Do popředí se v analytické části bude dostávat hledisko genderové korektnosti. Jednou z věcí, kterou si kladu za úkol, je zjištění celkového vyznění článků a zda články podporují stereotypy, které jsou často akcentovány v mnohých odborných statích převážně ženských autorek.

Důležitým úkolem bylo určení vhodné metody, která napomůže rozboru textů. Jako první se nabízela narativní textová analýza. Mým předpokladem bylo, že narace obsažená v článcích bude vhodným objektem zkoumání. Svou hypotézu podporuji citací popisu hermeneutického přístupu k rozboru narativu: *„hermeneutický způsob analýzy narativních dat přistupuje k vyprávění jako k médiu kulturního významu; prostřednictvím vyprávění lidé interpretují a komunikují kulturní významy, které jsou přisuzovány lidem, jejich jednání, událostem a sociálnímu dění.“* (Hájek 2014, str. 161) Hájek říká, že žádná společnost nefunguje bez interpretace *všudypřítomných situačních vyprávění,* která se dotýkají každodenního života, mýtů, nebo tzv. velkých vyprávění. (Hájek 2014, str. 151) Tudíž i „malé vyprávění“ zkoumaných magazínů má svojí důležitost, protože texty považuji za takové, které se dotýkají každodenního života. V analýze textů ze sociálněvědního pohledu nás nezajímá text o sobě, ale stěžejním zájmem je to, co stojí před a za textem. (Hájek 2014, str. 20) Nebudu zkoumat vlastnosti textů z hlediska jazykovědného, byť se neobejdu bez občasné zmínky z této oblasti. Budu se snažit nalézt a následně doložit smysl

významů, které stojí nad textem, a logicky zdůvodnit právě to rozhodnutí, které mě k tomu vedlo.

Kromě hermeneutické analýzy využiji strukturální prvky Franzosiho *gramatiky příběhů*, která pracuje se sémantickým tripletem. Výhodou tohoto postupu je zachycování prakticky všech entit, které nabývají určitého významu a objevují se v narativních větách. Nenarativní věty pak jsou takové, které jsou hodnoticí, popisné, a ty nejsou v konečném důsledku kódovány. Hájek přidává silné a slabé stránky gramatiky příběhů. Její silná stránka je vysoká míra informační retence, takže kódováním se zachytí velká část informací z textů. Ovšem právě kvůli kódování vzniká velká selekce. (Hájek 2014, s. 187) Gramatika příběhů je velice obsáhlá a na čtenáře náročná aktivita. K použití sémantických tripletů dojde hlavně tam, kde by mohlo dojít k dezinterpretaci významu. V tu chvíli tedy dojde ke kvantitativnímu užití analýzy a následné kvantitativní zhodnocení do syntézy, jak je uvedeno níže.

2.1. Klíčové slovo

Symbolika klíče zde otevírá hlavní záměr výzkumu. Rozvod. Klíčové slovo napomáhá obsahové analýze vytvářet kategorie, které do sebe následně systematicky zahrnují různé kódy, které mohou být složeny z klíčových slov, z tvarů slov apod. (Hájek 2014, str. 39) Klíčové slovo toho výzkumu odpovídá hlavnímu sledovanému tématu. Jedná se o slovo *rozvod.* I samotné vyhledávání textů v internetovém archivu proběhlo právě vyhledáním článků, které obsahují slovo a jeho tvary. Výsledkem je výzkumný soubor, který je podroben analýze z hlediska toho, co všechno se za textem skrývá. Bude mě zajímat, jakých konotací může nabývat klíčové slovo z hlediska obsahu článků. Očekávám, že slovo rozvod bude nabývat tří možných kvalit: pozitivní (jako vyústění dlouhotrvajícího problému), neutrální (prostý popis události) a negativní (situace vzniklá po nevěře, či jinou situaci, která není přiléhavá korektnímu průběhu manželství).

2.2. *Výzkumné otázky a hypotézy*

Za přispění teoretického rámce určuji otázky, které pokládám pro svůj výzkum za stěžejní. Neméně důležité je určení hypotéz, ze kterých vycházím ve svém výzkumu a jejichž tvrzení bude buď vyvráceno, nebo potvrzeno. Otázky se tematicky opírají především o genderové paradigma, které nastoluje i mnohé hypotézy.

2.2.1. Hlavní výzkumná otázka

- **Jaké rozdíly lze definovat mezi typicky ženským a typicky mužským periodikem v článcích, které pojednávají o rozvodu?**

Vezmeme-li v úvahu myšlenku, že lifestylové magazíny ukazují společnosti, jak žít svůj život, jak správně konzumovat, je důležité i to, jak pojednávají o rozvodu jakožto o události, která může společnost rozvracet. Pro tuto tezi beru v potaz myšlenku, že rodina je základ státu a rozvod rodinu ničí. Pro porovnání jsem zvolil magazín pro muže Maxim a pro ženy zaměřený Marianne. Oba magazíny patří pod stejný vydavatelský dům Burda media 2000, dlouhodobě se drží na vrcholu nákladu ve svých kategoriích.[34] Primárně budu sledovat v jakých souvislostech je rozvod zmiňován a jak je, v souladu se zmínkou, prezentován. Rozvodem myslím legislativně dokončený proces rozpadu vztahu, kterým zaniká manželství.

2.2.2. Vedlejší výzkumné otázky

Vznik vedlejších výzkumných otázek doprovázel pročítání výzkumného souboru. Pro dílčí cíle byla potřebná alespoň rámcová znalost vzorku s ohledem na teoretická východiska práce. Díky prvotnímu poznání vzorku jsem mohl určit témata, kterých se vedlejší výzkum bude dotýkat. Povětšinou se jedná o zastižení dat, která přináší něco nového nebo jsou nejzajímavější a souvisí úzce s výzkumem.

[34] http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/

- **Jaká další témata se v článcích zmiňujících rozvod objevují?**

  Hypotéza: V magazínu zaměřeném na ženy se dají očekávat články, které budou přinášet téma silných žen po rozvodu, rady, co dělat po rozvodu nebo jak se mu vyhnout. V mužském magazínu naproti tomu očekáváme více „machistických" témat přinášejících svobodu přicházející s rozvodem, sex a podobně.

  Výzkum se také bude týkat toho, zda autoři a autorky článků užívají prvků preferovaného čtení, aby čtenáře vmanipulovali do svého vnímání světa. (Reifová 2004, str. 36)

  Operacionalizace kategorií: Nejčastější kategorie vyskytované v médiích určuji na základě obecné znalosti vyskytovaných témat.

  Kategorie:

  - Bulvár
  - Domov
  - Fotografie
  - Ohlasy/dopisy čtenářů
  - Osobní rozvoj
  - Publicistika
  - Rozhovor
  - Vztahy
  - Zdraví
  - Zpravodajství

- **Objevují se ve vybraných magazínech genderové stereotypy?**

  Hypotéza: Magazín Marianne bude genderově korektnější, zatímco časopis Maxim bude užívat genderové stereotypy.

  Jedním z dílčích cílů práce bude zjistit, jestli a v jaké míře periodika podporují genderové stereotypy, nebo je naopak nabourávají. Je předpokládáno, že Maxim bude tyto šablony podporovat a nebude se jim

vyhýbat. Dá se to odvodit již z toho, že většině obálek dominuje dívka oblečená povětšinou v plavkách, mnohdy není oblečená ani v plavkách.

- **S jakými rolemi se pojí zobrazování mužů a žen v obou komparovaných časopisech?**

  Hypotéza: Zobrazování ženy v Marianne bude především v roli matky, silné ženy, zralé ženy, rozumné ženy, napravené ženy po rozvodu a manželky. Muž bude vystupovat v roli odborníka, nevěrníka, polepšeného muže, otce a manžela.

  Tato výzkumná otázka přiléhá velmi těsně k otázce předchozí o genderových stereotypech. Definice rolí napomůže určit, zda jsou v magazínech podporovány, nebo naopak rozmělňovány stereotypy.

- **S jakými atributy je spojován rozvod v ženském a s jakými v mužském magazínu?**

  Hypotéza: Rozvod bude spojován převážně s negativními prvky, a to v obou magazínech. Rozvod v Marianne bude připisovat chybu mužům a zdůrazňovat nevěru, rozvod v Maximu bude zlehčován.

  Pro zodpovězení této otázky a ověření hypotézy vyberu z každého článku hlavní téma a k němu náležející atributy. Následně provedu porovnání a zjistím, jestli obsah týkající se tématu rozvodu je homogenní, nebo je tematicky proměnlivý.

- **S jakými procesy je spojován rozvod ve sledovaných článcích?**

  Hypotéza: Rozvod je spojován hlavně s činností, která předchází samotnému aktu rozvodu. Tedy s nevěrou, případně vzájemným neporozuměním. V Marianne bude rozvod spojován s mentálními pochody ženy. V Maximu se články zaměřovat na atributy nabyté svobody.

  Sledování přiřazovaných procesů přinese snazší komparaci obou magazínů. Zároveň to nabídne náhled do redakční práce a usnadní určení, zda je vyznění rozvodu v článku negativní, neutrální, nebo pozitivní.

2.3. Výběr částí odpovídajících zamýšlené analýze

Hlavní část zkoumaného souboru je situována do roku 2012, kdy rozdíl v počtu zveřejněných článků v časopise Maxim a Marianne byl nejmenší. Pro tento rok jsou také k dispozici statistické ukazatele rozvodovosti v ČR od Českého statistického úřadu. Aby výzkum získal širší základnu, uvádím údaj o počtu článků uveřejněných a odpovídajících cílům výzkumu z let 2008 až 2011. Jejich užití přináší pouze zajímavost a není s nimi více operováno. Jejich počty nejsou brány v potaz při závěrečném zhodnocení výzkumu pro rok 2012.

2.3.1. Výběr souboru

Výběr dokumentů k analýze proběhl následujícím způsobem: za pomoci mediálního archivu MediaSearch od společnosti Newton media, a.s. nejprve proběhlo šetření, jak rozsáhlý je archiv zvolených magazínů. Pomocí toho jsem zvolil rozsah sledovaného období. V rámci dalšího postupu bylo zvoleno klíčové slovo „rozvod“. Archiv je naprogramován tak, aby klíčová slova i skloňoval. Nebyl tedy problém dostat se ke všem článkům v daných magazínech za určité časové období, které slovo „rozvod“ zmiňovaly. V obou časopisech jsem se setkal s tím, že rozvod nemusí existovat pouze v rodinném právu. Archiv ukázal i komunikáty zmiňující rozvod z jeho technického významu slova (rozvody elektřiny v automobilech, rozvod páry v žehličkách apod.) Takové články v konečném důsledku vynechal. Došlo tedy k definování souboru jako souhrnu všech článků zmiňujících rozvod v souvislosti s rozpadem rodiny za roky 2008 až 2012 v časopise Marianne a Maxim. Detailněji analyzován je ovšem pouze rok 2012 z důvodů uvedených výše.

2.3.2. Výběr vzorku

Jak již název práce říká, vzorek byl vybrán z masově šířených médií. Předpokládám, že užití titulů, jejichž prodejnost patří k nejvyšším na českém trhu, přinese data, která budou univerzální a validní, než by bylo při

užití titulů s nižším nákladem. Masová média mají být obsahově univerzální, mají mít znatelnou popularitu a v zásadě se u nich očekává veřejná povaha. Důležitá je taktéž jejich schopnost velkonákladové produkce. (Jirák, Köpplová 2009, str. 21) Lifestylové magazíny Maxim a Marianne by měly všechny výše zmíněné atributy zastávat, včetně toho, že svůj obsah mohou vytvářet průběžně pro svou online mutaci. Oba magazíny patří podle ověřených statistik prodeje ke dvěma nejprodávanějším ve své kategorii. Práce si klade ambice zjistit rozdílný přístup v časopisech psaných pro muže a v časopisech psaných pro ženy k tématu rozvodu. I proto výběr padl na tato dvě periodika. Oba magazíny pocházejí ze stejného vydavatelského domu Burda media 2000 a šlo by tedy očekávat, že budou uplatňovat podobné postupy v získávání informací a v jejich následném předávání svému publiku. To však již nyní můžeme vyvrátit, protože Maxim splňuje spíše charakteristiky bulvárního média, zatímco tvorba Marianne odpovídá spíše seriózněji stylu tvorby.

Jako analytickou jednotku jsem zvolil všechny články, které obsahují slovo „rozvod“ (o menším omezení výše). Poslední dostupná data o rozvodovosti v České republice od Českého statistického úřadu pocházejí z roku 2012. Díky těmto statistickým datům a skutečnosti, že rozdíl v počtu komunikátů zmiňujících rozvod mezi sledovanými magazíny je nejmenší, porovnám právě rok 2012. V roce 2012 se jednalo celkem o 47 článků, 10 z magazínu Maxim a 37 z Marianne. Oba magazíny vycházejí s měsíční frekvencí, ročně tedy celkem 12 čísel u každého z nich. Základní jednotkou výzkumu je tedy článek, jehož téma úzce souvisí či přímo pojednává s rozvodem. Byť se předmětem krátké analýzy stane i obrazová stránka časopisů, která slouží jako doprovod pro články, nejsou do výzkumu zařazeny fotografické materiály, které s články přímo souvisí. Hlavní důraz je kladen na textovou složku mediálních výstupů.

2.4. Metody výzkumu

Správně zvolená metoda výzkumu je opravdu důležitá, zvláště v humanitních vědách, kde není možné zcela verifikovat výsledky, jako to je možné ve vědách exaktních, kde k ověření pomáhá experiment. Hlavním výzkumným pilířem práce je obsahová analýza. S její pomocí zjistím, v jaké míře zvolené magazíny akcentují, či naopak ignorují, téma rozvodu ve své mediální agendě. Definice analýzy podle Hendla říká, jak funguje analýza a co je potřeba provést:

> ***Analýza*** *spočívá v rozdělení celku na jeho komponenty a zkoumání, jak tyto komponenty fungují jako relativně samostatné prvky a jaké jsou mezi nimi vztahy. Každá analýza se vyznačuje určitým stupněm explorace. Znamená to, že při ní provádíme průzkumové a objevující aktivity.* (Hendl 1998, str. 35)

Po provedení analýzy proběhne syntéza, která data složí dohromady. To proto, aby se dalo říci, jak jednotlivé dílčí prvky ovlivňují článek, magazín a jeho tvorbu jako celek:

> V **syntéze** jde naopak o složení částí do celku a o popis hlavních organizačních principů, jimiž se tento celek řídí v závislosti na jeho částech. (Hendl 1998, str. 35)

Zprvu se může zdát, že text je pouze rozebrán a posléze zase skládán dohromady. Avšak při rozložení dochází k analýze obsažených větných konstrukcí, zjištění, zda texty obsahují příznakové prvky a také zda dodržují očekávané redakční postupy, jak psát komunikát pro veřejnost. Za pomoci obsahové analýzy je soubor roztříděn na základní jednotky, které posléze jsou podrobeny hlubšímu výzkumu.

Kladu si ambici provést **hermeneutickou analýzu**, která díky subtilním interpretačním postupům odhaluje struktury textu, které na první pohled nejsou viditelné. V tuto chvíli nelze zodpovědět otázku, zda-li autoři užívají nadvětné konstrukce ke skrytí různých významů ve svých textech, i to by však měla být jedna z odpovědí na konci mojí práce. *„Hermeneutika je věda interpretování, přičemž interpretace je akt vysvětlení, vhledu nebo porozumění,“* říká Hendl. (Hendl 1998, str. 33) Pomocí této analýzy

poukážu na autorské intence a taktéž na *specifické argumentační struktury.* (Schulz 2004, str. 29) Takto prováděná analýza nese riziko subjektivnosti, protože autor analýzy nemusí uvést řádně všechny své postupy. Budu tedy uvádět všechny své postupy, jak jsem dospěl k závěrům, které v textu zmiňuji. Je možné, že to s sebou přinese velkou spoustu argumentací, doufám však, že to přispěje k pochopení přidělování významů a rozšifrování autorských intencí jednotlivých tvůrců mediálního obsahu zahrnutého ve výzkumném souboru.

> *Z historické perspektivy má největší rozšíření hermeneutika textová. Na druhé straně lze v obecnějším smyslu chápat hermeneutiku předmětů a jednání také jako hermeneutiku textu. Uvedeme si její základní principy. Textová hermeneutika je úzce spjata s kvalitativní obsahovou hermeneutikou a s analýzou dokumentů (viz např. Hendl 1997). Při textové hermeneutice rozlišujeme (Meinberg 1993) tyto základní kroky:*
>
> *1. Je nutné adekvátně zvolit otázku nebo objasňovaný problém vzhledem k celku textu.*
>
> *2. V textu se určují místa, které představují odpověď na položenou otázku.*
>
> *3. Přistupuje se k procesu dokazování, přičemž se využívají citáty textu.*
>
> *4. Pracuje se s primárními nebo sekundárními texty, které se mohou odkazovat k dalším autorům. Spíše se používají primární texty.*
>
> *5. Přistupuje se k vyložení imanentního obsahu textu, které se nejdříve vztahuje k výpovědím daného autora, rozpracovávají se také latentní témata.*
>
> *6. Interpretace se „posiluje" a verifikuje ostatními textovými zdroji stejného autora.*
>
> *7. V rámci komparativního postupu se srovnávají interpretace textů různých autorů, které mají vztah ke stejnému problému.*
>
> *8. Je nutné zodpovědět otázku spolehlivosti textů (bezrozporná argumentace, původ textů, původnost a úplnost, atd.)*
>
> *9. S interpretací se spojuje i vysvětlení, tzn. hledají se odpovědi na otázku „proč se tak děje?"*.(Hendl 1998, str. 35)

Právě interpretace článků je klíčovým prvkem celé analýzy. U článků se nebude uvádět pouze jejich hodnocení, nebudou dávány do grafů a kvantitativně zpracovány. Interpretace obsahu kritickým pohledem optikou genderu a ovlivňování příjemců bez uvádění širších souvislostí je tedy hlavní složkou této práce. Interpretace jako taková se může stát subjektivní. Jak jsem již výše zmínil, budu se snažit veškeré své kroky zdůvodňovat, aby případný čtenář mé práce věděl, jak jsem postupoval. Za předpokladu, že společnost je stále utvářena aktivitou jedinců, se objektivně hermeneutické způsoby jeví jako ideální a vhodné pro porozumění obsahu komunikátů masmédií. Možností je i užití heideggerovské hermeneutiky, jejímž primárním snažením je odhalování skrytých fenoménů, které nejsou zřejmé na první pohled a skrývají se za každodenními zkušenostmi lidské existence. (Hendl 1998, str. 37)

V mojí práci považuji za důležité se zmínit i o formálních znacích obou magazínů. Mezi tyto znaky patří název, hlavní slogan časopisu, příslušnost k vydavatelskému domu apod. Posléze také zařazuji část o vizuálních prvcích obou magazínů. Vizuální prvek hraje důležitou roli především u Maximu. Dojde k upřesnění a ujasnění některých rozdílů právě ve vizuálním vzhledu obou magazínů, ale je nutné si uvědomit, že se nejedná o hlavní cíl této práce, kterým je obsahová analýza článků zmiňujících rozvod. Za důležitou součást práce považuji v další části výzkumu definovaný soubor témat, jejichž zmínky jsou součástí zkoumaných článků. Poměrně malý počet článků dává prostor k lepšímu prozkoumání jejich obsahu a následnému porovnání.

Rozhodl jsem se také provést analýzu procesů, které se v článcích vážou k rozvodu. Inspirován Franzosiho metodou **story grammar** jsem se rozhodl definovat procesy právě za pomoci prvků této metody. Stěžejním bodem je určení procesu a následně přiřazuji různé proměnné, které proces doprovázejí. Analýzu procesů provedu v každém článku, potažmo v každé větě/souvětí obsahující zmínku o rozvodu. Dělení procesů přebírám od Hallidaye, tak jak je ve své knize uveřejnil Franzosi. Jde o dělení na tři hlavní třídy:

1. *materiální procesy*

a. procesy dění (utváření)

b. procesy vytváření a pozměňování

c. procesy počínání, jednání

2. *duševní procesy*

a. procesy pozorování

b. procesy pociťování

c. procesy myšlení

3. *relační procesy*

a. procesy symbolizace

b. procesy identifikace

c. procesy klasifikace

Přidává také tři typy procesů, které považuje za sekundární:

1. behaviorální
2. verbální
3. existenciální (Franzosi 2010, str. 22)

Roztřídím tedy procesy do výše uvedených kategorií a následně porovnám magazíny a vyvodím závěry. Franzosi užívá metodu sémantického tripletu na článcích italských novin *Avanti!*, kde analyzuje vzestup fašistického hnutí před druhou světovou válkou. Do sémantického tripletu zařazuje subjekt, objekt a právě proces, přičemž nadjednotkou je narativní klauzule nebo by se také dalo přeložit vulgo jako věta vyprávění. Subjektem v tomto případě bude ve většině případů ***rozvod***, procesy budou určeny za pomoci sledování přítomných sloves, atributy určím dle jejich výskytu a důležitosti pro vyznění věty. Prvky metody story grammar jsou strukturalistické, tudíž kvantitativní. Výsledné konstrukce získané za užití prvků této metody podrobím analýze skrytých významů, abych dokázal zodpovědět výzkumné otázky.

3. Analytická část

V úvodu analytické části chci zmínit, že možností, jak porovnávat média, je veliké množství. Jen Hendl (Hendl 2005, str. 103) vyjmenovává devět způsobů kvalitativního přístupu k výzkumu. Pro zpracování článků je důležité především obsahové hledisko. Zmíněny budou lexikální i syntaktické atributy jednotlivých komunikátů pojednávajících o rozvodu. Pokud se ve výsledném analyzovaném souboru ocitnou i jiné prvky, je to především z toho důvodu, že jejich výskyt považuji za relevantní k celému výzkumu či přinejmenším doplňující a obohacující. Nicméně za nejdůležitější součást výzkumu je považována detailní analýza článků, které se tematicky dotýkají rozvodu a byly v pozorovaných magazínech zmíněny v roce 2012. Podrobný rozbor sledovaných magazínů jsem omezil na jeden ročník. Hlavním důvodem je fakt, abych se mohl podrobněji věnovat komparaci obou časopisů. Věřím, že předložená analýza bude z obsahového hlediska dostatečně obsáhlá a přinese nový pohled na problematiku rozvodu a masmédií.

V některých případech odkazuji na analyzované články, které jsou obsaženy na přiloženém CD.

3.1. Internetová prezentace magazínů

V době, kdy svět masmédií ovládá internet, nemůže být opomenuta ani prezentace magazínů na sociální síti Facebook a podoba prezentace v prostředí internetu. Dne 17. 3. 2015 byl počet uživatelů, kteří odebírali obsah fanouškovských stránek magazínů na Facebooku, 53 916 u Maximu a 14 745 u časopisu Marianne. Různým způsobem se prezentují magazíny v oddíle informací o sobě: *Nové oficiální stránky nejskromnějšího a nejlepšího pánského magazínu na papíře a na síti*[35], je stručná informace o Maximu na jeho facebookové prezentaci. Lze odvodit, že užití dvou

[35] https://www.facebook.com/czmaxim (17. 3. 2015)

protikladně působících superlativů je s ohledem na ironii, která je časopisu vlastní. Popis časopisu Marianne je o poznání konzervativnější: *Oblíbený časopis http://www.marianne.cz pro dospělé ženy, které vědí, že nikdy není na nic pozdě a proto se nebojí začínat znovu a lépe.*[36]

U webových stránek obou magazínů upoutá prostor po pravé straně, který je vyhrazen pro reklamu. Jedná se především o takzvané selfpromo, ať už na aktuální články nebo na jiné tituly z vydavatelského domu Burda media 2000. Maxim obsahem článků na hlavní straně poutá hlavně na jednoduché články, které odkazují na zajímavosti, nahé ženy apod. U Marianne převládají témata vaření, módy, umění nebo bydlení. Prezentace obou magazínů vychází ze stejné šablony pro internetové stránky, jsou přehledné a lze v nich snadno hledat pomocí lišty s tématy, ze které vede nabídka s dalšími podtématy. A zatímco u Marianne je na prvním místě Téma s podtitulem *Vztahy,* u Maximu to je Cirkus a první v nabídce je *Divný svět.*

3.2. Stručný souhrn souboru

První výzkum magazínů se týkal všech čísel Maximu a Marianne z let 2008 až 2012. Rok 2008 je termín, který je nejzazší dostupný, rok 2012 je zas rok, ze kterého jsou k dispozici všechna čísla pro oba časopisy. Shrnutím celého sledovaného souboru chci položit lepší základy a napomoci širší znalosti sledovaného souboru. Najdu rozdíly, nebo podobnosti mezi vybranými magazíny a hlavně články, které vyhovují našim kritériím, tj. pojednávají, i rámcově, o rozvodu. V souboru se nachází tematicky rozdílné články, od krátkých zpráv po dlouhé rozhovory, kde je téma rozvodu zmíněno pravdu pouze okrajově. Při zběžném prohlédnutí výběru tematicky vyhovujících článků z **24** čísel jednoho ročníku obou magazínů je na první pohled zřejmé, že rozvod je v mnohem větší míře probírán v časopise určeném ženám. Může za to snad snaha mužů zůstávat v zaběhlých kolejích, zatímco ženy cítí více potřebu své problémy sdílet? Například v prostoru věnovaném dopisům čtenářů se téma rozvodu v Maximu zmiňuje pouze

[36] https://www.facebook.com/Marianne.cz (17. 3. 2015)

jednou, a to v nadsázce, za to v ženském je v dopisech čtenářek ve velké míře. Detailní analýza souboru je rozepsána níže.

V souboru, který je již omezen na rok 2012 se nachází celkem **48** článků (39 v Marianne a 9 v Maximu). V Marianne je téma rozvodu zmíněno v každém čísle daného ročníku. Při vycházení z hypotéz se u některých rubrik v ženském magazínu dá očekávat, že se téma rozvodu zmíní. Například rubrika *Vztahy* je zastoupena hned několikrát, v rozhovorech je téma rozvodu také velmi často zmiňováno. Maxim rozvod zmiňuje mnohem méně a již z pohledu na počet článků je patrné, že se zmínka o rozvodu nenacházela v každém čísle, protože Maxim vydá ročně 12 čísel a zmínek je devět.

Počet článků zmiňujících rozvody					
	2008	2009	2010	2011	2012
Maxim	5	4	8	6	9
Marianne	37	39	47	50	39
					tab. 1

Z tabulky o počtu článků zmiňujících rozvod je zřejmé, že v Maximu se jedná o okrajové téma, které redakce příliš nezařazuje do svého redakčního plánu. Jak však je rozvod redakcí vnímán zjistím až z detailního pohledu na jednotlivé články. Na rozdíl od toho Marianne rozvod zmiňuje mnohem častěji. Některé články se přímo věnují rozvodu, převážně jsou mu věnovány články s tématem Vztahů. Pro podrobnou analýzu jednotlivých článků volím rok 2012. V tomto roce byl za sledované období nejvyšší počet zmínek o rozvodu v časopise Maxim a rozdíl v absolutních počtech článků mezi Marianne a Maximem je tento rok nejmenší. Tudíž by bylo možné očekávat přibližně podobné výsledky procentuálního zastoupení tematicky vyhovujících článků. Zároveň jsou pro tento rok dostupná data Českého statistického úřadu s rozvodovostí v ČR.

Celkový počet článků v jednotlivých letech						
	2008	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**celkem**
Maxim	607	879	895	889	819	*4089*
Marianne	945	814	769	799	844	*4171*
						tab. 2

Pro roky 2008-2011 platí, že počet článků nevykazuje velké výkyvy. Jen rok 2008 nabízí trochu jiné výsledky v celkovém počtu textů. Rozdíly v celkovém počtu článků nejsou vysoké, Marianne uveřejňuje menší počet článků, avšak jejich délka mnohdy předčí komunikáty uveřejněné v Maximu. Jen v roce 2008 a ve sledovaném roce předčila Marianne v počtu uveřejněných článků.

3.3. Kvantitativní vyjádření analyzovaného souboru

Statisticky zajímavá data přináší porovnání magazínů v průměrných počtech článků a článků, které se týkají výzkumu. Při prvním prohlédnutí výsledků lze spatřit, že oba magazíny mají přibližně stejný počet vydaných článků během roku a za pět sledovaných let se liší minimálně. V podrobněji sledovaném roce 2012 je rozdíl v počtu článků nejmenší, činí celkem 25 článků ve prospěch Marianne). Největší početní výkyv je v roce 2008, rozdíl ve výši 338 článků navíc pro Marianne. Je nutné říci, že za článek je považován i například editorial, úvodní slovo redaktora, ale i obrazové reportáže, které jsou častější v Maximu.

V období od roku 2008 do roku 2012 se v Maximu dostáváme na číslo 4089 celkového počtu článků ze 72 čísel. Za stejné období uveřejnila Marianne celkově 4171 článků. Počty článků nevykazují velké výkyvy. Zajímavějším ukazatelem je celkové procentuální zastoupení článků, které pojednávají o rozvodu z celkového počtu. Maxim zveřejnil celkem o 82 článků méně než Marianne a také celkový počet článků věnujících se rozvodu je menší. Titul zaměřený na ženy se věnoval rozvodu ve 256 případech, 5,20 % ze všech uveřejněných článků. Mužsky orientované

periodikum vydalo 37 článků s tématem rozvodu manželství, což znamenalo necelé jedno procento, přesně 0,78 % ze všech článků za definované období. V roce 2012 Maxim uveřejnil celkem 819 článků, což je 68,25 článku na jedno číslo, u Marianne je to 70,33 článku v průměru na jedno vydání.

Počet článků zmiňujících rozvod v jednotlivých číslech v roce 2012													
číslo	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**celkem**
Maxim	0	2	3	0	2	1	0	0	0	0	0	1	9
Marianne	3	4	2	3	3	2	1	6	5	5	2	3	39
													Tab. 3

3.4. Specifika analyzovaných článků – Maxim 2012

V následujících kapitolách sestavím popis důkladnější prozkoumání článků. Bude se jednat o stěžejní obsah zbytku práce. Za použití převážně interpretačních postupů (při hermeneutických prvcích analýzy) zjistím obsahy článků. Předchozí kvantitativní vyjádření je neméně důležité, ale nenabízí takové možnosti pro skutečné pochopení problému. I to je důvodem pro užití hermeneutické analýzy, jejíž prvky budou nápomocny k rozboru dotyčných textů. Nejprve zběžně rozeberu jednotlivé zmínky v článcích a následně zpracuji v širší analýze zapracování do jednotlivých témat a užití atributů ve spojení s rozvodem.

Maxim v roce 2012 vydává celkem 819 článků, přičemž o rozvodu pojednává devět z nich. Jedná se o 1,09 % ze všech článků. Takto malé procentuální zastoupení společensky významného problému vypovídá, že redakce mužsky orientovaného magazínu neklade na rozvod důraz. Jak jsem tedy řekl, téma rozvodu se v Maximu takřka nevyskytuje, a pokud již ano, je mu přikládána velmi malá důležitost. Ve smyslu toho, že se nejedná o hlavní téma článku. Maxim se vyznačuje až vulgárním jazykem, který je psán jednoduchou formou. Neužívá mnoho cizích slov či tak cizích, které by mohly být neznámé příjemci mediálního sdělení.

První zmínka o rozvodu se nachází v krátké zmínce o rozvodu novináře JX Doležala s jeho ženou Alex. Jen v těchto třech krátkých odstavcích se nachází pětkrát slovo *hovno*. Autor v textu rozebírá dlouho omílanou kauzu, která vyvrcholila rozpadem manželství. Rozvod je spojen s negativní konotací vůči muži: „*Během rozvodu navíc takzvaně vyplula na povrch informace, že Doležal smrdí.*“ (článek 1) Nedomnívám se, že se jedná pouze o negativní spojení s osobou JX Doležala, ale i s institucí rozvodu. Dokládá to i předchozí zmínka v článku, kdy se autor pozastavuje nad tím, že rozvod přenášela v přímém přenosu lokální televizní stanice. Nacházím v tom autorovu nelibost vůči prezentování rozvodu veřejnosti. Může tím rozvodu přinášet atributy soukromosti a věci, která nepatří na veřejnost.

Další zmínka rozvodu se nachází v rozhovoru s profesorem Jirákem, který za užití Thomasova teorému dokládá, že lidé věří médiím a dle toho upravují své chování. Tato teze tvrdí, že se jedinec chová tak, jak předpokládá, že je příhodné v dané situaci. Thomas se: „*zabýval rozvody. Všiml si, že pokud je jeden z manželů přesvědčen, že je mu ten druhý nevěrný, začne se chovat, jako by nevěra byla skutečná.*“ Rozvod je spojován s nevěrou, poměrně negativně vykládanou věcí v naší společnosti. Více rozvod zmíněn v tomto článku není, jedná se tedy o zajímavost, která má ilustrovat hlavní téma článku. Maxim i ve třetím článku téma rozvodu spojuje se záporně vyznívající větou. „*Na druhou stranu článek s názvem „Rozvod začal nechutně*“ *nikoho nevyruší u jídla, neboť v newsroomu se jíst nesmí,“*[37] tak je zmíněno námi sledované téma. Je otázkou, proč se do článku o openspace newsroomu dostává zmínka o rozvodu a navíc spojená se slovem „nechutně“. Nutno dodat, že tím naráží na článek z Blesku z 2. 2. 2012. Maxim přece jen se vždy snažil o senzacechtivost, takže výběr zas tak moc nepřekvapuje.

Prvky satiry lze najít v další zmínce rozvodu, kdy v nenáročné, zábavné rubrice „Cirkus Pubtrick“ rozvod nabývá obsahu výsměšného: „*Dobře ví, že dělení na identické poloviny funguje jen v matematice, ale už ne po rozvodu, na který se tak těší.“* Zde si lze všimnout prvku, který je

[37] Blesk, 2. 2. 2012, str. 1

přítomný u obou magazínů, a tím je čas po rozvodu. Z hlediska průběhu časové osy je čas po rozvodu nejčastěji zmiňovaným obdobím. V Maximu je v této zmínce ještě spojen s dělením majetku, které nemá dobrou pověst: *Ženská si má vzít, co si do manželství přinesla, a odejít.* (Maxim, článek 6)

Tématu rozvodu se nevyhnuly ani čtenářské dopisy. Nevyskytuje se v této oblasti v takové míře jako v Marianne (v Maximu ročníku 2012 pouze jedna zmínka ve čtenářských dopisech). Vyznění celého příspěvku opět vyznívá ironicky. Autor uveřejněného dopisu popisuje vlastnosti „dokonalé" ženy a mimo jiné zmiňuje, že taková žena nebude užívat výhrůžky rozvodem jako svojí zbraň vůči němu.

V dalším článku od redaktora Vondráčka je zmínka o rozvodu Jiřího Lobkowicze. Rozvod je zmíněn v souvislosti s finanční stránkou času po skončení manželství, případně s porozvodovým dělením. V těchto odstavcích je značně akcentována finanční stránka. Mimo jiné bych se pozastavil nad obrazem ženy, který vyznívá z tohoto článku ne ve zcela pozitivním smyslu. Jedna věta říká, že žena nemá po rozvodu od muže nic žádat. Dokládá to na částce, kterou požaduje exmanželka po manželovi včetně přesně uvedené sumy pro společného jezevčíka: *Teď zase po rozvodu, že po Lobkowiczovi chce platit 240 tisíc měsíčně (včetně 6100 Kč za živobytí pro jezevčíka). Přijde mi to hrozný.* (Maxim článek 6) Zajímavé připomenutí rozvodu je v článku, který by snad nemohl vyjít v žádném jiném periodiku než v Maximu. Jedná se o článek, který pojednává o sexturismu. Respondent rozhovoru o rozvodu mluví věcně, bez emocí. Byť to doslova nezazní, z textu vyplývá, že byl rozveden již dvakrát.

Magazín Maxim ve své lexikální rovině užívá prvky hovorového jazyka, kterými se snaží přiblížit svému čtenářstvu a navodit atmosféru volného času. Domnívám se, že Maxim se snaží být opravdu časopisem pro volný čas než časopisem lifestylovým. U svých příjemců usiluje o utváření pocitu, že jejich čas je čtením Maximu příjemně strávený. Kdyby se recipienti obsahu Maximu řídili pouze dle článků obsažených v Maximu, muselo by se jednat o vysoce vydělávající jedince s vysokým zájmem o sex s hubenými modelkami. Snaha bavit, možná až skandalizovat, je vidět i na titulcích použitých u článků: *Velký vztek, Média bez koulí, Teror v práci,*

Sexturista a *Velmi bizarní úrazy penisu.* Příznakovým prvkům se redakce tedy nevyhýbá ani v titulcích. Titulek *Média bez koulí*, sice může pojednávat o absenci bowlingového náčiní v redakcích, ale článek vyznívá, že médiím chybí dravost a snaha zveřejňovat takové články, ze kterých by mohly mít problémy.

3.4.1. Rozvod v časopise Maxim

Jak již bylo řečeno, Maxim je spíše časopisem volného času (což není žádná oficiální kategorie) a jeho témata tomu tedy odpovídají. V této kapitole předkládám témata, která jsou obsažena v článcích, jež pojednávají či obsahují zmínku o rozvodu. Snažil jsem se podchytit témata, se kterými byl rozvod v časopise Maxim v roce 2012 spojován. Jak jsem již zmínil, většinou jde o zmínky s ironickým vyzněním, které nemají snahu podat o problému hlubší poznatky. Spíše než lifestylovým magazínem je Maxim magazínem zábavným. Funkci zábavní klade nad všechny ostatní funkce. Ve velké míře využívá obrazových prvků.

Pouhých devět zmínek rozvodu v celém ročníku magazínu tematické rozdělení ulehčuje. Avšak i tak lze nalézt téma spojené s rozvodem, které se opakuje vícekrát. Přesněji se jedná o akcentaci *porozvodových jednání* a dělení společného majetku. Tato zmínka se vyskytla v osmi článcích třikrát. Dalším tématem, které je ve větší míře obsaženo v článcích, je téma *nevěry***.** Celkem tři zmínky, z čehož jedna je obsažena v rozhovoru s expertem**,** druhá v dopisech od čtenářů a poslední v sekci krátkých zajímavostí a zpráv.

Vyznění nevěry se v článcích liší**.** Zatímco u první zmínky se jedná o výpověď odborníka (rozvod je mimo hlavní téma rozhovoru, kterým jsou média), ve druhé již čtenář poukazuje na to, že jeho ideální žena *„nebude záludně nevěrná“*. (článek 5) Přičemž rozvod je zde spojen s atributem ženské zbraně vůči muži. Autor zmiňuje, že žena může využít rozvod jako výhrůžku. Poslední zmínka nevěry v souvislosti s rozvodem je zcela jiného vyznění než předcházející. V předchozím článku je v článku podotýkáno, že sex není nevěra, a tím pádem se nejedná o důvod k rozvodu**.**

Rozvod je poměrně ve velké míře zmiňován v článcích, které by se dalo označit za bulvární nebo alespoň s bulvárními prvky. Aktéry jsou osobnosti českého veřejného života (JX Doležal, novinář Reflexu, Jiří Lobkowicz, šlechtic, Josef Kokta, producent, manžel Gábiny Partyšové). Nechybí ani téma, které je vnímáno jako čistě mužská záležitost, porno. V článku devět se hovoří o tom, jak žena zbaví svého muže přirození, rozvedou se a on poté (co je doktory zachráněno jeho přirození) natáčí pornografické filmy. Jak je typické i pro Marianne, v komunikátech Maximu se vyskytuje prvek času po rozvodu. V Maximu je dále spojován s majetkovým vyrovnáváním, nespravedlností k mužům po rozvodu (opět ve spojitosti s vyrovnáváním se po rozvodu).

Co je u Maximu patrné, je absence *vztahu tématu k rodině a dětem*. Články rozvod takřka odosobňují, dělají z něj jednorázovou záležitost, která se stane a odezní. Taktéž chybí spojení s jakoukoliv pozitivní emocí. Rozvod je spojován s negativně chápanými událostmi. Těžko říci, jestli úspěšná kariéra v pornoprůmyslu může být chápána jako pozitivní, zvláště ve spojení se zraněním mužova citlivého místa.

Témata a atributy připisované rozvodu v Maximu (řazeno dle čísla článků v souboru):

#	**TÉMA**	**ATRIBUTY**
1	bulvár	znechucení
2	rozhovor	zajímavost
3	bulvár	znechucení
4	zajímavost	porozvodové dělení majetku
5	dopisy čtenářů	výhrůžka
6	bulvár	porozvodové dělení majetku
7	rozhovor	konstatování, nevěra
8	bulvár	konstatování, nevěra
9	zajímavosti	čas po rozvodu
		Tab. 4

Na první místo umisťuji zaměření či téma textu. Na druhé místo kladu přiřazený atribut, který se mi jeví jako nejpřiléhavější k vyznění článku (viz kapitolu o pozitivním či negativním vyznění článku).

Z článku uveřejněných v Maximu si čtenář pomyslí, že rozvod nepatří mezi témata, která by redakce probírala na svých schůzích a cíleně je zařazovala do svého magazínu. Autoři se rozvodu vyhýbají buď z toho důvodu, že referování o něm nepovažují za dostatečně zajímavé a vhodné do Maximu, nebo bych spatřoval důvod v tom, že se prostě o takovém tématu bojí psát. Budou mít hodně, nebo naopak žádné zkušenosti s rozvodem. A tak stejně jako je mezi lékaři rozšířen černý humor, aby zahnal tvrdou realitu jejich práce, je možná i zde přítomný nepsaný úzus, který říká, že o rozvodu raději s nadsázkou a negativně nebo vůbec. Chlapi nepláčou, maximálně se vztekají. A v případě Maximu zvládají proměňovat svou zášť do textů, jaké jsou například v článku 1.

3.4.2. Mediální obraz muže v Maximu ve spojení s rozvodem

Vyobrazení muže v magazínu Maxim často souvisí s tím, že se jedná o zábavný a volnočasový časopis. Muže považuje primárně za konzumenta zaměřeného na nejnovější technické trendy a za jedince, který většinu svého života tráví sexem a navazováním vztahů se ženami. Dokládají to mnohé rubriky, které (dle mého mínění) plní funkci placených článků, zobrazující nové technické vymoženosti s uvedením cen a přiloženou adresou e-shopu, kde je věc dostupná. Jiné rubriky radí, jak správně postupovat při navazování prvotního kontaktu se ženou či předkládají různé tipy pro tuto činnost. A jak je tedy muž zobrazován ve spojení s rozvodem? Hned první zmínka roku staví muže do negativní role, další zmínky korelují se zobrazením žen ve spojení s rozvodem. Muž je tedy zobrazen jako jedinec, který má při rozvodu majetkovou újmu: *Dobře ví, že dělení na identické poloviny funguje jen v matematice, ale už ne po rozvodu, na který se tak těší*. (Maxim, článek 4) Zmiňování finanční situace není v Maximu neobvyklé. Role muže často bývá spojována s jeho viktimizací v rámci porozvodového řízení o majetku.

Redakce Maximu si je vědoma svého čtenáře a obsah mu proto náležitě zpracovává. Autoři se často personifikují do svých článků, vystupují z anonymity redakce a například v rubrice *Velký vztek* autoři sami píší, co je objektem jejich špatné nálady. Domnívám se, že tak využívají takovéto strategie, aby se s nimi čtenář mohl identifikovat, a tím pádem se stát jedním ze spolutvůrců magazínu. Celý postup je koncipován tak, že mužům předkládá ženy, které by se dnešní optikou daly označit za ideální, a vzbouzí dojem, že je mají čtenáři nablízku a snadno dostupné.

3.4.3. Mediální obraz ženy v Maximu ve spojení s rozvodem

Jak již bylo řečeno v kapitole o vlivu masmédií na veřejné mínění, je důležité, jak médium o objektu pojednává. Je to z toho důvodu, že recipient si utváří svůj světonázor dle informací, které vstřebává ze svého okolního světa. A informace o ženách v magazínu Maxim jsou ve většině případů psány ze silně maskulinního hlediska. Ženy jsou v Maximu zpodobňovány převážně jako nástroje pro ukájení mužských potřeb a pro zábavu, svědčí o tom množství fotografií, kdy jsou ženy téměř či zcela nahé. Ve spojení s rozvodem je žena v Maximu zobrazována jako osoba, která bude mít z rozvodu finanční užitek (Maxim, článek 6). Článek dále pokračuje tím způsobem, že ženy zobrazuje jako „hysterky“. Pravdou je, že autor negeneralizuje na všechny, ale dopouští se přinejmenším neobjektivního postupu, když nezmiňuje mužský ekvivalent. Můžeme se setkat i se zobrazováním ženy jako osoby, která činí muži příkoří. Dokladem toho je článek o různých úrazech penisu, kde je zmínka o dvou rozvedených párech, ve kterém bývalá žena zobrazena jako osoba, které muži fyzicky uškodila. Zobrazení ženy jako sexuálního objektu je Maximu již od základu blízké. Činí tak i v rozhovoru, jež by neprošel jinak zřejmě žádným korekturním oddělením jiného časopisu: *„Měl jsem striptérku, krásnou kočku. Ale takovou babu prostě neuhlídáte, i kdybyste na ní měl pořád ruku, ošukaj vám ji mezi prstama.“* (Maxim, článek 7) Zde je žena zobrazena jako osoba toužící po sexu a jako objekt touhy někoho třetího. Výpověď dále pokračuje zmíněním další ženy, která po sexuálním spojení měla s mužem dítě a následně mu byla nevěrná s jiným mužem.

Zobrazování ženy je vedeno hlavně optikou čtenáře. Ženy jsou předkládány tak, jak redakce očekává, že by příjemci jejího obsahu chtěli mít ženy zobrazovány. V článcích, které patří do souboru, žena muži ubližuje, ať už obrazně, nebo opravdu. Obrazným ubližováním lze chápat například zmínky o tom, že po rozvodu se ženy s mužem soudí a připravují jej o majetek (článek 4 a 6) nebo připomenutí, že ženy mohou používat výhrůžku rozvodem jako svoji zbraň.

3.4.4. Nahá žena jako odbornice magazínu Maxim

Zobrazování ženského těla je jedním z nejvýraznějších znaků mužsky orientovaného magazínu. Ženy jsou často foceny v různých polohách a mnohé z nich mají zřejmý sexuální podtext (zobrazování roztažených noh, předkloněných žen na vysokých podpatcích apod.) Maxim svou vizuální stránku staví především na zobrazování ženského těla. Svým způsobem se může jednat až o nadužívání takového zobrazení, protože ne vždy jsou články tematicky příbuzné s tématem sexu či nahého lidského těla. Modelky jsou vždy ve vysokém rozlišení, retušování jejich vizáže je mnohdy znatelné hned na první pohled. Jejich fotky většinou zabírají větší prostor nebo přinejmenším obsah, jako je věnován doprovodnému textu. Maxim užívá zobrazení nahého ženského těla, i když jeho zobrazení není vždy příhodné. Zobrazovaná žena přebírá úlohu odbornice, která diskutovaný problém komentuje a přidává svoje názory. Ve skutečnosti však tato žena nemá žádnou přímou vazbu k tématu, její zobrazení je žádoucí pouze z hlediska naplnění zábavní funkce.

Pokud obrazový prvek zahrneme do obsahově-genderové korektnosti, je zřejmé, že Maxim se dopouští mnohých stereotypních jednání. Převážně v zobrazování ženského těla, jehož zřejmým účelem je zvýšení prodeje magazínu a nalákání dalších čtenářů. Dá se říci, že je redakční úzus užívat ženské tělo jako prodejní artikl. Zajímavým faktem, jak zmiňuje i Adam Javůrek v článku na webu MediaGuru, (Javůrek 2014) je, že užívá bezejmenné modelky. Na obálce nebo v obsahu se málokdy objeví ženská celebrita, která by byla zobrazována v lechtivých pozicích. Je

možné, že ženské celebrity nechtějí být spojovány s magazínem Maxim, i když v minulosti se tak nechala vyfotografovat pro Maxim například herečka Jessica Alba, ale i Pamela Anderson a titulní strana byla uveřejněná v České republice. Maxim si zakládá na tom, že nikdy na titulní straně nezobrazuje nahé ženy, tudíž ani bradavky, jež důsledně zakrývá.

3.5. Shrnutí Maxim

Celá produkce časopisu Maxim se dá shrnout citací z článku číslo 2, kde sami autoři se v otázce u rozhovoru podivují, proč v České republice nefunguje používání celebrit, a dodávají: *„Na obálky proto dáváme bezejmenné ženy a místo rozhovorů se slavnými modelkami tiskneme texty o litevských partyzánech nebo vymírání velryb.“* Z článků uveřejněných v Maximu si člověk pomyslí, že rozvod nepatří mezi témata, která by redakce probírala na svých schůzích a cíleně je zařazovala do svého magazínu. Autoři se rozvodu vyhýbají buď z toho důvodu, že referování o něm nepovažují za dostatečně zajímavé a vhodné do Maximu, nebo bych spatřoval důvod v tom, že se prostě o takovém tématu bojí psát. Budou mít hodně, nebo naopak žádné zkušenosti s rozvodem. A tak stejně jako je mezi lékaři rozšířen černý humor, aby zahnal tvrdou realitu jejich práce, je možná i zde přítomný nepsaný úzus, který říká, že o rozvodu raději s nadsázkou a negativně. Chlapi nepláčou, maximálně se vztekají. A v případě Maximu zvládají proměňovat svůj vztek do textů, jaké jsou například v článku 1.

3.6. Specifika analyzovaných článků – Marianne 2012

V této podkapitole jsou zmíněny specifické prvky a atributy, které se dají přiřadit článkům pojednávajícím o rozvodu v časopise Marianne. Takto prováděná analýza se týká roku 2012, ze kterého jsou dispozici statistiky o počtu rozvodů a rozdíl ve zmínkách o rozvodu je mezi Marianne a Maximem nejmenší. V roce 2012 uveřejnila Marianne celkem 844 článků. Celkem v tomto souboru bylo 39 článků, které zmiňovaly téma rozvodu.

V procentuálním vyjádření se tedy jedná o 4,62 % ze všech článků, které byly tento rok publikovány.

Tematický rozsah článků je u Marianne širší než v Maximu. Za hlavní důvod považuji větší počet článků, celkově se jedná o 30 článků, jichž Marianne vydala víc. Ženský magazín v mnohem větší míře akcentuje témata spojená s osobním rozvojem, vztahy, láskou nebo zdravím. Jeho zařazení mezi lifestylové magazíny považuji za příhodné, protože opravdu radí, jak život žít, v určitých rubrikách jak žít „lépe“. Nevyhýbá se ani tématům o rodině a zmínka o rozvodu proniká i do kulturního servisu, kde doporučuje film pojednávající o rozvodu. (Marianne, článek 25) Mnoho článků má charakter návodu, s žebříčkem očíslovaných rad autorky přináší pomoc čtenářkám. Například jak se chovat při rozvodu směrem k dětem (článek 39) nebo přináší v žebříčku seřazená pravidla úspěšného vztahu. (článek 1 a 30) Užívání srovnávacích článků je čtenářsky úspěšné a poměrně jednoduché na zpracování. V analyzovaném souboru jsou zastoupeny i rozhovory. Jedná se o rozhovory dvou typů: rozhovor s celebritou (článek 3, 7, 15, 22, 26 a 33) a rozhovor s odborníkem (článek 5 a 14). Celkem se jedná o 8 z 39 článků. V roli odborníků v dotyčných článcích vystupují v obou případech muži. V prvním případě se jedná o psychologa, ve druhém o lékaře. Mnoho článků je zaměřených na osobní nebo zdravotní rozvoj. Je to pro články zmiňující rozvod v Marianne typické. Snaží se nalézat příčiny problémů a případně je řešit. Když se jedná o rozhovor s expertem nebo dopisy do redakce, je přítomna snaha poradit a svěřit se. Rada není v článcích zmiňována imperativním tónem. Pokud jsem řekl, že Maxim působí jako by ho autoři psali s intencí, aby se čtenář cítil, že ho tvoří sám, Marianne působí jako by byl člověk v dialogu. Články jsou lehce pochopitelné a vytváří dojem, že čtenář komunikuje se známou osobou, se svým přítelem. Redaktory přináší své osobní příběhy, ve kterých přináší stejný typ problémů, jaký očekávají u svých čtenářek nebo přináší příběh jiných žen. V takovém článku se objeví i jméno dotyčné, které se příběh týká, čtenář se může více přiblížit aktérovi/aktérce. Například v článku 19 přináší čtyři příběhy, důsledně uveřejňuje křestní jména i příjmení hlavních aktérů a křestní jména ostatních. Pojednává o druhé míze, jak si jedinci po určitém věku života dokázali najít nový životní cíl. Článek

má motivační vyznění. Dává čtenářovi příklad, že se dají věci změnit, a tím pádem i předkládá příklad a návod. Opět nelze označit návody za imperativy, drží se přátelského tónu. V článcích se časopis nevyhýbá ani tématu sexu. Ve vztahu k sexuálnímu styku se vyskytuje téma zdravotních obtíží, které nastaly dlouhým sexuálním půstem po rozvodu. (Marianne, článek 23) Články se dají označit téměř až za osvětové, když článek v Marianne 27 přináší vysvětlení, co se děje, když sexu není schopný muž.

V Marianne je zajímavá zmínka v článku 7, v rozhovoru s Irenou Obermannovou. Novinářka klade otázku, jaké to bylo mít najednou vztah se dvěma zadanými muži. Zároveň dodává, že se musí jednat o vyčerpávající záležitost. Ani v této, ani v jiné části článku není zmíněno, že by se mohlo jednat o nevhodné chování. Autorky, jako v případě Maximu, také používají prvky, díky kterým jsou blíže svým čtenářkám. Na úvod rozvoru v článku 3 podává autorka zprávu o svých pocitech a svých zážitcích, které prodělal před rozhovorem. Ukazuje a popisuje činnosti, které svou obyčejností (dopravní zácpa, dceřin zapomenutý úkol a další) připomínají, že je může mít každý. Dá se téměř říci, že rozhovor by mohl vést každý. Samozřejmostí je to, že odstavec je psán v první osobě, přičemž odhaluje svojí nepřipravenost do práce: *Proboha, zapomněla jsem, na co jsem se chtěla ptát.* Autorka se přibližuje svým čtenářkám odhalováním svých chyb.

Jak jsem již zmiňoval v části o Maximu, v Marianne není v souvislosti s rozvodem kladen takový důraz na finanční stránku věci. Objeví se v rozhovoru s psychologem (článek 5), kdy se řeší finance z hlediska existence větších rodinných celků. V článku 4 magazín přiznává, že žena vysoudila velkou částku peněz, které použila na vlastní podnikání. V článku 13 je přítomna zmínka těžkostí samoživitelky hned v několika příbězích. Příběhy jsou opět koncipovány tak, že po úvodních těžkostech přichází štěstí a zasloužená odměna. Je zmíněna nutnost stále pracovat. V genderovém diskurzu je poměrně dosti diskutovaným tématem zapojení žen do pracovního procesu, případně etablování minimálních kvót pro ženy na určitých pozicích. Toto téma se do Marianne takřka nedostává. V článcích nacházím zmínky o těžké situaci po mateřské nebo během ní, ale

autorky se vůbec nezmiňují o svém názoru na zavádění povinných kvót pro ženy – pracovnice.

3.6.1. Rozvod v časopise Marianne

Na začátek této kapitoly přikládám, stejně jako v kapitole o rozvodu v Maximu, tabulku s tématy a přiřazenými atributy k jednotlivým článkům.

#	TÉMA	ATRIBUTY	#	TÉMA	ATRIBUTY
1	váš život	dovolená	21	vztahy	rozdílnosti
2	muži	nuda/zážitky	22	rozhovor	domácí násilí
3	rozhovor	práce	23	zdraví	sex
4	seberozvoj	peníze	24	rodina	kniha
5	rozhovor	Velkorodina, moderní společnost	25	kultura	film
6	příběh	spolužák	26	rozhovor	zklamání, smíření
7	rozhovor	bouřlivé období, vina	27	zdraví	sex
8	komunikace	facebook	28	Vztahy	šťastné konce
9	vztahy	první dítě	29	Krása	menstruace
10	editorial	stabilita vztahu	30	vztahy	statistika
11	vztahy	ostudné stigma, psycholožka	31	příběh	cizinec, děti
12	domov	Intuice	32	vztahy	rituál
13	nový začátek	výdrž	33	rozhovor	celebrita
14	rozhovor	holistická medicína	34	cestování	konverzační téma

15	rozhovor	bulvár, média	35	náš život	nedůvěra
16	láska	vynervovaný pár, psycholog	36	dopisy	nevěra
17	vztahy	milenectví	37	náš život	hospoda, nevěra
18	seberozvoj	statistika	38	téma	silvestr, svátky
19	vztahy	sebevědomí ženy	39	psychologie	děti
20	seberozvoj	ztráta hlavy			Tab. 5

Stejně jako u Maximu, i k Marianne přikládám shrnutí všech článků s přiřazenými atributy, aby bylo v krátkosti zřetelné a jasné primární zaměření článku. K této tabulce přikládám čísla článků, aby nedošlo pro větší počet ke zmatení při případném přiřazování atributů k článkům. U některých témat používám původní popisek stažený z internetového archivu, protože se domnívám, že dostatečně a obsáhle popisuje zaměření článku. Přiřazované atributy nemusí nutně souviset přímo s rozvodem, jedná se o nejznatelnější atributy, které článek nabývá kromě svého hlavního tématu (pokud je rozdíl).

V Marianne je mnohem větší akcent kladen na články, které se zabývají vztahy, než je tomu v případě Maximu (kde se článek řešící pouze vztahy nenachází). Články tematicky zaměřené na vztahy nabádají k řešení problému rozvodu, zvláště v dnešní době, kdy statistika rozvodovosti dosahuje téměř 50 %. Rozvod se přitom dostává do široké oblasti témat, které magazín řeší. Vynechává snad pouze technická témata. Marianne řadí k rozvodu hlavně dvě hlavní vlastnosti, na jedné straně stojí úleva po špatném vztahu, na druhé straně je tragičnost rozvodu například po nečekané nevěře.

Pozitivně vyznívající články jsou často koncipovány jako příběhy s dobrým koncem. Například článek 20, kde je několik příběhů, přičemž rozvodu se věnuje jeden z nich. Hrdinka, žena, si i přes nepochopení

ostatních bere svého hrdinu, muže. Vyjádřeny jsou jejich odlišné vlastnosti (ona je praktická žena, on umělec) a rozvod je zde zmíněn jako zlá obava, která se stále nenaplňuje. To, že se dostává rozvod i do části příběhů o šťastných vztazích naznačuje, že strach z ukončení vztahu je přítomný i v jeho počátcích.

Specificky je podávaný rozvod v rozhovorech s celebritami nebo známými osobnostmi. U většiny z nich je rozvod prezentován jako obtížná životní situace, ze které se dostali a nyní jsou na lepší pozici. Z rozhovoru s Mahulenou Bočanovou (článek 15) by se mohlo zdát, že domluva s exmanželem je jednoduchá. Zmiňuje, že se chtěli dohodnout: *Ale my si prostě chceme pomáhat.* U článku s Heidi Klum je rozvod opravdu pouze zmíněn notickou pod fotografií (článek 33). Ve větě je akcentována krása. Jedná se o konstatování, že byť má modelka hodně svých problémů (rozvod, velké množství dětí), stále zvládá být krásná. Není to jediná zmínka, která až takřka adoruje ženy. V tom smyslu, že žena toho zvládne opravdu hodně. A následuje výčet všech činností, které žena zvládne s připomínkou toho, že stále vše zvládá bez problému.

Rozvod je zmíněn i jako obyčejné debatní téma, které slouží k zábavě a zaplnění času. V článku 34 autorka píše, že během cestování po Novém Zélandu bylo jedno z mnoha probíraných témat po celodenním pochodu právě téma rozvodu. Tematická škála, na které se rozvod v Marianne objevuje, je široká a redakční úzus neurčuje žádný hlavní okruh, který by se měl zabývat tématem rozvodu.

Ke konci kapitoly přikládám výpis jednotlivých nalezených atributů, které se pojí přímo s rozvodem. Mezi vybranými proměnnými můžou být účastníci rozvodu, místa, důvody, následky. Vyskytují se i atributy, které obsahují hodnoticí charakter v souvislosti s rozvodem (*psycho, happy end, tabuizace, škeble).*

Atributy

Dovolená, nuda, změna, práce, porozvodový čas, peníze, firma, množství rozvodů, očekávání, další vztahy, vina, facebook, statistika, 1. Dítě, nevěra, stabilita vztahů, stigma, rozmluvená, vnitřní hlas, vášeň, těžkosti, provokace, terapie, zatloukání, hádky, povolení, statistika, těžkosti pro muže, ztráta hlavy, vyhýbání se, nestátní organizace, ten pravý, tahanice o děti, záminka, zklamání, smíření, sexuální problémy, nová harmonie, psycho, pieta, happy-end, žádost o rozvod, vášeň, věk, změna jména, drama, rozhodnutí, obřad, černý humor, tabuizace, zhroucení, celebrity, vzhled, konverzační téma, podezíravost, důvěra, nevěra, milenka, rozhodnutí, hospoda, milenka (škeble), silvestr, svátky, Vánoce, rodičovství, opakovaná nevěra, péče o děti

3.6.2. Mediální obraz muže v Marianne ve spojení s rozvodem

Frekvence, se kterou Marianne hovoří o rozvodech, je mnohem vyšší než u magazínu Maxim. Ne každý článek tedy nutně musí obsahovat narážku na muže, protože mnohé články řeší pohled na rozvod z ženského hlediska. V článku 2 jsou dvě zobrazení muže, první jako člověk, který je fajn, ale je nudný, a druhé zobrazení muže jako sportovce, který zvládá mnohé aktivity, ale nemá vztah k jednomu místu. Ve čtvrtém článku je vyloženě uvedeno: *zazobaný manžel*. Zde bych zmínil, že se jedná o genderové stereotypizování. Je zřejmé, že zazobaný člověk, muž, je atribut, který vede k přesvědčení, že žena k němu přilíná pro jeho peníze. Výpověď pokračuje, že *zazobaný manžel vyměnil za mladší*, tedy obraz muže jako nevěrníka. Autoři nenápadně a možná nevědomky podsouvají korelaci mezi výši manželova příjmu a existenci jeho mimomanželských činností ve formě nevěry či přímo opuštění manželky. V článku 5 vystupuje muž jako odborník, se Stanislavem Komárkem je veden rozhovor, který v rámci své odpovědi staví muže a ženu do stejné roviny a podivuje se, že rozvodů není ve společnosti více. Nevyvyšuje ani muže, ani ženu, jedná se o genderově korektní vyjádření. V článku 6 je muž zobrazen jako manžel nějaké jiné ženy, původní ženu neopouští, ale udržuje milenecký poměr s hlavní postavou článku.

Muži jsou zobrazováni i jako *zajímaví, manželé, zásadní muži, otci* (vše článek 7). V rozhovoru s Irenou Obermannovou je zmíněn i vztah s prezidentem Václavem Havlem, mimochodem ve stejném článku mluví o otci svých dětí, označuje ho jako *chudého, nemocného a nevyrovnaného kluka*, přidává, že nebyl schopný rodinu finančně zajistit. Dá se říci, že co článek, to jiný obraz muže. V článku 9 je zmiňován starší muž s mladší partnerkou, který se těší na dítě, zároveň je konstruktivním mužem a zodpovědným otcem, v tomto smyslu tedy nabývá pozitivních vlastností. Dále však pokračuje a muže zobrazuje jako nepřizpůsobivého, který nebere ohled na svou ženu na mateřské dovolené. Autorka píše, že svému muži naznačovala, on však stejně nepochopil. Článek už by se dal takřka označit za genderově nekorektní, když autorka dodává, že žena se nemůže spolehnout, že muži něco dojde samo od sebe. Výklad těchto vět je možný buď v neutrálním, nebo negativním vyznění vůči muži. Do článku vstupuje muž-odborník-psycholog, který zmiňuje slabé stránky muže. Tou může být poporodní deprese u otce, který není připraven na otcovství. Zde je tedy muž zobrazen jako zranitelný, kterého je potřeba vzdělávat v oblasti otcovství. Celý odstavec je uvozený nadpisem: *Stanou se z vás soupeři*. Role muže-odborníka je v Marianne poměrně v častém zastoupení, ale je třeba zmínit, že i ženy-odbornice jsou přítomny na stránkách časopisu.

I vyloženě negativní obraz muže lze najít v Marianne. V článku číslo 12, který zobrazuje komentáře z internetové prezentace magazínu, je manžel označen jako sukničkář, alkoholik a jako ten, kdo ženu bije, tedy iniciátor domácího násilí. Další negativní vlastnosti jsou přisuzovány v článku 13. O mužích se mluví, že mezi nimi mohou existovat i takoví, kteří jsou majetničtí, ponižující svou ženu. Manžel takových vlastností je pak vykreslen jako ten, kdo ovládá ženu a vydírá pomocí peněz. Článek 19 zobrazuje muže skleslého muže po rozvodu, který si pořídil jezevčíka. Nebo zobrazení muže jako rozevlátého umělce se objevuje například v článku 20 a není to jediná zmínka tohoto typu. V dalším rozhovoru je opět zmínka o muži, který je iniciátorem domácího násilí. Mužům se připisuje hrdost, případně její ztráta právě v době rozvodu. Ztráta hrdosti je spojována s nárůstem agresivity. Článek 31 zobrazuje muže jako exmanžela, ale hlavně jako cizince, do kterého se žena zamilovala a nakonec si i změnila

občanství. Například v článku 35 je muž vyobrazován jako osoba, která má svoje tajemství a nechce, aby je jeho žena svěřovala někomu jinému.

Mediální obraz muže v časopisu Marianne je tedy, dle očekávání, poměrně vyvážený. Časopis využívá jak pozitivních, tak i negativních hodnoticích prvků a ze sledovaného vzorku nelze vyvodit jednoznačný závěr o jednostranném referování o mužích. Byť dochází k přiřazování genderově stereotypních vlastností, nelze říci, že by se tak dělo za účelem muže dehonestovat nebo naopak vyzdvihovat. Muži nabývají kladných konotací jako vzorní otcové, pozorní manželé či muži snů.

3.6.3. Mediální obraz ženy v Marianne ve spojení s rozvodem

Vyobrazení ženy v Marianne je zcela odlišné od Maximu. Nejčastěji nabývá rolí matky, kamarádky, podváděné ženy a ženy, co se umí opět postavit na nohy po rozvodu. Je zajímavé si povšimnout, že v Marianne je často žena tou osobou, která iniciuje rozvod či o něm alespoň otevřeně mluví: *poslechla jsem vnitřní hlas a podala žádost o rozvod.* (Marianne, článek 11) Marianne zobrazuje ženy jako silné osobnosti, které zvládají všechen tlak moderní doby. Ženy jsou zobrazovány také jako prakticky a logicky uvažující bytosti: *Mám za sebou dvě svatby a dva rozvody a sebekriticky musím říct: Pan Plzák měl pravdu pravdoucí.*[38] (Marianne, článek 17)

Dá se říci, že na magazínu Marianne je vidět, že je to ženský časopis psaný ženami pro ženy. Vyzdvihování silné ženské osobnosti, která si je schopna se vším poradit je časté. Zároveň často přináší rady, jak o svůj život/vztah/zdraví pečovat ještě lépe, přináší mnoho příběhů. Ženy si v Marianne přiznávají potíže s menstruačními potížemi, připisují jim mnohé: psychické rozkoly, hrozby rozvodem a další. V článcích o rozvodu rezonuje podtitul magazínu: *Život začíná ve třiceti*, protože mnoho z článků staví před čtenáře rozvod jako hotovou věc, která do určité fáze života patří.

[38] Zde je odkaz na citát psychologa Plzáka týkající se případných nevěr: Zatloukat, zatloukat, zatloukat.

3.7. Shrnutí Marianne

Magazín Marianne o rozvodu pojednává nejčastěji ve článcích zaměřených tematicky na vztahy. Články mnohdy staví do popředí ženu, kterou prezentují jako silnou osobnost a pro niž je rozvod pouze jedna z mnoha nepříjemných událostí v jejím životě. Články rozvod zmiňují jako událost, která přišla, účastníci se s ní vypořádali a zase skončila. Časové události kolem rozvodu jsou umisťovány do času před anebo po rozvodu. Náhled na rozvod v časopise Marianne nabízí pohled chápající a podporující.

3.8. Rozdíly mezi magazíny

Samozřejmostí je nejsignifikantnější rozdíl, a to v publiku, pro které jsou magazíny určeny. Od toho primárního rozdíly pochází všechny další rozdíly, které lze v magazínech vyhledat. Při prvním prolistování zaujme v časopise Marianne velké množství reklamních upoutávek všeho druhu, převažují upoutávky na produkty určené ženám. Reklama se ve velkém množství objevuje na úvodních a závěrečných stranách, ve formě tzv. inzertních boxů. U obou časopisů se vyskytuje množství sponzorovaných článků, kdy je prodávanému produktu věnován větší prostor a článek vzbuzuje dojem, že se jedná o normální text, který vychvaluje onen produkt.

Pokud magazíny porovnám z hlediska užívání genderových stereotypů, je magazín Marianne korektnější. Zatímco Maxim téměř bez výjimky znázorňuje ženu ve stereotypních rolích (nejčastěji v roli podřízené k muži), Marianne staví muže na stejnou úroveň jako ženu. Například v rozhovorech z různých oblastí, jejichž představitelé jsou muži, nelze dát rovnítko: rozhovor s odborníkem = rozhovor s mužem, nebo v článcích, ve kterých nestraní ani jedné straně ve spojitosti s rozvodem. Maxim ve větší míře staví ženu do role, která muži ubližuje a snaží se mu škodit. Zatímco Maxim staví na osobních zkušenostech redaktorů a článcích a rozhovorech o zajímavostech, Marianne předávání informací staví na příbězích obyčejných žen, redaktorek magazínu, výpovědích expertek a expertů.

Finanční stránka rozvodu je v Marianne pouze okrajová. Ve chvíli, kdy se finanční zmínka objevuje, připojuje se hodnocení muže, nabývá vlastností *nevěrníka*. Článek tedy nevědomky obhajuje fakt, že žena vysoudila rozvodem peníze a chybu dává na stranu manžela užíváním lexikálních prostředku, např. sousloví *zazobaný manžel* (Marianne, článek 4) je příznakové, slovo *zazobaný* může nabývat expresivních významů, jelikož v tomto smyslu souvisí s množstvím peněz, které daný člověk vydělal a má. Přisuzuji mu tedy expresivní význam, protože existují neutrální významy (například: bohatý, majetný…).

3.8.1. Faktické rozdíly v referování o rozvodu

V rámci této kapitoly poukážu na největší rozdíly, které vyplívají z dílčích výsledků analýzy jednotlivých magazínů. Dosavadním průzkumem jsem zjistil, že Maxim rozvod neakcentuje, nevyzdvihuje jeho pozitiva ani negativa, jako to dělá Marianne. Dále Maxim užívá takové hodnoticí soudy, které mu přisuzují spíše negativní vlastnosti vůči mužům, ale i k ženám.

Již jen frekvence zmiňování rozvodu má svou vypovídací hodnotu. A samozřejmě nelze nezmínit celkové pojetí článků. I agenda, která není v médiích zmíněna, má svou váhu. Nejmarkantnějším ukazatelem je procentuální a číselné vyjádření zmínek o rozvodu obou magazínů. Je zřejmé, že ani u jednoho magazínu se rozvod nestává tématem číslo jedna. V Maximu mu není věnovaný ani jeden článek. Marianne má přímo rubriku Vztahy, kam se rozvod dostává poměrně dost.

Maxim se tedy svou mnohem menší mírou zveřejňování článků o rozvodu a jejich celkovou výpovědní hodnotou nedá považovat za časopis, který by dbal o rozvíjení mužského ducha a řešení závažnějších témat. Zde vycházím z pročítání časopisů orientovaných na ženy, které značný počet článků věnují morálce ženy a jejich životu jako celku. Za to v mužských časopisech se objevují články, které se dají označit za povrchní. Žádná snaha o duchovní vedení muže, jako to dělá například David Deida ve svých knihách nebo Robert Bly. Časopis Marianne můžeme nazvat pravým

opakem jeho mužského protějšku. Tématům se věnuje do hloubky, má mnohem menší (až téměř žádný) prostor pro zábavu nebo alespoň zábavu ve smyslu psaných či obrazových vtipů. O rozvodu pojednává věcně, zmínka o něm je více popisná než hodnoticí.

3.8.2. Rozvod a procesy s ním spojené v analyzovaných článcích

V této podkapitole se zaměřím na procesy, které jsou v článcích o rozvodu zmiňovány. Napomůže to zjistit, jak redakce vnímají rozvod. Již jsem vznesl tezi, že Maxim vnímá rozvod jako jednorázovou činnost. K procesům také připojím údaje, které považuji za důležité, aby nedošlo ke zkreslení údajů. Jedná se o údaje upřesňující místo, osobu, čas, uvádějící následek procesu. Ke každé zmínce rozvodu uvádím proces, činnost, která je v souvislosti zmíněna. Do závorek, podle vzoru Franzosiho sémantického tripletu, přidávám doplňkové údaje. Jak již bylo řečeno, procesy roztřídím a posléze i analyzuji. Pokud se k procesu pojí více doplňkových údajů se stejnou výpovědní hodnotou, označuji je stejným slovem, avšak přidávám číslo počínaje číslicí dva (např. proces (kdo: x, kdo2: y).

Určování procesů provádím na základě znalosti celého článku, a proto i přidávám doplňkové údaje, aby se dalo případným nesrovnalostem při pročítání analýzy. Procesy jsou očíslovány dle jejich výskytu od začátku analyzovaného souboru. Jejich počet je větší, protože souvisí s výskytem slova rozvod a nejsou vázány na počet článků.

Podoba: Proces (o: …, jak:…, s:…, kdo/co:…, kdy:…, s/čím:…, proč:…, následek:…)

Procesy Maxim:

1. Vyplout (kdy: během, co: rozvod, kdo: informace) materiální
2. Zabývat se (čím: rozvod, kdo: Thomas, během: provádění výzkumu) materiální
3. Začít (jak: nechutně, co: rozvod) materiální
4. Těšit se (na: rozvod, kdo: on) mentální
5. Vyhrožovat (čím: rozvodem, kdo: žena, komu: muži) verbální
6. Platit (kdy: po rozvodu, komu: exmanželce) materiální
7. Vzít si (kdy: po rozvodu, co: co přinesla, kdo: manželka) relační
8. Sčuchnout se (následek: rozvod, s: kníratým číšníkem, kdo: manželka) relační
9. Nezvažovat (co: rozvod) mentální
10. Stát se (čím: pornohercem, kdy: po rozvodu) relační
11. Bydlet (kdy: po rozvodu, kdo:nešťastník, kdo2: pachatelka, kde: v malém bytě) materiální

Procesy Marianne:

1. Zařizovat (kdy: po dovolené, co: rozvod, co 33 %) materiální
2. Vyprávět (o: rozvod, kdo: Jana) verbální
3. Najít (kdy: po rozvodu, co: přítele) materiální
4. Říci (kdy: při rozvodu, kdy2: ve složitém životním období, kdo: kolega) verbální
5. Vysoudit (kdy: při rozvodu, co: peníze, kdo: ona) materiální
6. Vyměnit (kdo: zazobaný manžel) materiální
7. Být: (co: údiv, kdy: dneska) materiální
8. Nepřijít (co: rozvod) materiální
9. Přijít (co: rozvod, kdy: jednou) materiální
10. Nehnat se (kam: do rozvodu, kdo: on sám) materiální
11. Nebýt (co: důvod, k: rozvodu) materiální
12. Nepřijít (co: rozvod) materiální
13. Mít (co: bouřlivé období, kdy: po rozvodu, kdo: ona) materiální
14. Cítit (co: vinu, kdy: zpětně, proč: kvůli rozvodu, proč2: že jsem nevybrala správného otce) mentální
15. Být poznamenaný (co: vztah) relační
16. Nemít (co: chuť, na: něco nového, kdy: teď oproti rozvodu) mentální
17. Pouštět se (kdy: po rozvodu, do: nerozvážných vztahů, kdo: ona) materiální
18. Mít (co: plné zuby, kdy: po rozvodu, čeho: manželství, kdo: ona) behaviorální
19. Proklikat se (kam: k rozvodu) materiální
20. Být (co: první dítě, co2: příčina, k: rozvod) materiální
21. Být (co: snazší) x než zařizovat (co: rozvod) materiální
22. Být (co: rozvod, co2: ostudné stigma) materiální
23. Rozmluvit (co: rozvod, kde: v manželské poradně, kdo: psycholožka) verbální
24. Podat (co: žádost o rozvod, proč: poslechnutí vnitřního hlasu, kdo: ona) materiální
25. Nedostat se (kam: na lopatky) materiální
26. Být (jaký: vášnivý, kdo: rozvod) materiální
27. Zajímat se: (o: život, o2: úmrtí v rodině, o3: stresy, o4: práci, o5: rozvody) behaviorální

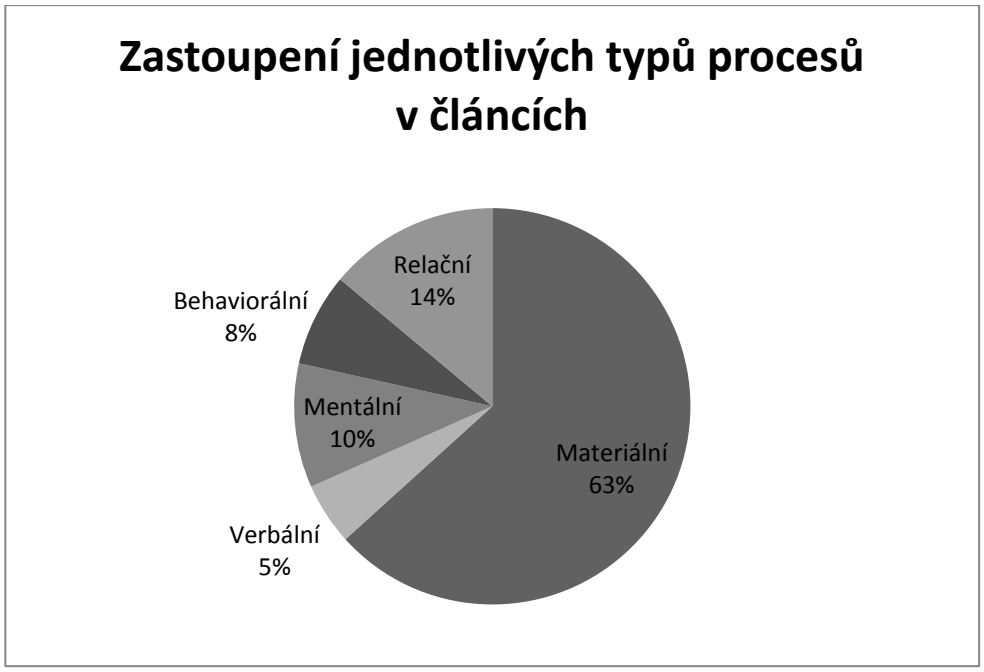
28. Nevyprovokovat (koho: vás, kdy: když šlo o rozvod) behaviorální
29. Být (čím: zvykem, kdy: do té doby (kdo: vynervovaný pár, kdy: před rozvodem, co: navštívil terapeuta)) relační
30. Mít (jak: za sebou, co: dvě svatby a dva rozvody, kdo: ona) materiální
31. Nebýt (co: dovoleno, co2: rozvod, kdy: donedávna, kde: v Itálii) materiální
32. Mít (co: hádky a rozvody, kdy: v dlouhém spolubydlení) materiální
33. Podat (co: žádost, kdo: ženy) materiální
34. Nést (jak: těžce, co: rozvod, kdo: muž) behaviorální
35. Ztratit (co: hlavu, následek: vyplatit se, kdo: ona) behaviorální
36. Nevypadat (na: rozvod, kdy: teď) relační
37. Vyhýbat se (čemu: rozvodu či rozchodu, jak: úspěšně, kdo: oba) materiální
38. Pomáhat (s: podání žádosti o rozvod, kdo: neziskové organizace) materiální
39. Vzpamatovávat se (kdy: nejdřív, z: rozvodu, kdo: ona) materiální
40. Napsat (co: knihu, o: rozvody a tahanice, kdo: ona) materiální
41. Nevzdat se (a: odjet (kam: Buenos Aires, jak: pod záminkou), kdo: on) materiální
42. Zažít si: (co: iks zklamání, co2: rozchodů a rozvodů, kdo: ona) materiální
43. Jednat se (o: rozvod, o2: depresi (jaká: blížící se)) materiální
44. Najít (koho: novou harmonii, kdy: po rozvodu, kdo: dobré páry) materiální
45. Být (co: psycho, kdo: rozvod, kdo: muž) materiální
46. Válet se (co: pánské parfémy, jak: pietně, kdy: půl roku po rozvodu) materiální
47. Nevypadat (jak: možná, co: rozvod (jak: s happy endem (jak: při troše snahy, kde: na dohled))) materiální
48. Podat (co: žádost o rozvod, kdy v době premenstruačního syndromu, kdo: ona) materiální
49. Potkat (kdy: do čtyřicítky, co: rozvod) materiální
50. Změnit se (v: drama, kdy: po rozvodu, co: příběh) relační
51. Změnit (co: jméno, kdy: po rozvodu, kdo: ona) relační

52. Rozhodnout se (kdy: nakonec, pro: rozvod, kdo: ona) materiální
53. Nemít (co: obřad, kdo: rozvod) materiální
54. Být (jaký: zhroucený, z: rozvod) relační
55. Nemít (co: rituál, kdo: rozvod) materiální
56. Mít (co: rozvod, jak: s plnou parádou) relační
57. Mít (kde: na krku, co: rozvod, kdo: ona) relační
58. Myslet si (o: rozvodech, kdo: okolí) mentální
59. Mít (kde: na krku, kdy: dříve, nebo později, kdo: vy, co: rozvod) relační
60. Rozhodnout se (kdo: ona, kdy: poté, co jsem se dozvěděla, že má muž milenku) mentální
61. Osnovat (kde: v hospodě, co: rozvod, s: kamarád z vojny, kdo: on) mentální
62. Mít (co: rozvod, kdy: na silvestra) materiální
63. Nebýt (jaký: jednoduchý ani pěkný, co: rozvod nebo rozchod) materiální
64. Myslet si (kdo: čtyřicátník Michal (co: že elegantně vyřešil rozvod, kde: před dětmi, jak: jak jen to šlo) mentální
65. Být (čím: důvodem, k čemu: rozvodu, co: opakovaná nevěra z jeho strany) materiální
66. Bát se (čeho: života, kdy: po rozvodu) behaviorální
67. Najít si (co: přítele, kdy: nějaký čas po rozvodu, kdo: ona) materiální
68. Být (kdo: ona s ním, než: rozvod, jaký: jednodušší, co: rozejít se) materiální

Jak lze vysledovat, většina procesů je materiálních, týká se pohybu, činnosti nebo bytí. Používají se však i slovesa, u kterých se dá říct, že označují verbální nebo relační procesy. Ty však nejsou zastoupeny v takové míře. U procesů je patrné, že nejčastěji vyskytujícími se slovy jsou být a mít, popřípadě jejich varianty v záporu. Tyto procesy jsou nejčastěji spojeny s materiálním významem, ve kterých rozvod nabývá, či ztrácí určitě věci (obřad, důvod, happy end…). Některé určení je na pomezí materiální a relačního, kdy určení směřuje k nabytí vlastností, avšak určuje spíše, že věta tento význam utváří, tudíž se jedná o proces materiální.

Mnohá slovesa označují pohyb, během rozvodu se může například *vyplout, nepřijít, sčuchnout* nebo *se vyhýbat*. Díky analýze procesů je vidět, že rozvod lze *mít na krku*, že rozvod může být *psycho*. V souvislosti s rozvodem se i *mění* a *hledá*. V případě rozvodu se vyskytují i slova označující mentální a verbální procesy. Psycholožka rozvod *rozmlouvá*, žena muži *vyhrožuje* rozvodem. Z rozvodu se ve zkoumaných článcích i *vzpamatovává*. Obecně lze říci, že k rozvodu se nepojí žádné procesy, které by se dalo označit za vulgární nebo překvapující, zajímavé jsou zmínky, jež se pojí s příznakovými slovy (již zmiňované *být psycho* a *mít na krku).* Ve větách, které patří k analýze rozvodu, se vyskytují i emoční zmínky: *Zrovna tak dětem nevyprávějte, jak jste nešťastná a jak se bojí, že život po rozvodu nezvládnete.* (Marianne, článek 39). Emoční charakter mohou mít některá bližší určení (*být zhroucený, mít plné zuby, vyhrožovat).* Emoce jsou obsaženy v převážně v článcích v Marianne. V Maximu lze emoční vyjádření nalézt také, ale v takové míře. (příkladem může být rubrika *Velký vztek*, Maxim, článek 1)

Tuto část bych uzavřel shrnutím, že procesy spojované s rozvodem již nejsou dále spojované s pozitivně vyznívajícími určeními, přinejlepším se může jednat o neutrální významy nebo i negativní významy. Avšak lze nalézt výjimky, kdy se nachází znak naděje do budoucnosti, že se o rozvod jednat nemusí. (Marianne, proces 47)



3.8.3. Rozvod a jeho účastníci ve zkoumaných článcích

Účastníky rozvodů jsou ve zkoumaných textech převážně označováni za muže, ženy, exmanžele, vystupují také děti (to hlavně v Marianne), nebo psi (přesněji *jezevčík*, Marianne článek 19 a Maxim článek 8). Účastníkům rozvodu připisují oba magazíny různé vlastnosti. Ponejvíce se jedná o neutrální znaky, ale mnohdy se zapojením větších výpovědních celků lze zjistit, že vlastnosti nabývají spíše záporné. A to jak v Maximu, tak v Marianne. Nezřídka se do článků dostávají také celebrity, o kterých je pojednáváno převážně za použití neutrálního lexika a syntaxe.

Zběžnou analýzou účastníků rozvodu chci poukázat na to, co (případně koho) považují média za důležité ve fázi před, během a po rozvodu. Jak jsem již zmínil, nejvíce se vyskytuje čas po rozvodu, hned poté následuje čas před rozvodem, se všemi důsledky a jen pár článků řeší přímo rozvod. Lze vidět korelaci mezi časem rozvodu a zmiňovanými účastníky. V čase během rozvodu jsou v článcích často zmiňovány děti, kamarádi/kamarádky, psychologové, v případě celebrit média. Lze nalézt rozdíly v připisování dalších charakteristik účastníkům mezi jednotlivými médii. Maxim například hned v prvním článku přiřazuje účastníkům negativně vyznívající hodnocení. Přirovnává jejich rozvodové řízení k *hovnu*. Rozvod a jeho účastníky nepřímo označuje za zbytečné a jejich

situaci přirovnává k experimentální performanci pod názvem *Umělcovo hovno*. Pokud se objevuje prvek viny za rozvod, je takřka vždy chyba pokládána na stranu muže, výjimku tvoří článek 7 v Maximu. Nicméně článků, ze kterých je patrné, že se jedná o něčí chybu, je menší počet než neutrálně vyznívajících.

Mužský a ženský prvek v článcích se vyskytuje takřka bez rozdílu v hodnocení vlastností. V Maximu lze nalézt negativní hodnoticí prvky vůči ženám, stejně tak v Marianne lze najít negativní hodnoticí prvky směrem k mužům.

Ke konci této části ještě uvádím role, které se objevují v jednotlivých článcích: matka, hysterka, sportovec, kolega, kamarádky, psycholožka, lékař, média, terapeut, vynervovaný pár, psycholog, milenka, milenec, nezisková organizace, cizinec, kamarádi.

3.8.4. Rozvod v pozitivním nebo negativním světle?

Podíval jsem se na celé články a sledoval vyznění celého komunikátu, ve kterém je zmíněn rozvod. Jednotlivé články jsem označoval znaménkem plus, nula nebo minus, podle toho, jestli vyznívaly pozitivně, neutrálně, nebo negativně. Sledoval jsem, jaké lexikální prostředky autoři používají, jestli užívají příznakových prvků nejen na syntaktickém poli, ale i lexikálním. Magazín Maxim vyznívá jako negativní periodikum, celé dvě třetiny z devíti článků mají záporné vyznění. Tři jsem označil za neutrální a jedno za pozitivní, pokud lze vzít vybudování úspěšné kariéry, byť v pornografickém průmyslu, jako pozitivní atribut (Maxim, článek 9). Za neutrální jsem označoval takové články, které zmiňují statistiky, jsou v jinak bezemočním rozhovoru, užívají zmínku o rozvodu jako holý fakt, také bez doprovodných emocí (články 2, 7 a 8). Jinde rozvod, ale i celý článek, přibírá negativní konotace. Mezi záporné jsem zařadil i článek číslo 4, který je jinak neutrální, pomocí fotografií a doprovodného textu učí trik se sirkami. Avšak poslední věta říká: *Dobře ví, že dělení na identické poloviny funguje jen v matematice, ale už ne po rozvodu, na který se tak těší.*

Spojování rozvodu s dělením majetku a užívání lexikálně-syntaktické stavby *„tak těší“* říká, že autor ukazuje svůj negativní postoj k rozvodu. Stejně tak narážka na to, že dělení majetku po rozvodu neprobíhá na identické poloviny. Lze odvodit, že se autor domnívá, že žena po rozvodu dostane větší část společného majetku. Rozvod v Maximu nabývá především záporných hodnot, ke všemu je velké míře užívání genderových stereotypů (muž přijde rozvodem o majetek, žena vyhrožuje rozvodem).

V Marianne je většina zmínek v neutrálním hodnocení. Velkou měrou se na tom podílí lexikální stránka komunikátů, která nevyužívá příznakových až expresivních slov, jako je tomu v případě magazínu Maxim. Z 39 článků jich 18 lze označit jako neutrální. Je pravdou, že délka vybraných článků u Marianne bývá mnohem delší než u Maximu, tím pádem se do narativu může dostat více významů. Celkově však i negativní články mají mnohem uvážlivější volbu slov a celkového zpracování. Jeden z nejzáporněji vyznívajících článků pojednává o rozvodu s cizincem z Íránu, kdy žena přišla téměř na celý rok o své děti. Již tak stresující činnost je spojována se ztrátou dítěte, byť dočasnou. Pocity ze ztráty dětí doprovází autorka vyprávěním, že přemýšlela o sebevraždě. Negativní konotace přisuzuji i článku číslo 39, kde se ve spojení s rozvodem řeší téma péče o děti.

Rozvod nenabývá vyloženě pozitivních, ale ani vyloženě negativních konotací, jak se mohlo na začátku výzkumu zdát. Samozřejmě se objevují články, které mohou pojednávat o rozvodu lépe, nebo hůře, ale většina článků má spíše popisný charakter.

4. Závěr

Můžete se domnívat, že Vaše manželství vydrží navěky, avšak statistika říká něco jiného. Většina z rozvedených manželství se rozvádí dokonce až po více jak 15 letech trvání sňatku. V roce 2012 to bylo celkem 43,9 % ze všech rozvedených sňatků toho roku.

Definování teoretických východisek ukázalo, čím se bude práce zabývat a z jakého pohledu se budu na analýzu dívat. Výzkum článků v lifestylových magazínech, které zmiňují rozvod, ještě nebyl proveden, a i to bylo jedním z důvodů, proč vznikl tento výzkum. Tato práce přináší pohled na základní proměnné, které jsou v souvislosti s rozvodem v článcích zmiňovány. Jedná se hlavně o účastníky a procesy s ním spojené. Návdavkem k tomu přidávám vlastnosti a hodnocení, které redakce časopisů připisují, ať už vědomě, či nevědomky. Za přínos této práce považuji užití prvků metody story grammar od Roberta Franzosiho, kterou jsem se inspiroval v mnoha částech svojí analýzy.

V začátku analýzy jsem shrnul oba magazíny jako celek, jejich internetovou i tištěnou podobu a užívání grafických prvků. Kvantitativně jsem shrnul soubor článků, ze kterých celý výzkum pocházel (články přikládám na CD jako přílohu). Poté jsem oba magazíny podrobně analyzoval a na závěr přináším porovnání obou magazínů a jejich přístupu ke tvoření článků obsahujících téma rozvodu. Nyní bych rád předestřel odpovědi na výzkumné otázky. Největším rozdílem mezi oběma magazíny a tím, jak referují o rozvodu, je především frekvence výskytu. V Maximu se jedná o téměř nezmiňované téma, vyskytuje se v necelém jednom procentu ze všech vydaných článků v roce 2012. Marianne na rozdíl od Maximu dosahuje necelého pětiprocentního výskytu tématu rozvodu ve svých článcích. I s ohledem na celkový počet článků by se dalo čekat, že zmínek fenoménu, který se dotýká takřka půlky populace, bude častější. Ani jeden z magazínů nevěnuje rozvodu jako takovému větší prostor. Zmínky

v Maximu postrádají i sebemenší snahu se k tématu postavit komplexněji a zodpovědět nějakou otázku týkající se rozvodu.

K článkům jsem se rozhodl přistupovat metodou hermeneutické analýzy. Celkem jsem analyzoval 47 článků, které odpovídaly definovanému tématu. Pro výzkum byly nejdůležitější větné struktury, které obsahovaly zmínky o rozvodu, ale i články jako celky. Rozdíly, které přinesla hermeneuticky zaměřená analýza, umožňují porovnat oba magazíny a jejich styl psaní článků obsahujících téma rozvodu.

Odpověď na to, jaká další témata se ve vztahu s rozvodem v článcích objevují, je poměrně široká. I když článků bylo 47, témat bylo velké množství. Nejčastěji zastoupeným tématem jsou vztahy, hlavně v ženském magazínu. Vyskytuje se i téma zahraničí a péče o děti. Maxim spojuje rozvod s úrazy penisu a sexem. Ale i v Marianne se vyskytuje spojení rozvodu a sexu. A zatímco Marianne radí, jak se rozvodu vyhnout nebo jak se chovat po něm, Maxim přináší pouze informace spojené s rozvodem. Svým respondentům kromě zábavy nepřináší takřka žádné poučení, vyjma rozhovoru s profesorem Jirákem o médiích, kde je rozvod zmíněn pouze jako součást jiného výzkumu. Všechny kategorie, které jsem předpokládal, byly v magazínech zastoupeny a objevily se i další. Je pravdou, že zpravodajství bylo zastoupeno infotainmentem. Hypotéza položená u výzkumné otázky se naplňuje pro magazín Marianne, ale její část pro Maxim ne. Byť se téma sexu do Maximu dostává, již nenalézám akcentaci mužské svobody společně s rozvodem. Vysvětluji to tím, že žádný neřeší rozvod jako takový, ale dochází pouze k dílčím zmínkám.

Objevování genderových stereotypů je v článcích zřejmé, a to u obou magazínů. Marianne zdůrazňuje ideál ženské krásy, články o líčení, zmiňování ideálních vlastností milenek. Zobrazuje ženu jako matku. Mateřství není v článcích příliš akcentovaným tématem, ale objevuje se také. O těchto zmínkách se dá říci, že jsou stereotypizující, když ženu zobrazují jako matku a se snahou o dosažení tělesné krásy. Nicméně se Marianne dopouští i stereotypního zobrazování muže, když počítá s tím, že ekonomickou stránku rodiny má na starosti muž. Na druhé straně stojí

články, které zobrazují silné a soběstačné ženy, které se dokázaly vymanit nefungujícím vztahům a navzdory osudu se mají dobře. V některých z takovýchto článků je muž zobrazen v roli osoby, která rozbíjí manželství. Celý magazín Maxim podporuje vnímání žen skrze podobu jejich těl, přičemž silně akcentuje hubené modelky nebo ženy se sportovní postavou. Maxim se dopouští mnohých stereotypizací (zobrazování ženy jako osoby bez orientačního smyslu či jako osoby, která chce pouze peníze). Hypotéza je zcela naplněna. Maxim se dá označit za genderově nekorektní magazín. Marianne je přinejmenším vyvážený, tíhnoucí ke genderové korektnosti.

Hypotéza, že atributy v Marianne budou směřovat k připisování chyb mužům a rozvod bude spojován s negativními prvky, se zcela nenaplnila. V některých článcích opravdu dochází k obviňování mužů (ale i žen), avšak negativní vyznění článků a atributy s tím spojené se v magazínu nenachází. Část hypotézy, která tvrdí, že rozvod v Maximu bude zlehčován, naproti tomu platí. Menší počet článků nenabízí široké spektrum témat a obsahu. Avšak i frekvence s jakou Maxim o rozvodu pojednává, má svou vypovídací hodnotu.

Průzkum zapojení jednotlivých procesů k rozvodu považuji za jednu z nejhodnotnějších částí této analýzy. Jednak proto, že se domnívám, že přináší nový pohled na problematiku rozvodu a také pro zapojení součástí metody story grammar. V hypotéze jsem stanovil, že očekávám spojení nevěry a rozvodu, hlavně tedy procesů, které rozvodu předcházejí. Magazíny však zmiňují procesy, které přichází po rozvodu. Procesy spojované s rozvodem a předcházející samotnému rozvodu nejsou spojovány s jeho příčinou. Mnohé z procesů souvisí s přidáváním vlastností k rozvodu.

Vzpomeňme slova Valdrové, že jazyk je reklama na muže, svá slova směřovala k výskytu generického maskulina na stránkách českých periodik a knih. Pokud se bere text sledovaných magazínů jako celek, jako vyprávění, které má začátek a konec, nelze říci, že by se jednalo o reklamu na muže. Články jsou zřetelně určené, v mužském Maximu mužům, v ženské Marianne ženám. Práce porovnala dva odlišné magazíny a srovnala

jejich přístupu k článkům, které obsahují zmínku o fenoménu dnešní doby, rozvodu. Pro další postup bych zvolil delší časové období a články bych detailně analyzoval za pomoci story grammar metody.

Mohu říci, že většina hypotéz se naplnila a nastínila mnoho zajímavých témat, které by samy o sobě stály za detailnější výzkum. Například užší zaměření výzkumu na dílčí účastníky a jejich role v médiích. Cíle této práce byly naplněny a já věřím, že přinesla nový a neotřelý pohled na fenomén rozvodu.

Příloha

Přepis emailové zprávy od šéfredaktorky Marianne Petry Švecové:

Dobrý den,

asi největší změnou byl můj nástup (2012), pak došlo k obměně redakce - odešla editorka Hana Lachawitz, na místo editorky a zástupkyně šéfredaktorky se posunula Petra Šroubek Pohlová. Z redakce odešla Linda Kholová, nastoupila Karolína Kamberská a Kristýna Mazánková. K jiným velkým změnám asi nedošlo.

Téma vaší práce mě ale překvapuje - či spíše asi nebude moc snadné. Za poslední tři roky jsme se, pokud se dobře pamatuji, rozvodu věnovali jen jednou… (plus jednou střídavé péči, ne ale rozvodu samotnému).

Petra Švecová

(24. 3. 2015)

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Počet článků zmiňujících rozvody

Tabulka č. 2: Celkový počet článků v jednotlivých letech

Tabulka č. 3: Počet článků zmiňujících rozvod v jednotlivých číslech v roce 2012

Tabulka č. 4: Témata a atributy Maxim

Tabulka č. 5: Témata a atributy Marianne

Anotace

Autor: Daniel Kunz

Název katedry a fakulty: Katedra sociologie a andragogiky Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci

Název diplomové práce: Prezentace rozvodu v českých masmédiích (analýza textu)

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Martin Fafejta, PhD.

Počet znaků: 114 138

Počet příloh: 1 CD + přepis emailu

Klíčová slova: story grammar, Marianne, Maxim, gender, komparace, lifestylové magazíny, rozvody,

Celkový počet zdrojů: 49

Anotace:

Diplomová práce se zabývá porovnáváním mužského lifestylového magazínu Maxim a ženského magazínu Marianne z hlediska jejich stylu pojednávání o tématu rozvodu. Jsou užity prvky kvantitativní i kvalitativní analýzy. Téma rozvodu je analyzováno s ohledem na role účastníků, procesy spojené s rozvodem. Práce se mimo jiné zabývá tím, zda magazíny narušují genderové stereotypy.

Použitá literatura

- BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. 1. vyd. Brno : Barrister and Principal, 2001. 391 s. Studium (Barrister and Principal). ISBN 8085947676.
- FRANZOSI, Roberto. Quantitative narrative analysis. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, c2010, xvi, 175 p. ISBN 978-141-2925-259.
- HÁJEK, Martin. *Čtenář a stroj: vybrané metody sociálněvědní analýzy textů*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství (SLON), 2014, 226 s. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-161-9.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.
- HEDNL. In: HOGENOVÁ, Anna. *Hermeneutika sportu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1998, 95 p. ISBN 80-718-4744-5.
- JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 285 s. ISBN 978-80-7367-269-0.
- JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost : [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]. Vyd. 2. Praha : Portál, 2007. 207 s. ISBN 9788073672874.
- FAFEJTA, M. In: ŠVARÍČKOVÁ-SLABÁKOVÁ, Radmila. *Konstrukce maskulinní identity v minulosti a současnosti: koncepty, metody, perspektivy = The construction of masculine identity in past and present : concepts, methods, perspectives*. Vydání první. Praha: Lidové noviny, 2012. ISBN 8074222187.
- KARSTEN, Hartmut. *Ženy - muži: [genderové role, jejich původ a vývoj]*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 183 s. Spektrum (Portál). ISBN 80-7367-145-x.
- KELLER, Jan. Nová sociální rizika a proč se jim nevyhneme. Vyd. 1. Praha : Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. 197 s. Knižnice Sociologické aktuality ; 23. sv. ISBN 978-80-7419-059-9.
- KRONICK, JANE C. Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat. *Sociologický časopis*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 1997, Vol. 33, No. 1, s. 57-67.

- MOŽNÝ, Ivo. *Sociologie rodiny*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakl., 1999, 251 p. ISBN 8085850753.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Česká média a feminismus*. 1. vyd. Praha: Libri, 2004, 158 s. Gender sondy. ISBN 80-7277-263-5.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- RENZETTI, Claire M a Daniel J CURRAN. *Ženy, muži a společnost*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2003, 642 s. ISBN 80-246-0525-2.
- SIROVÁTKA, Tomáš. *Rodina, zaměstnání a sociální politika.* Vyd. 1. Boskovice : Albert, 2006. 279 s. ISBN 8073261049.
- SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2004, 149 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze, 2. ISBN 80-246-0827-8.
- VALDROVÁ, Jana. *Stereotypy a klišé v mediální projekci genderu*. In: Sociologický časopis, XXXVII, (2/2001), ISSN 0038-0288, str. 183-205.
- VALDROVÁ, Jana. České noviny a časopisy z hlediska genderu. In: *Feminismus* [online]. 2003 [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://www.feminismus.cz/media/c_Valdrova.pdf
- VOHLÍDALOVÁ, Marta. Kdo podává žádost o rozvod a jaké jsou příčiny rozpadu partnerských vztahů?. *Gender, rovné příležitosti, výzkum*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2010, roč. 11, č. 2, s. 48-57. Dostupné z: http://www.genderonline.cz/uploads/0fe05a7bc97ec53bf76b8cdee8e94cd81a4bb68d_kdo-podava-zadost-o-rozvod.pdf
- WILSON, ADRIAN. What is a text?. *Studies in History and Philosophy of Science Part A*., 2012, roč. 43, č. 2, s. 341-358.
- ZÁBRODSKÁ, Kateřina. *Variace na gender: poststrukturalismus, diskurzivní analýza a genderová identita*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2009, 197 s. Průhledy (Academia). ISBN 978-80-200-1752-9.

Další zdroje

- AUST, Ondřej. Tesco balí časopis Maxim do neprůhledné fólie, kvůli nahým ženám na obálce. Médiář.cz [online]. 2013, 22. 10. 2013 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: http://www.mediar.cz/tesco-bali-casopis-maxim-do-nepruhledne-folie-kvuli-nahym-zenam-na-obalce

- HARNACHOVÁ, Martina Genderové stereotypy. Sociologický Webzin [online]. 2010, č. 06, 3.6.2010 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=352&lst=115

- CHARAKTERISTIKA KRAJE. In: Český statistický úřad [online]. 2014 [cit. 2015-02-01]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/8F0038320C/$File/33008514c.pdf

- JAVŮREK, Adam. Co napovídají obálky časopisů pro muže. MediaGuru [online]. 2014, 27.3.2014 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/2014/03/co-napovidaji-obalky-casopisu-pro-muze/#.VRhlF_msUpT

- Jazyk a média. Občanská společnost - informační server [online]. 2003 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=r&x=138377

- KALIBOVÁ, Květa. Rozvodost. In: Web.natur.cuni.cz [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://web.natur.cuni.cz/geografie/vzgr/monografie/populacni%20vyvoj/rozvodovost.pdf

- MACHARIA, Sarah, Dermot O'CONNOR a Lilian NDANGAM. Who makes the news?. In: *Gender Clearing House* [online]. 2010 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.genderclearinghouse.org/upload/Assets/Documents/pdf/gmmp_global_report_en.pdf

- NESEHNUTÍ. Genderové stereotypy v médiích a v jazyce [online]. Brno, 2005 [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: http://zenskaprava.cz/files/genderov%C3%A9-stereotypy-v-m%C3%A9di%C3%ADch-a-v-jazyce.pdf

- Obraz ženy v médiích a reklamě a jeho vliv na veřejné mínění o rovnosti mužů a žen: Zpráva pro Ministerstvo práce a sociálních věcí

- projekt VaV-ZVZ76, ident. kód: HS 100/03. In: Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. 2003 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: http://www.mpsv.cz/files/clanky/960/vyzkum.pdf

- Občanský zákoník. In: Http://business.center.cz/ [online]. 2014 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik

- Periodický tisk: neověřená data. In: ABC ČR [online]. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=9&filterYear=2014&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=casopisy-pro-zeny

- Periodický tisk: neověřená data. In: ABC ČR [online]. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=9&filterYear=2014&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=casopisy-zivotniho-stylu-pro-muze

- Rozvod začal nechutně. Blesk. 2012, č. 33, s. 1.

- Rozvodovost. In: Český statistický úřad [online]. 2014 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/420031BBE3/$File/130069-14_3.pdf

- Rozvody po dvaceti letech In: Události [zpravodajská relace]. Česká Televize, 9. 10. 2014.

- Rozvodovost. In: Český statistický úřad [online]. 2013 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/420031BBE3/$File/130069-14_3.pdf

- Sbírka zákonů Československé socialistické republiky. In: [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=1232

- Sňatečnost. In: Český statistický úřad [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/snatecnost

- Šatava, Jiří. Idea cerge ei. Dopad rozvodu na příjmy v důchodu [online]. 2013, 20 s., 18. 9. 2013 [cit. 2015 - 03 - 10]. Dostupné z: http://idea.cerge-ei.cz/files/IDEA_Studie_6_2013.pdf

- Tab. 3 Rozvody podle krajů a okresů - absolutní údaje. In: Český statistický úřad [online]. 2004 [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/69003BE2FB/$File/4026rr03.pdf

- Územní rozdíly v úrovni vzdělanosti obyvatelstva ČR. In: Český statistický úřad [online]. 2014 [cit. 2015-02-01]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/B10029F8F9/$File/17023214a04.pdf

- V Česku stoupá rok od roku rozvodovost. Proč tomu tak je?. Eurozprávy [online]. 2012 [cit. 2015-03-29]. Dostupné z: http://domaci.eurozpravy.cz/spolecnost/46236-v-cesku-stoupa-rok-od-roku-rozvodovost-proc-tomu-tak-je/

- VALDROVÁ, Jana. Ženská otázka trochu jinak. In: Feminismus.cz [online]. 2001, 23. březen 2001 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: http://www.feminismus.cz/cz/clanky/zenska-otazka-trochu-jinak

- Vyštvat exmanžela na ulici bude s novým občanským zákoníkem těžší. In: Http://obcanskyzakonik.justice.cz/ [online]. 2013 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: http://obcanskyzakonik.justice.cz/infocentrum/media/vystvat-exmanzela-na-ulici-bude-s-novym-obcanskym-zakonikem-tezsi/

- Z redakce Maximu odchází pět redaktorů. MediaGuru [online]. 2014, 9. 5. 2014 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/2014/05/z-redakce-maximu-odchazi-pet-redaktoru/#.VRh1vPmsUpR

Diplomové práce

- LABOHÝ, Jan. Mechanismy zobrazování přírody v časopise Maxim [online]. 2007 [cit. 2015-03-30]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Václav Štětka. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/144166/fss_b/>.
- MÁNKOVÁ, Zuzana. Mediální konstrukce mužské identity v českých seriálech: diskurzivní analýza [online]. 2011 [cit. 2015-03-30]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jaromír Volek. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/144074/fss_m/>.
- MATISOVÁ, Marie (dis). Genderové stereotypy v časopisech pro ženy a pro muže [rukopis]. 2011. 81 stran (130 679 znaků). Bakalářská práce - Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2011.