



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní
a pedagogická



JAZYKOVÉ ROZDÍLY ŽENSKÝCH A MUŽSKÝCH LIFESTYLOVÝCH ČASOPISŮ NA PŘÍKLADU MARIANNE A MAXIM

Bakalářská práce

Studijní program: B7310 – Filologie
Studijní obor: 7310R033 – Český jazyk a literatura
Autor práce: **Šárka Kindlová**
Vedoucí práce: PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Šárka Kindlová
Osobní číslo: P12000392
Studijní program: B7310 Filologie
Studijní obor: Český jazyk a literatura
Název tématu: Jazykové rozdíly ženských a mužských lifestylových časopisů
na příkladu Marianne a Maxim
Zadávací katedra: Katedra českého jazyka a literatury

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

V této práci se budu zabývat jazykovými rozdíly v ženských a mužských lifestylových časopisech, konkrétně v ženském časopise Marianne a v mužském časopise Maxim. V teoretické části charakterizují publicistický styl s přihlédnutím k lifestylovému směru. V praktické části analyzuji texty s tematikou partnerských vztahů.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

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

Seznam odborné literatury:

- BARTOŠEK, J. Základy žurnalistiky. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002.
- ČECHOVÁ, M. a kol. Současná stylistika. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2008.
- DOUBRAVOVÁ, J. Sémiotika v teorii a praxi. 1. vyd. Praha: Portál, 2002.
- KADLECOVÁ, K. Ženské časopisy pro pokročilé: literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne. Liberec: Bor, 2006.
- KÖPPLOVÁ, B. Kam směřují časopisy a lifestylové magazíny. In: 10 let v českých médiích. 1. vyd. Praha: Portál, 2005.
- KUBÁLKOVÁ a kol. Gender, média a reklama. 1. vyd. Praha: Otevřená společnost, 2009.
- OSVALDOVÁ, B. Česká média a feminismus. 1. vyd. Praha: Libri, 2004.
- OSVALDOVÁ, B., HALADA J. a kol. Encyklopedie praktické žurnalistiky. 1. vyd. Praha: Libri, 1999.
- PROKOP, D. Boj o média. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005.
- RENZETTI, CLAIRE, CURRAN, DANIEL. Ženy, muži a společnost. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005.
- ROTH, J. Mediální výchova v Čechách tištěná média. 1. vyd. Praha: Tutor, s.r.o., 2005.
- RUSS-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H. Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. 1. vyd. Praha: Grada, 2005.
- SCHULZ, W. a kol. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vyd. Praha: Karolinum, 2011.
- TABERY, P. Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.

Katedra českého jazyka a literatury

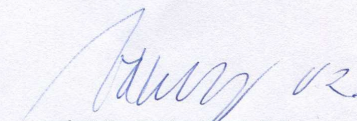
Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2014**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2015**



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.
děkan

L.S.



prof. PhDr. Oldřich Uhlíčný, DrSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. dubna 2014

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce **PhDr. Alexi Röhrichovi, Ph.D.**, za cenné rady, trpělivost a ochotu při řešení problémů spojených s tvorbou bakalářské práce.

Anotace

Práce se zaměřuje na jazykové rozdíly v ženských a mužských lifestylových časopisech Marianne a Maxim. V teoretické části se definují pojmy z oblasti publicistiky, médií a problematiky genderu. Praktická část je zaměřena na jazykový rozbor textů s tematikou partnerských vztahů, a to z hlediska morfologického, lexikálního, syntaktického, stylistického a sémantického. Zkoumá, zda a jak se v jazykové oblasti genderově rozdílná periodika nejvíce odlišují.

Klíčová slova: časopis, gender, Marianne, Maxim, publicistický styl, média

Annotation

This thesis is concerned with language differences between men and women's lifestyle magazines Maxim and Marianne. The theoretical part of this work defines terms concerning journalism, media and gender problems. The practical part is concerned with linguistic analysis of given texts on the relationship topic. The analysis will be conducted from the morphological, lexical, syntactic, stylistic and semantic view and it will examine in what language areas these two magazines differ most.

Key words: magazine, gender, Marianne, Maxim, journalistic style, media

Obsah práce

I. Úvod	11
II. Teoretická část	12
2.1 Publicistický styl	12
2.1.1 Charakteristika stylu a funkční vymezení.....	13
2.1.2 Typické jazykové a stylistické prostředky.....	14
2.1.3 Kompozice textů a stylové normy.....	17
2.1.4 Žánry.....	18
2.2 Média a gender.....	22
2.3 Lifestylové časopisy pro ženy.....	24
2.3.1 Definice a historie.....	24
2.3.2 Témata.....	25
2.4 Časopis Marianne.....	27
2.4.1 Charakteristika časopisu.....	27
2.4.2 Historie.....	27
2.4.3 Struktura časopisu.....	28
2.5 Lifestylové časopisy pro muže.....	29
2.5.1 Definice a historie.....	29
2.5.2 Témata.....	29
2.5.3 Lad magazines.....	30
2.6 Časopis Maxim.....	31
2.6.1 Charakteristika časopisu.....	31
2.6.2 Historie.....	31
2.6.3 Struktura časopisu.....	32
III. Praktická část	33
3.1 Cíl praktické části.....	33

3.2 Analýza časopisů.....	33
3.3 Jazyk a Marianne.....	33
3.3.1 Morfologická rovina.....	34
3.3.2 Lexikální rovina.....	36
3.3.3 Syntaktická rovina.....	42
3.3.4 Stylistická rovina.....	48
3.4 Jazyk a Maxim.....	52
3.4.1 Morfologická rovina.....	52
3.4.2 Lexikální rovina.....	53
3.4.3 Syntaktická rovina.....	69
3.4.4 Stylistická rovina.....	72
3.5 Porovnání Marianne a Maximu z jazykového hlediska.....	76
3.5.1 Morfologická rovina.....	76
3.5.2 Lexikální rovina.....	76
3.5.3 Syntaktická rovina.....	77
3.5.4 Stylistická rovina.....	77
3.6 Obraz muže v Marianne.....	78
3.6.1 Sex.....	78
3.6.2 Partnerská komunikace.....	78
3.6.3 Vztah.....	79
3.6.4 Výběr partnera.....	79
3.6.5 Svatba.....	79
3.7 Obraz ženy v Maximu.....	80
3.7.1 Sex.....	80
3.7.2 Partnerská komunikace.....	80

3.7.3 Vztah.....	81
3.7.4 Výběr partnera.....	81
3.7.5 Svatba.....	81
IV. Závěr	82
V. Seznam použitých zdrojů.....	84
VI. Seznam příloh.....	86
VII. Přílohy	87

I. Úvod

Časopisy provázejí naši společnost už od poloviny 19. století. Svou periodicitou se staly součástí života společnosti, který zároveň ovlivňují, a to nejen z hlediska problematiky mezilidských vztahů, módních trendů, ale také životního stylu. Každý časopis je charakteristický svými tématy, jazykovým stylem a grafikou. Jednotlivé kategorie se neustále zdokonalují a vyvíjejí. Pravidelným tématem lifestyleových časopisů zůstává opačné pohlaví, než kterému je časopis určen, a jak ho zaujmout. Tímto pohledem se radikálně odlišují časopisy pro ženy a časopisy pro muže.

Tématem bakalářské práce jsou jazykové rozdíly v ženských a mužských lifestyleových časopisech Marianne a Maxim. Práce je rozdělena na dvě hlavní části. Teoretická část charakterizuje publicistický styl, konkrétněji se zaměřením na lifestyleové časopisy pro muže a ženy. Ze širokého spektra lifestyleových časopisů jsem si pro svou práci vybrala ženský lifestyleový časopis Marianne a mužský lifestyleový časopis Maxim. Následně objasňuji vztah médií a genderu. V praktické části analyzuji po jednotlivých jazykových rovinách, morfologické, lexikální, syntaktické a stylistické, publicistické texty z lifestyleových časopisů Marianne a Maxim. Tematicky se texty orientují na oblast mezilidských vztahů, zvláště na partnerské vztahy. Cílem práce je zjistit, v jaké míře se jazykové prostředky v ženských a mužských časopisech liší a jaký je obraz ženy v mužských lifestyleových časopisech, a naopak. V závěru se pokusím o shrnutí a interpretaci svého pozorování.

II. Teoretická část

2.1 Publicistický styl

S komunikátem publicistického charakteru se můžeme setkat již v dobách, kdy nebyl empiricky zkoumán. Dnešní mluvené zpravodajské a publicistické projevy mají své počátky již v oblasti antického řečnictví z dob 5.-4. století před n. l. Příkladem jsou Aristotelovy analytické projevy. Ve středověku a novověku se prvky publicistického stylu objevovaly v projevech světských i církevních. V období vývoje jazyka byla nauka o kázání neboli homiletika dominujícím prvkem publicistiky. Jazyk a styl postil obsahoval prvky publicistického stylu. Rozkvět publicistického stylu nastal v době obrozenecké. Charakteristické žurnalistické texty nalezneme v 19. století u Karla Havlíčka Borovského. O novinářském jazyce se v polovině 20. století zmiňuje J. V. Bečka ve své publikaci Úvod do české stylistiky a František Trávníček, který uznává jako samostatný sloh novinářský a řečnický, v publikaci O jazykovém slohu.¹

V roce 1954 se uskutečnila celostátní konference o stylu a stylistice v Liblicích v Čechách, ze které byly následně publikovány příspěvky v časopisech Slovo a slovesnost a Naše řeč. O bádání v žurnalistické komunikační oblasti, konkrétněji žurnalistickému jazyku, se významně zasloužili J. V. Bečka, M. Jelínek, K. Hausenblas, A. Jedlička aj. Mezi průkopnické práce z druhé poloviny 20. století patří Cuřín, F. O jazyce novin, Hlavsa, Z. K obraznému vyjadřování v našich novinách, Kořenský, J. O syntaktické stránce novin, Daneš, F. a kol. Žurnalistika. Jazyk a styl. Existenci publicistického stylu potvrzovaly publikace M. Jelínka O jazyku a stylu novin a F. Daneše a kol. Kapitoly z praktické stylistiky. A. Jedlička vyložil v publikacích Základy české stylistiky a Spisovný jazyk v současné komunikaci publicistický styl na pozadí klasifikace ostatních stylů. Stylové otázky se řešily i na stránkách lingvistických časopisů Naše řeč, Slovo a slovesnost, dále pak v Novinářském sborníku, Sešitech novináře, sbornících fakult. J. Chloupek se zasloužil o rozpracování teorie žurnalistického stylu a jeho postavení vedle ostatních funkčních stylů ve stati Dialektika stálého a proměnného v publicistickém stylu, přednáškou Publicistický styl jako pole

¹ ČECHOVÁ, M a kol. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2008.

jazykového vývoje pro VIII. mezinárodní sraz slavistů a monografií Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti.

Zájem české vědy o styl žurnalistiky v poslední době narůstá. Lingvisté se věnují vnitřní diferenciaci stylu (J. Bartošek, M. Jelínek, E. Minářová.), charakterizují jeho výrazové prostředky (J. Chloupek, Z. Hlavsa, M. Žemlička, A. Jaklová), ale věnují se také mluvené žurnalistice (I. Bozděchová, I. Hoffmannová, J. Kraus). Ke zkoumání žurnalistických výrazů napomohla kvantitativní analýza publicistických textů (Těšitelová, M. a kol.). V současnosti můžeme použít jazykový materiál analyzovaných publicistických textů, které jsou k dispozici v Českém národním korpusu. Publicistický styl byl vždy ovlivňován dobou a odrážel její společensko-politické a ekonomické situace. Jeho vývoj i zájem o něj bude pokračovat i nadále.²

2.1.1 Charakteristika stylu a funkční vymezení

Publicistický styl je dynamický, progresivní, přímo úměrný vývoji společnosti. Charakter textů je ovlivněný celospolečenským posláním, a to sdělením rychlým, výstižným, srozumitelným, funkčním a informativním pro všechny adresáty bez ohledu na jejich věk, vzdělání a sociální postavení. Publicistické komunikáty mají funkci informativní neboli sdělnou, ovlivňovací, přesvědčovací a persvazivní.

Publicistický styl zastupuje takovou podobu komunikace, kterou zprostředkovávají masmédiá. V praxi se můžeme setkat s termíny žurnalistika, ale také publicistika. Pojem žurnalistika představuje činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, ale také obor zabývající se touto činností. Publicistiku chápeme jako novinářskou či spisovatelskou činnost v masmédiích, která informuje o událostech ve společnosti a komentuje aktuální otázky.³

Rozlišujeme publicistický styl psaný a publicistický styl mluvený. Publicistický styl psaný bývá v užším pojetí označován jako styl novinářský či styl žurnalistický. S mluvenou podobou se setkáváme v rozhlasových a televizních zpravodajstvích, komentářích, besedách, publicistických pořadech. Sekundárním stylem publicistické

² MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011.

³ MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011.

sféry je styl reklamy, který má shodné persvazivní rysy s publicistickými texty analytickými.

Publicistický styl je nadřazený pojem pro zpravodajský styl, publicistický styl neboli analytický a publicistický styl beletristický.⁴

2.1.2 Typické jazykové a stylistické prostředky

Jazykové prostředky publicistického stylu lze rozdělit do dvou hlavních skupin:

a) jazykové prostředky automatizované, stálé, neměnné

b) jazykové prostředky stylově aktualizované

Automatizaci charakterizuje Havránek jako „*takové užívání jazykových prostředků, a to buď izolovaných, anebo vzájemně spojovaných, jaké je obvyklé pro určitý úkol vyjádření, totiž takové, že výraz sám nebudí pozornost; vyjádření po stránce formy se děje a je přijímáno jako konvenční a chce být srozumitelné již jako součást jazykového systému, a nikoli teprve doplněním v konkrétním jazykovém projevu ze situace a souvislosti.*“⁵

Aktualizaci charakterizuje Havránek jako „*užití jazykových prostředků takovým způsobem, že samo budí pozornost a je přijímáno jako neobvyklé, jako zbavené automatizace, disautomatizované, např. živá básnická metafora (na rozdíl od lexikalizované), která je automatizována*“.⁶

Jazykové prostředky automatizované

Slovní zásoba

Texty využívají výrazů a spojení, které se ve společnosti ustálily a jsou součástí příslušné terminologie (politická terminologie, slova politicko-společenského

⁴ ČECHOVÁ, M a kol. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2008.

⁵ HAVRÁNEK, B. *Studie o spisovném jazyce*. Praha: Československá akademie věd, 1963, s. 41.

⁶ HAVRÁNEK, B. *Studie o spisovném jazyce*. Praha: Československá akademie věd, 1963, s. 41.

charakteru, žurnalismy). Pro příklad lze uvést slova *vyprodukovat, upevnění životních jistot*.⁷

Frazémy

Publicistický styl odráží dění v reálném životě, v němž lidé také využívají k obohacení komunikace frazémy. Vyskytují se převážně frazeologické obraty pocházející z lidové frazeologie, rčení, přísloví a idiomy např. *jde to jako po másle, vědět, kde nás bota tlačí, nechat si zadní vrátka, být v plném proudu*.⁸ Méně časté jsou knižní a literární frazémy např. *být hybnou pákou (něčeho), hrát velkou roli, spatřit světlo světa, octnout se v jámě lvové*.⁹ Velmi osobitou skupinu výrazových prostředků tvoří typicky publicistické frazeologismy např. *nahodit otázku, vyprodukovat něco, vstoupit do dějin, mařit úsilí*.¹⁰

Opakující se obrazná pojmenování

Obrazná vyjádření se v publicistickém stylu objevují jako estetizující výrazové prostředky. Mezi nejčastější patří vžitá, lexikalizovaná obrazná vyjádření např. *brány škol se uzavřely, přinášet ovoce, klepat na dveře*.¹¹

Nepřímá obrazná pojmenování

Prostřednictvím nepřímých obrazných pojmenování dochází k odhalení emocionálního rázu vztahu komunikujícího k obsahu sdělení např. *město kvete mládím, uvrhnou národy do propasti války, široké řečiště života*.¹²

Zobecnění sdělení

Obecná tendence publicistiky je informovat přesně a výstižně. Dochází ovšem i k protichůdné tendenci, která je založena na neurčitém vyjadřování, které

⁷ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

⁸ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

⁹ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

¹⁰ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

¹¹ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

¹² MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 58.

obecně shrnuje informaci. Jedná se o abstrakta s obecným významem (masy, zdroje) např. *některé zdroje uvedly, že jeho návštěva signalizuje vojenské nebo politické struktury, pokroková veřejnost, podnikatelské kruhy, odpovědná místa.*¹³

Prostředky syntaktické kondenzace

Zastupují je ustálené vazby s nepůvodními předložkami např. *u příležitosti letošních oslav, v zájmu spravedlnosti a lidskosti, díky této iniciativě, v okruhu působnosti*, výrazy předložkové povahy a některé vazby s genitivními závislostmi např. *účastníci londýnského zasedání pracovní komise stálého mezinárodního styčného světového kongresu mírových sil jednali o..., vypracování návrhu koncepce programu protidrogové polity.*¹⁴

Některé typy nepravých vět vedlejších

V publicistice představují skladební prostředek, který se v určitých situacích zmechanizoval např. *XY přijel (kam), zavítal (kam), navštívil (co), aby se sešel, setkal se, prohlédl si.*¹⁵

Jazykové prostředky stylisticky aktualizované

Dochází k aktualizaci ustálených přísloví, rčení a obrazných pojmenování např. *Dvakrát měř, jednou střílej. – Kdo jinému jámu kopá, dá si od ní zaplatit.*¹⁶

Do publicistického stylu pronikají výrazy z jiného funkčního stylu, expresivní vyjádření např. *sekýrovat, nervák, klábosit, být v suchu, makat,*¹⁷ eliptický shodný přívlastek např. *výkonová bilance, finálová série, finanční rok, diskutovaný problém.*¹⁸ Tomu dávají publicisté přednost z důvodu stručnosti a přímosti vyjádření. V neposlední

¹³ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 59.

¹⁴ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 59.

¹⁵ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 60.

¹⁶ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 60.

¹⁷ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 60.

¹⁸ MINÁŘOVÁ, E. Stylistika češtiny. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 60.

řadě využívá parentezi, kterými odkazuje na svědectví či jiný zdroj informací např. *jak je obecně známo, jako to uvedl XY, jak to oznámil našemu zahraničnímu zpravodaji*.¹⁹

2.1.3 Kompozice textů a stylové normy

Stylová norma

Publicistická komunikace patří ke komunikaci veřejné a bývá realizována spisovným jazykem. Stylové normy nejsou jednotné, ale vnitřně diferencované dle žánrů.

Publicistické texty jsou kompozičně různorodé. Horizontálního členění textu nebývá plně realizováno. Často bývá narušováno a lze se s ním setkat u delších publicistických textů (publicistický referát). Nejčastěji publicistické komunikáty začínají stěžejní informací, kterou následně objasňují, komentují.

*Faktografická nasycenost publicistického textu bývá největší v jeho prvních částech a směrem ke konci klesá. Počátky textů jsou proto z významového hlediska závažné, výrazně dominují vůči ostatnímu textu a celá textová výstavba je počátkům textu přizpůsobena.*²⁰

V psané publicistice je záměrně zvýrazněný začátek textu, který sděluje hlavní informaci. K zvýraznění se využívá vžitého systému titulků, nadtitulků, podtitulků, mezititulků.

Titulky

Titulky jsou výrazně funkční a jejich stylizace a kompozice se odvíjí od tvůrčího přístupu autora a jeho postoji k danému obsahu, funkci a cíli. Čechová rozděljuje titulky do dvou základních typů. První typ podává co nejstručněji maximální množství informací, tím zajišťuje rychlou orientaci v tisku. Druhý typ podává pouze částečné informace, které vzbuzují pozornost k dalšímu čtení obsahu. Mezi nejzajímavější,

¹⁹ ČECHOVÁ, M a kol. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2008. 20 MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 61.

stylisticky aktivní patří titulky využívající frazeologii, metaforičnost výrazu, rčení a přísloví. Zvýraznění prvního odstavce textu bývá charakteristickým rysem psané publicistiky. Jedná se o graficky zvýrazněný text, kterému přísluší nejvýraznější funkce s nejdůležitějšími myšlenkami.²¹

Slohový postup

*Je to druh celkového ztvárnění sdělovaného obsahu a ustálené způsoby nebo metody, jakými vypovídáme o skutečnosti.*²²

V publicistických textech je nejčastěji užívaný slohový postup informační, a to zejména ve zpravodajské publicistice. Často dochází k prolínání slohového postupu informačního s dalšími postupy, například úvahovým, výkladovým. Výkladové pasáže jsou typické pro úvodníky a všechny žánry analytické publicistiky. Rozvíjejí se i v rozsáhlejších novinových článcích, novinářských recenzích a kritikách, referátech či posudcích.

*Kompoziční schémata představují vedle opakujících se a ustalujících se jazykových prostředků vžitou modelovost ve výstavbě textu a v komunikaci se mění pouze fakta.*²³

2.1.4 Žánry

V publicistických textech dochází k diferenciaci útvarů a jejich základních žánrů. Čechová rozlišuje styly a žánry zpravodajské (zpráva, interview, komuniké, krátká zpráva – notická, aj.), analytické (úvodník, komentář, glosa) a beletristické (reportáž, črta, novinářský fejeton, sloupek). Realizační formy slohových postupů útvarů žurnalistky se postupem času částečně mění, a to v souvislosti s rozvojem funkcí jazyka a komunikační publicistické sféry.²⁴

²¹ ČECHOVÁ, M a kol. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2008, s. 270.

²² MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 22.

²³ MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 62.

²⁴ ČECHOVÁ, M. *Současná stylistika češtiny*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2008, s. 262

Zpravodajské žánry

zpráva – *Informace o události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane, odpovídá na základní otázku kdo, co, kde, kdy rozšířená zpráva na jak a proč. Zpráva zachovává věcnost, přesnost, úplnost, spolehlivost, včasnost a citovou neutrálnost. Člení se na denní zprávu, rozšířenou zprávu, skládanou zprávu, dialogizovanou zprávu a fleš. Zpráva je historicky nejstarší žurnalistický útvar, od vynálezu knihtisku tvoří základní složku novin, a je také základním stavebním kamenem každého zpravodajství v jakémkoli médiu.*²⁵

interview – *Žurnalistická metoda, jak získat informace, i samotný, v médiích uplatňovaný druh; dialog otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuze mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího. Interviewovaná osoba je veřejně známá nebo vynikající v nějakém oboru, jejíž názory zaujmou recipienty. Rozhovor iniciuje novinář, který volí téma interview, klade otázky, zachycuje atmosféru setkání a osobitost zpovídaného, zaznamenává a zpracovává odpovědi, může tedy ovlivnit řazení i konečnou formu odpovědí, vtiskuje záznamu svou představu.*²⁶

komuniké – *Text, jehož pramenem jsou oficiální místa. Bývá zprostředkován tiskovou agenturou, redakce ho může pouze zkrátit s uvedením svého zásahu a publikuje ho beze změn. Mezi druhy komuniké patří např. nóta, usnesení, prohlášení. Stavba komuniké bývá ustálená, jazyk úřední, obsahem jsou zásadní vnitro a zahraničněpolitické události, úřední nebo diplomatické jednání, mezinárodní dohody, prohlášení vlád, prohlášení státních institucí, vládních nebo nevládních organizací apod.*²⁷

Analytické žánry

úvodník – *Těž editorial. Druh článku zaujímající zásadní (někdy morální) stanovisko k nějakému aktuálnímu problému. Úvodník vychází z faktů, která už jsou známa*

²⁵ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 213.

²⁶ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 82.

²⁷ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 93.

a zpracována ve zpravodajství, známé informace však dále vysvětluje a doplňuje o stanovisko se snahou ovlivnit čtenáře.²⁸

komentář – *Druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a poznámky k událostem a vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny i důsledky, připojuje subjektivní pohled. Ve vývoji analytické publicistiky se vyčlenilo několik typů komentáře, které lze klasifikovat podle různých třídících znaků, např. podle tematického zaměření (vnitropolitické, zahraničněpolitické, ekonomický, sportovní ad.), časové frekvence (komentář dne, týdne), způsobu interpretace (autorský) a další.²⁹*

glosa – *Žurnalistický druh se svérázným publicistickým akcentem, v němž se odráží jediná otázka či problém a jehož řešení je pouze naznačeno nikoliv definitivně vyjasněno; autor komentuje, často ironicky, vzniklou situaci. Obsahuje konkrétní fakta i vztah autora k nim a patří k nejdrobnějším komutativním novinovým textům, proto bývá otiskována na tzv. názorových stránkách novin i časopisů.³⁰*

Beletristické žánry

reportáž – *Publicistický žánr, svědecká výpověď konkrétního zážitku v písemné, slyšené či vizuální podobě. Spojuje v sobě aktuální informační a názorovou složku, vychází z bezprostředně nezvyklé situace, jíž byl autor většinou osobně přítomen. Reportér pozoruje a popisuje, hledá souvislosti příběhu, děj ztvárňuje prostřednictvím jednajících osob.³¹*

črta – *Označení žánru na rozhraní publicistiky a literatury. Obsahovou náplní črty jsou silné zážitky, setkání s výjimečnými lidmi, nezapomenutelné vzpomínky. Pro důraz na osobní zážitek je črta pokládána za předchůdkyni reportáže, ale její dnešní využití v žurnalistice je minimální.³²*

²⁸ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 196.

²⁹ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 91.

³⁰ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 76.

³¹ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 154.

³² OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 41.

novinářský fejeton – *Fejeton byl klasickým představitelem subjektivní publicistiky s dominantním názorem tvůrce na jeden fakt, umocněný lehkou stylistickou formou. Správný fejeton graduje do pointy, využívá ironie i sarkasmu; problém se snaží vidět nově, z nečekaného úhlu pohledu. Graficky bývá fejeton často odlišován kurzivním typem písma. Fejetony psali většinou zkušení a erudovaní členové redakce nebo externí spolupracovníci včetně spisovatelů.*³³

sloupek – *Jediný ze škály publicistických žánrů, jenž vznikl vlastně na objednávku, když chtěl šéfredaktor Lidových novin Arnošt Heinrich na počátku 20. let 20. století obohatit výrazové pojetí uznávaného deníku. Sloupek stojí na vtipném anekdotickém nápadu, podnětem je zážitek či pozorování, jež se snaží s vtipem a někdy ironií dovést ke zevšeobecnění. Sloupek na rozdíl od fejetonu se uzavírá s tématem do skutečné „klece“ jednoho sloupce.*³⁴

³³ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 61.*

³⁴ OSVALDOVÁ, B. *Encyklopedie praktické žurnalistiky. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 174.*

2.2 Média a gender

Média předkládají společnosti to, co vyžaduje. Jedná se o hypotézu zrcadlení, podle které obsah médií odráží typické chování, vztahy, hodnoty a normy ve společnosti. Média nejen zrcadlí společnost, ale zároveň se aktivně podílí na jejím utváření a formování.³⁵

Dle Grosse ovlivňují média náš postoj ke světu včetně našich osobních aspirací a vnímání druhých osob.³⁶ Vnímání druhých osob, zejména mediální zobrazení genderu, znepokojilo feministické badatele. Tato zobrazení jsou negativistická, zkreslující realitu genderových vztahů či sexistická, i přesto je může značná část společnosti považovat za pravdivá a relevantní. Existují tvrzení, že média ženy přehlížejí, trivializují nebo odsuzují. Výzkumný tým Karen Foreit v roce 1980 zjistil, že ve zprávách týkajících se žen často novináři uvádějí povolání, fyzický zjev, rodinné postavení. Tyto detaily se u zpráv týkajících se mužů objevují zcela výjimečně.³⁷

První výzkumy vztahu médií a genderu pracovaly s koncepty stereotypizace, a poté se zabývaly otázkou socializace. Pojem typizace v souvislosti s médii označuje, do jaké míry jsou prezentované vlastnosti charakteristické pro určitou sociální skupinu. S typizací souvisí pojem stereotyp, který je podle Halla a Pickeringa výsledkem širších kulturních a společenských procesů a nese s sebou ideologické hodnoty, náhledy a názory.³⁸

Feministky jsou pro média zcela specifickou skupinou. Média je charakterizují jako okrajovou hlučnou radikální skupinu, která je reprezentovaná jako základní příčina současných ženských problémů. Ve feministicky zaměřených mediálních studiích se v souvislosti s genderovými stereotypy vyskytuje koncept socializace. Média mohou být svými obsahy, které prezentují, prostředkem socializace společnosti. Prezentací určitých forem chování a následnými sankcemi a odměnami učí

³⁵ RENZETTI a kol. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2003.

³⁶ RENZETTI a kol. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2003, s. 184.

³⁷ RENZETTI a kol. *Ženy, muži a společnost*. 2003, 1. vyd. Praha : Karolinum, s. 185.

³⁸ TABERY, P. *Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech*. In *Sociologické studie / Sociological Studies*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007, s. 14.

příjemce sdělení zvládat určité role v určitých situacích, a tím prosazují jisté normy a hodnoty, které jsou pro danou společnost směrodatné.

Pozdější konstruktivistické teorie se zaměřují na původ reprodukce genderových identit a nerovností. Teoretické koncepty feministických mediálních studií vychází z pojmů ideologie, hegemonie, konstrukce reality či sociální kontrola. Média představují nástroj dominantní ideologie. Reprezentace genderové identity se odehrává v širokém kontextu společenských hodnot, norem a institucí a ovlivňuje ji podmínky mediální produkce společnosti.

Konstruktivistický přístup vychází z kulturálních studií, zejména z modelu kódování a dekódování mediálního obsahu. Komunikace se odehrává v určitém sociálním kontextu, který se při kódování textu zohledňuje. Při dekódování sdělení produkuje příjemce významové struktury, které se mohou shodovat se strukturami kódování, ale rovněž nemusí.³⁹

³⁹ RENZETTI a kol. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2003.

2.3 Lifestylové časopisy pro ženy

2.3.1 Definice a historie

Pojem *lifestyle* nelze přesně definovat. *Lifestyle* v překladu znamená životní styl, což v jeho mediálním pojetí zahrnuje široké spektrum témat. Lifestylovými časopisy se rozumí kvalitní druh periodického tisku, který je tištěný na kvalitním papíru a vydělává na inzerci. Na lifestylové časopisy jsou kladeny vysoké nároky od recipientů. Vyžadována je inteligentní zábava, užitečné a správné informace a kvalitní servis.

Ženské lifestylové časopisy vznikly v USA, kde jsou dnes za nejlepší ve svém oboru považovány časopisy *Harper's Bazaar* a *Vogue*. V roce 1867 vznikl první módní časopis *Harper's Bazaar*, který zpočátku vycházel jako týdeník. Roku 1901 se stal měsíčníkem. Na konci 19. století sehrál tento typ časopisu významnou roli ve feministickém hnutí, přiznání sexuálního života ženám a jejich osvobození od domácích činností.

Česká verze *Harper's Bazaar* vychází od Sametové revoluce a vydává ho společnost *Stratosféra* (dnes *Bauer Media v.o.s.*) pod vedením Antonína Herbecka, vlastním jménem Antonín Hrbek. *Stratosféra* a nakladatelství *Hachette Filipacchi* patří v České republice k největším vydavatelským domům a průkopníkům exkluzivních lifestylových časopisů. Antonín Herbeck koupil licenci na vydávání časopisů *Harper's Bazaar*, *Cosmopolitan* a *Esquire*. Vydavatelství *Hachette Filipacchi*, dnešní *Burda*, vydává *Quo*, *Premiere*, *Marianne*, *Apetit*, *Maxim*.⁴⁰

Dalším světovým lifestylovým časopisem je *Cosmopolitan*, který vychází v USA od roku 1886. Jeho žánrový vývoj je velmi zajímavý. Nejprve vycházel jako rodinný časopis, poté se z něj stal literární časopis a koncem 60. let 20. století časopis pro ženy.

⁴⁰ TRÉGLOVÁ, L. Lifestylové časopisy – instantní zábava i nástroj emancipace. In.: *Mediální teorie a praxe*. UPOL : Olomouc, 2012.

V roce 1892 byl založený Arturem Baldwinem Turnurem týdeník Vogue. Artur Baldwin Turnur zemřel v roce 1909 a Vogue převzalo vydavatelství Condé Nast.

Tabery rozděluje ženské časopisy na českém trhu do několika kategorií:

a) *exkluzivní*

b) *obecně zaměřené časopisy – péče o domácnost a rodinu, rady ohledně módy, kariéry*

c) *péče o zdraví a zdravý životní styl*

d) *soutěže, křížovky, příběhy ze života*

e) *hobby (zahrádka, ruční práce)*⁴¹

Původní český lifestylový časopis je Marianne a Styl. Dalším ojedinělým českým projektem je příloha Ona Dnes. Ve světě vycházely přílohy Stella v Daily Telegraphu a Woman v Observeru. České mutace světových časopisů musí dodržovat předepsaný formát a styl časopisu.

2.3.2 Témata

Časopisy popisují svědectví o ideální ženě své doby. Lenka Tréglová tvrdí, že každý lifestylový časopis má tvář ženy, která se nějakým způsobem obléká a má na svět určitý názor.⁴² Od počátku 19. století byla žena zobrazována jako hospodyně a strážkyně rodinného krbu. S tím souvisela i témata, jako byla například starost o domácnost. Zajímavostí je, že již v této době se v časopisech objevovalo téma sociálních změn (např. majetková práva vdaných žen). 20. léta 20. století byla ve znamení romantických témat. Dalším mezníkem byla 2. světová válka a s ní témata pracující ženy ve válečném úsilí, očekávaný návrat příbuzných. Po skončení války se vrací téma hospodyně a sexuálního objektu. S nástupem feministického hnutí koncem 60. let a začátkem let sedmdesátých došlo ke změně konceptů ženských časopisů. Znamenalo to vznik feministicky orientovaných časopisů, dosavadní tituly reflektovaly nové a skutečné

⁴¹ TABERY, P. *Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech*. In *Sociologické studie / Sociological Studies*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007, s. 19.

⁴² TRÉGLOVÁ, L. *Lifestylové časopisy – instantní zábava i nástroj emancipace*. In: *Mediální teorie a praxe*. UPOL : Olomouc, 2012, s. 157.

potřeby mladých žen a zaměřovaly se na různé aspekty života ženy (zdraví, mateřství, kariéra). Tento trend nadále přetrvává.⁴³

Ženské časopisy byly vždy považovány za nosiče prodeje kosmetiky a módních trendů. Autoři Claire M. Renzetti a Daniel J. Curran na základě výzkumu zjistili, že dominantní témata v ženských časopisech jsou partnerské vztahy, rodinné vztahy a líčení. Později se začínají tematizovat otázky kariéry a financí. Variabilita témat v časopisech pro ženy je důležitá vzhledem k tomu, že to jsou právě časopisy, které hrají podstatnou roli při socializaci žen.⁴⁴

⁴³ TABERY, P. *Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech*. In Sociologické studie / Sociological Studies. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007.

⁴⁴ RENZETTI a kol. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2003.

2.4 Časopis Marianne

2.4.1 Charakteristika časopisu

Časopis Marianne, vydávaný ve formátu 200 x 266 mm, je lifestylový měsíčník pro ženy s charakteristickým a jednoznačným sloganem *Život začíná ve třiceti*.⁴⁵ Samo vydavatelství BURDA Media 2000 charakterizuje Marianne jako čtení pro dospělé ženy, které vědí, co chtějí, mají svou profesi, rodinu, nadstandardní příjmy a pestré zájmy. Průměrný počet stran se pohybuje okolo 172 až 220. Čtenářkám, nejčastěji ve věku 30-50 let, je blízký i redakční tým, a to věkem, zkušenostmi, životními prioritami. Tvářemi, objevujícími se na stránkách Marianne, jsou zajímavé známé osobnosti, které doplňují inspirující příběhy obyčejných žen. Články jsou tematicky pestré. Týkají se všech oblastí moderního života, ale také osobních a společensky ožehavých témat (např. gender problematika). Průměrný měsíční náklad činí 83 728 kusů.⁴⁶

2.4.2 Historie

Časopis Marianne vydává nakladatelství BurdaInternational od listopadu roku 2000. Byl založený bývalou novinářkou z Lidových novin Mirkou Vopatovou. Jedná se o originální český formát, čímž se diferencuje od licencovaných mutací světových magazínů, jako je například Elle, Cosmopolitane a Harper's Bazaar, které přizpůsobují svůj vzhled a obsah platným normám zakoupené licence. Od dob svého působení na českém mediálním trhu získal měsíčník Marianne řadu ocenění. V letech 2005, 2006 a 2013 získal ocenění Časopis roku, které uděluje Unie vydavatelů. V roce 2000 ho odborný časopis Strategie označil Nejlepším novým časopisem roku 2000. V roce 2012 došlo ke změně na pozici šéfredaktorky. Kláru Olexovou nahradila Petra Švecová, která v minulosti pracovala jako editorka časopisu Elle a působila v dnes již zaniklém

⁴⁵ motto Marianne

⁴⁶ informace vydavatelství BURDA Media 2000

časopise Textil Journal. V současné době vydává společnost BURDA Media 2000 i speciální dvouměsíční vydání Marianne (Marianne VIP, Marianne Bydlení).⁴⁷

2.4.3 Struktura časopisu

První strana je věnována obsahu aktuálního čísla. Následuje Editorial šéfredaktorky a nutná tiráž. Marianne věnuje prostor svým čtenářkám a odpovídá na jejich dotazy v rubrice Dopisy. Další rubrikou je Koktejl, která je složená z několika kratších textů, které se následně člení do subrubrik, které se tematicky zabývají zdravím, módními trendy, kulturou, krásou a medailonem muže, který zaujal redakci. Dalšími rubrikami jsou Trend, zaměřující se na módní hity a novinky, Rozhovor, Téma Marianne, která poskytuje čtenářkám několik reportážních a analytických materiálů, zaměřených na jedno téma většinou z oblasti genderu, Móda, Krása, Zdraví, Jídlo, Dekor, Cestování, Auto a Fejeton.

⁴⁷ informace vydavatelství BURDA Media 2000

2.5 Časopisy pro muže

2.5.1 Definice a historie

Vznik mužských časopisů se datuje do 17. století. Prvními časopisy byly *The Gentleman's Journal* (1692) nebo *The Gentleman's Magazine* (1731). Počátek lifestylových mužských časopisů je ve 30. letech 20. století a bývá spojený s americkým časopisem *Esquire* a *Playboyem*. Nejednalo se však o typické lifestylové časopisy, které by se plnohodnotně věnovaly životnímu stylu moderního muže. Vydavatelé nepředpokládali, že tento druh časopisu by měl na trhu úspěch, protože doposud byl považován za typicky ženský. Zlom nastal v 80. letech ve Velké Británii, kdy začaly vycházet dnešní lifestylové časopisy pro muže. V roce 1986 vznikl titul *Arena*, poté v roce 1988 *GQ* (*Gentlemen's Quarterly*). Dalšími časopisy jsou *FHM* (*For Him Magazine*), *Maxim* a *Men's Health* (1995).⁴⁸

V České republice jsou mužské lifestylové časopisy vydávány od 90. let. Jedná se o měsíčníky *Playboy* (1991), vydávaný *Playpressem*, *Esquire* (1996), vydávaný *Stratosférou* (*Bauer Media v.o.s.*), *Maxim* (2003), vydávaný *BURDA Media 2000*, *ForMen* (2006), vydávaný *Mladou frontou* a *FHM* (2008), vydávaný *Stratosférou* (*Bauer Media v.o.s.*).

2.5.2 Témata

V mužských lifestylových časopisech převládají zábavná témata, volný čas, technika a sex. Oproti časopisům pro ženy je zde v minimální míře zastoupeno téma mezilidských vztahů a pracovních problémů. U mužských čtenářů se totiž předpokládá zaměstnání na plný úvazek a úspěšná kariéra.⁴⁹ Ještě navíc je partnerský vztah v mužských časopisech zcela oddělen od sexu, který je tématem značné části příspěvků. Sex je objektivizován a depersonalizován, přičemž je prezentován jako hlavní náplň

⁴⁸ GREGOROVÁ, L. *Ideál mužského těla ve vnímání čtenářů lifestylových časopisů pro muže* [online]. 2012 [cit. 2015-01-22]. Magisterská diplomová práce. Palackého univerzita v Olomouci, Fakulta filozofická. Vedoucí práce Mgr. Zdeněk Sloboda. Dostupné z: https://theses.cz/id/y1vk2z/MDP_Gregorova_Leona.txt.

⁴⁹ ŘEHÁČKOVÁ, D. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*, 2006, 42(2), s. 291-305

kontaktů s opačným pohlavím.⁵⁰ Nejpriznivěji je líčen životní styl singl. Muž netrpí ztrátou svobody, organizuje si svůj volný čas bez ohledu na druhé pohlaví.

2.5.3 Lad magazines

Název vychází z ustáleného „new lad“, které označuje nové pojetí maskulinity, kdy dochází k genderovému zrovnoprávnění. Lad magaziny neboli frajerské magazíny jsou velmi specifické pánské lifestyle časopisy. Typické jsou pro ně technologické novinky, adrenalinové příběhy a reportáže, ženy, rozhovory se zajímavými osobnostmi. Silně je zde zastoupený sarkasmus a ironie.

Od typických pánských časopisů se odlišují tím, že zobrazují výhradně nepornografickou nahotu. Reprezentují konzumní životní styl, který je založený na osobních zkušenostech a požitcích. Cílovou skupinou jsou mladí dospělí muži. Mezi lad magaziny řadíme Maxim, FHM (For Him Magazine), Loaded.⁵¹

⁵⁰ ŘEHÁČKOVÁ, D. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*, 2006, roč. 42, č. 2, s. 291-305.

⁵¹ TOPINKA, Ondřej. *Užití absurdity v časopise MAXIM* [online]. 2012 [cit. 2015-01-22]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jan Motal. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/363850/fss_b/>.

2.6 Časopis Maxim

2.6.1 Charakteristika časopisu

Časopis Maxim není elitářský titul, ale zároveň není určen každému muži. Rozpor v této větě je pouze zdánlivý. Maxim totiž oslovuje všechny muže, jejichž smysl pro humor je založený na ironii, sarkasmu a zpochybňování uznávaných hodnot. Stejně jako jeho čtenáři je Maxim sebevědomý. Právě proto si může dovolit dělat legraci ze všeho - včetně sebe sama - což ho diametrálně odlišuje od všech ostatních pánských titulů. Humor je sice jedním z prvků Maximu, ale nikoli jedinou příčinou jeho úspěchu. Čím šílenější se totiž Maxim zdá být, tím přesnější informace poskytuje, a tím dokonalejší je. Maxim se nebojí ničeho, co čtenáře zajímá - proto je nejčtenější a nejprodávanější pánský časopis životního stylu u nás.⁵²

Pánský lifestyleový časopis Maxim je měsíčníkem, vydávaným ve formátu 203 x 274 mm společností BURDA Media 2000 s.r.o. Počet stran se pohybuje okolo 124 – 180. Text v časopise doplňují barevné fotografie. Průměrný měsíční náklad činí 65 083 kusů. Časopis je čtenářům také dostupný v internetové podobě na www.maxim.cz. Šéfredaktorem je v současné době Jan Štěpánek.⁵³

2.6.2 Historie

Časopis Maxim vznikl v květnu roku 1995 ve Velké Británii. Vydavatelem byl Felix Dennis a jeho společnost Dennis Publishing Inc. Maxim navázal na tradici pánských časopisů Playboy a Esquire. Již od počátku se stal velmi populárním ladem magazínem a na světě vzniklo 36 národních mutací. V roce 2002 vznikla česká verze Maximu. Vydavatelství Hachette Filipacchi 2000 s.r.o. koupilo český magazín Quo, ze kterého později vznikl Maxim. V roce 2011 odkoupila Maxim do výhradního vlastnictví společnost Hubert Burda Media s vydavatelskou společností BURDA Media 2000 s.r.o.⁵⁴

⁵² O časopisu Maxim [online]. [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: <http://maxim.magaziny.cz/#celypopis>.

⁵³ informace vydavatelství BURDA Media 2000

⁵⁴ TOPINKA, O. *Užití absurdity v časopise MAXIM* [online]. 2012 [cit. 2015-01-22]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jan Motal. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/363850/fss_b/.

2.6.3 Struktura časopisu

První strana je věnována obsahu aktuálního čísla. Následuje Editorial šéfredaktora a nutná tiráž. Úvodní část je obohacena o komiksový příběh z rubriky Hnědý humor. Maxim věnuje prostor svým čtenářům v rubrice Pošta došla, ve které redakce reaguje na čtenářské dopisy a postřehy z minulých čísel. Hlavní částí je Cirkus Maximus, která v sobě zahrnuje většinu obsahu aktuálního čísla. Jednotlivé články mají svůj specifický název, ale stále spadají do Cirkusu Maximu. Rubriky, které Cirkus Maximus nabízí, jsou většinou nestálé a nepravidelné. Dalšími sekcemi Maximu jsou rubrika Techno, která se věnuje technologickým novinkám na trhu, Mixer, zaměřený na filmový a hudební průmysl a příloha Fashion, věnující se módním trendům. Poslední dvě strany jsou věnované čtenářským soutěžím, tematickým glosám či poznámkám. Většina článků v české verzi Maximu je vlastní tvorbou české redakce. Pouze přibližně 5% obsahu čísla tvoří převzaté zahraniční články.

III. Praktická část

3.1 Cíl praktické části

Hlavním cílem praktické části je jazyková analýza článků s tematikou partnerských vztahů v lifestylových časopisech **Marianne** a **Maxim**, kvalitativní porovnání výběru jazykových prostředků v rámci jazykových rovin a možná čtenářská interpretace.

3.2 Analýza časopisů

K výzkumu byly použity měsíční lifestylové časopisy **Marianne** a **Maxim** z roku 2014. Z celkového počtu 12 čísel za rok 2014 se tematice partnerských vztahů věnovalo 9 čísel časopisu Marianne (leden 2014, únor 2014, březen 2014, duben 2014, červen 2014, červenec 2014, září 2014, říjen 2014, prosinec 2014) a 7 čísel Maximu (leden 2014, únor 2014, květen 2014, červen 2014, červenec 2014, říjen 2014, prosinec 2014). Vzorek použitých čísel časopisů není dostatečně velký, proto výsledky nelze zobecňovat.

K interpretaci byly vybrány ukázky pouze tematicky paralelních článků z Marianne a Maximu, vystihující postoj k dané problematice. Společnými tématy byly **sex** (příloha A v Marianne, příloha F v Maximu), **partnerská komunikace** (příloha B v Marianne, příloha G v Maximu), **vztah** (příloha C v Marianne, příloha H v Maximu), **výběr partnera** (příloha D v Marianne, příloha CH v Maximu) a **svatba** (příloha E v Marianne, příloha I v Maximu). Dalším partnerským tématem v Maximu byla žárlivost. V Marianne se navíc objevila tematika rozchodu a nevěry. Obě dvě témata představují pro muže a ženy jistá úskalí partnerství.

3.3 Jazyk a Marianne

V přílohách A, B, C, D, E jsou uvedeny ukázky z článků, vystihující pohled na daná témata.

3.3.1 Morfologická rovina

Z hlediska morfologické roviny nedochází ve vybraných člancích s partnerskou tematikou k odchylkám od spisovné normy. Při oslovování čtenářek se užívá **vykání**, čímž se jim projevuje úcta a zájem o ně.

Velice často se užívá **1. osoby v plurálu**, tím se autorky identifikují se čtenářkami a dávají jim najevo svou příslušnost k ženskému pohlaví a zároveň rovnost se svými čtenářkami. Pokud by rozlišovaly mezi vámi (čtenářkami) a námi (autorkami), mohla by čtenářka nabýt dojmu, že autorce je daná problematika cizí, netýká se jí a odmítá tvrzení, že tento názor či problém se týká i jí. Užívání 1. osoby v plurálu můžeme považovat za druh empatie. Autorky se nestaví do role vyšší autority, identifikují se s názory žen. Nepřímo hlásí: Jsme jedny z vás. Mají podobné problémy, starosti a zajímají je stejná témata.

Bojkot pyžam

*Muži to většinou dělají rádi, **ale my ženy se trochu stydíme**. Zbytečně.⁵⁵*

*Není mi v téhle poloze vidět ten špek? Oholila jsem si nohy? Na starosti, které mají při sexu muži, radši ani nemyslet – a čím víc se soustředí, tím víc to hrozí malérem. Podle Martyho Kleina totiž **dáváme sexu i další, falešné cíle**. Třeba potvrzení, že **jsme dostatečně sexy** (nejdřív v pubertě, když ještě vůbec nevíme, jak si stojíme, a potom cca o pět let později, když si začneme připadat příšerně staří).⁵⁶*

⁵⁵ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁵⁶ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

Dneska si můžeme vybrat, s kým chceme prožít své „navždy“. Ale právě o to cennější je pak naše rozhodnutí. Není totiž vynucené. Je dobrovolné, a proto má cenu zlata.⁵⁷

Psychologové se shodují, že srovnávání s otcem neunikne žádný muž, který nám padne do oka. Přitom o tom nemusíme vědět ani my sami.⁵⁸

Když si v restauraci vybíráme ze třiceti jídel, tápeme. Se vztahy je to dnes podobné, svoboda nás ničí.⁵⁹

⁵⁷ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

⁵⁸ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

⁵⁹ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

3.3.2 Lexikální rovina

Partnerské články v *Marianne* jsou psané spisovným jazykem, ale vyskytují se zde i jazykové prvky z jiné stylové vrstvy. V lexikálním rozboru jsou zmíněny nejčastější jazykové jevy v *Marianne* v této jazykové rovině.

Lexémy s odlišným příznakem expresivnosti

Rozlišujeme lexikum kladně zbarvené a záporně zbarvené. **Pejorativa** jsou v oblasti záporných lidských vlastností a nešvarů – *flákač*, *hysterka*, *mrcha*, a další např. *bordel*, *poštěkala*.

*Možná máte ve svém okolí také nějakého opilce bez sebeovládání, hysterku, chronického lenocha, nezodpovědného flákače, žárlivou stíhačku nebo přemoudřelou ředitelku zeměkoule, která svého partnera peskuje jako dítě. A všichni tito dobráci mají ve vztahu jeden nedotknutelný argument: posvátnost celoživotního manželství. „Kdybys ode mě odešel (odešla), jsi zrádce (mrcha), slibil(a) jsi mi přece lásku a věrnost na celý život!“*⁶⁰

Autorka v úryvku užívá pejorativních označení lidských nešvarů. Dává tím najevo svůj postoj k určitým lidským charakterovým typům a daná problematika nabývá na autentičnosti. Působilo by neadekvátně, pokud by autorka místo pejorativ užila deminutiva, případně odborné termíny. Zajímavá je genderová vyváženost. Nezaměřuje se pouze na mužské negativní vlastnosti, ale je si vědoma i ženských negativních vlastností. Autorka jmenuje od obou pohlaví stejný počet negativních vlastností, tím nepřímou říká, že jsme jenom lidé a jak muži, tak ženy mají své kladné i záporné vlastnosti. Neuvádí tvrzení, že by jedno pohlaví bylo v tomto ohledu nějakým způsobem zvýhodněné. Toho si lze všimnout i u přímé řeči, ve které autorka uvádí jazykové varianty jak v maskulinu, tak ve femininu. Z mužských nešvarů autorka jmenuje alkoholismus, lenost, flegmaticnost a z ženských hysterii, žárlivost, autoritativnost. Podle mého názoru vybrala autorka nejčastější negativní vlastnosti obou pohlaví.

⁶⁰ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

„Podle mě mají lidi dneska v životě totální bordel, s prominutím,“ shrnula to pěkně od plic v jedné internetové diskuzi na toto téma uživatelka s přezdívkou Cuarentenka. „V minulosti to bylo jasné: pokud chtěl někdo založit rodinu, musel se finančně zabezpečit nebo mít dobré místo, oženil se, děti se braly jako samozřejmost.“⁶¹

Autorka článku cituje příspěvek z nejmenované internetové diskuze na téma svatba. Uživatelka použila pejorativní označení pro nepořádek, tím nejen konstatovala svůj názor a postoj, ale významově zvýšila apelativnost daného sdělení, které může přimět čtenáře k zamyšlení nad svým životem. Tím, že je pejorativum v přímé řeči, nepůsobí nikterak nápadně, naopak přidává na autenticitě tvrzení. Čtenářka může nabýt dojmu, že toto řekla reálná žena.

Z oblasti kladně zabarvených lexémů jsou zastoupeny **eufemismy** – *zpozdlilý staromilec*.

*Některé mé radikálnější kamarádky mě mají **zpozdlilého staromilce**, ale moc nevěřím na to, že mužům, ženám a vztahům mezi nimi prospívá, když dělají všechno na půl.*⁶²

V úryvku dochází ke zjemnění výrazu, který zastupuje eufemismus *zpozdlilý staromilec*. Domnívám se, že je zde eufemismus použit z toho důvodu, aby se některá ze čtenářek neurazila, pokud by sdílela stejný názor.

Lexikální prvky uměleckého stylu

V úryvcích článků můžeme nalézt **přirovnání** – *jeho přítomnost doma jsem vnímala jako svátek, má cenu zlata, sexuální život dvojice může zrát jako víno*

*Když si v restauraci vybíráme ze třiceti jídel, tápeme. Se vztahy je to dnes podobné, svoboda nás ničí.*⁶³

Autorka nepřímou odkazuje k minulosti, kdy sňatky byly předem domluvené a člověk se nemohl svobodně rozhodnout, s kým stráví zbytek svého života. Dnes máme osud ve svých rukou. Autorka přirovnává tuto vztahovou svobodu a výběr partnera k jídelníčku

⁶¹ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

⁶² WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

⁶³ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

v restauraci. Vždy se člověk logicky snáze rozhoduje, pokud má na výběr z menšího počtu objektů. Někdy se člověk lehce rozhodne, ale autorka upozorňuje a nepřímo odkazuje na přísloví: Tak dlouho vybíral, až přebral. Srovnávání vztahů s jídlem může odkazovat k primárním biologickým potřebám.

„Trvalo mi deset let, než se mi podařilo pochopit, že se mám na hony vyhýbat mužům, co mají velké svaly, silné řeči a spoustu kamarádů a nejspíš i nějaké milenky, s nimiž tráví čas. Můj táta byl přesně takový a máma trpěla. Jenže já jako malá holka jsem jeho přítomnost doma vnímala jako svátek, na který jsem se těšila.“⁶⁴

Autorka přikládá k dané tematice reálný příběh své přítelkyně. Příběh působí autenticky, protože autorka využívá přímé řeči a hovorových výrazů. Přítelkyně nejprve charakterizuje výčtem vlastností svého otce a uvádí svůj negativní postoj k mužům, kteří jsou mu charakterově podobní. Otec nebýval často doma a autorčina přítelkyně přirovnává jeho přítomnost doma k svátku, na který se těšila. Z toho lze interpretovat, že i přes fakt, že otec svou dceru časově zanedbával, ona mu to neměla za zlé a vždy se na něj těšila. Přirovnání ke svátečnímu dni odkazuje k velké časové prodlevě mezi jednotlivými setkáními a lze jej považovat za cosi výjimečného.

„Sexuální život dvojice může zrát jako víno, ale je nutné se naučit i o těchto věcech otevřeně mluvit. Tedy jde o to, naslouchat si, nebát se svěřit s tím, co vám právě teď vyhovuje a co ne. Jen tak lze zabránit zkresleným představám partnerů o sobě, vztahu a aktuálním sexuálním životě,“ shrnuje běžné starosti doktorka Mullerová.⁶⁵

Autorka v úryvku uvádí názor odborníka k dané problematice. Doktorka přirovnává *sexuální život partnerů k vínu a jeho zrání*. Odkazuje k tomu, že partnerský vztah se v časovém úseku vyvíjí a může zlepšovat svou kvalitu. Cestou k tomuto vztahovému vývoji je podle doktorky otevřenost, důvěra a naslouchání.

Výrazy **s přeneseným významem** – *vosí pas, padnout do oka, silné řeči, vyhýbat se na hony, je na čase nalít si čistého vína*. Lexikální prvky uměleckého stylu slouží v Marianne k zaujetí čtenáře a zpestření daného tématu.

⁶⁴ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

⁶⁵ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

Nedávno jsem někde četla anketu, v níž se muži svěřovali, jak se podle nich pozná skvělá milenka. Kupodivu nikdo z nich nejmenoval atributy typu „dlouhé vlnité vlasy“ a „vosí pas“. Dojemně se shodli na tom, že je to ta, která si „to“ umí užít bez stresu a bez obav...⁶⁶

Autorka se zaměřila na atributy charakterizující ideální milenku. Je překvapena zjištěním, že nikdo z mužů neuvedl atributy charakterizující fyzický vzhled. Z nich jmenuje *dlouhé vlnité vlasy* a *úzký pas*, který v přeneseném významu na základě vnější podobnosti označuje adjektivem *vosí*. Tento výraz je známý a hojně užívaný.

„Nedávno jsem se šíleně opila na svatbě jedné kolegyně. Ale kdybych se jen opila, já se úplně znemožnila,“ začala se svěřováním moje jednatřicetiletá kamarádka Linda. „Všechno bylo fajn až do chvíle, kdy se házela svatební kytice. Tak moc jsem si ji přála chytit – a taky jsem ji chytla. Byla jsem nadšená. Jenže přítel výrazně míň. Pronesl pár ironických poznámek na téma svatba, já to neustála a přede všemi se s ním pošťkala. Křičela jsem na něj, jestli mě hodlá vůbec někdy požádat o ruku a že všichni kolem se postupně žení, vdávají, mají děti, a my nic.“⁶⁷

Autorčina přítelkyně vypráví příběh ze svatby. Příběh vyprávěný v přímé řeči má výrazné emotivní rysy, zejména v oblasti verb (přála, byla jsem nadšená, křičela), kde zmíníme verbum s přeneseným významem *pošťkala*. Je charakteristické mírou expresivity, která vyprávění dramatizuje a graduje děj. Čtenář si lépe interpretuje fakt, že se jednalo o výraznou a zásadní výměnu názorů na téma svatba, která vygradovala hádkou mezi mužem a ženou.

⁶⁶ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁶⁷ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

Idiom – *padnout do oka*

*Psychologové se shodují, že srovnávání s otcem neunikne žádný muž, který nám **padne do oka**.*⁶⁸

Autorka užila idiomu *padnout do oka*, což znamená zalíbit se, být sympatický. Opět tento prostředek slouží ke zpestření textu.

Příslloví – *Je na čase nalít si čistého vína*

***Je na čase nalít si čistého vína:** ideál není dostupný pro všechny. I proto je to ideál. Na budování života ve dvojici jsou potřeba dva.*⁶⁹

Autorka použila přísloví, a tím docílila zpestření textu a patřičné dramatickosti. Příklad znamená, že je potřeba říci pravdu jako holý fakt, který je následně konstatován. Tím, že autorka použila přísloví, připravila čtenáře na to, že bude následovat tvrzení, které nemusí na čtenáře psychicky dobře působit. Čtenář po jeho přečtení může ztratit iluzi o tom, že bude žít v ideálním vztahu.

Hovorové výrazy

Hovorové výrazy v Marianne jsou z oblasti rodinného prostředí a mezilidských vztahů – *táta, máma, kamarádů*, z čehož lze interpretovat citový vztah autora k těmto lidem, dále – *dneska, historka*. Užívají se zejména v přímé řeči, kde přidávají na autentičnosti výpovědi a přibližují ji soukromé mluvě čtenářů. Můžeme to považovat za pokus o minimalizaci rozdílů mezi psanou a mluvenou formou jazyka.

*„Trvalo mi deset let, než se mi podařilo pochopit, že se mám na hony vyhýbat mužům, co mají velké svaly, silné řeči a spoustu **kamarádů** a nejspíš i nějaké milenky, s nimiž tráví čas. Můj **táta** byl přesně takový a **máma** trpěla. Jenže já jako malá holka jsem jeho přítomnost doma vnímala jako svátek, na který jsem se těšila. On navíc míval často výčitky, takže mi pak nosil dárky. Stejně tak mí partneři, asi proto se mi líbili,“ říká*

⁶⁸ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

⁶⁹ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

pětatřicetiletá Silvie, která se nyní snaží zvyknout si na poněkud nudného, ale hodného učitele češtiny.⁷⁰

„Nedávno jsem se šíleně opila na svatbě jedné kolegyně. Ale kdybych se jen opila, já se úplně znemožnila,“ začala se svěřováním moje jednatřicetiletá **kamarádka** Linda.⁷¹

Zatímco na začátku vztahu je pořád o čem mluvit a kolikrát máme nutkání vyprávět omlétou, dvacet let **starou** historku ze základní školy i ve čtyři ráno, po čase to začíná drhnout. Proměna ve znuděný pár začíná pomalu a nenápadně, pro mnoho párů je ale fatální.⁷²

„**Dneska** už je přece jiná doba.“ – Tak zní nejčastější odpověď na otázku, jestli je stále ještě možné se vdát a zažít „happily ever after“. Někdo odpovídá smutně, se steskem po starých krásných časech celoživotních svazků. Někdo s úlevou, protože se mu povedlo uniknout ze vztahu, který ho tížil. A jak to máte vy?⁷³

Cizí výrazy

Cizí výrazy pocházejí z angličtiny. V úryvcích jsou zmíněny vlastní jména – *Carrie*, *Aidan*, přezdívka – *Cuarentka*, pravidlo – *fifty fifty* (padesát na padesát), klišé – *happily ever after* (šťastní až do smrti). Cizí výrazy mohou být v jistých aspektech diskriminační vzhledem k tomu, že ne všechny čtenářky jim musí rozumět. Z toho důvodu se v *Marianne* vyskytují v minimální míře.

Termíny

Termíny se ve vybraných úryvcích vyskytují v minimální míře. Lze zmínit termíny z oblasti sexuologie – *klitoris*, *sex koučka*, počítačových programů – *excel*.

⁷⁰ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

⁷¹ HORVÁTH ŠOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

⁷² WALEROVÁ, Radka. Pomoc, nemáme si co říct. *Marianne*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 40 - 41.

⁷³ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

3.3.3 Syntaktická rovina

V úryvcích se často vyskytuje **přímá řeč**. Přímá řeč obohacuje text, odkazuje k reálným příběhům a k reálným ženám.

„Všechno bylo fajn až do chvíle, kdy se házela svatební kytice. Tak moc jsem si ji přála chytit – a taky jsem ji chytla. Byla jsem nadšená. Jenže přítel výrazně míň. Pronesl pár ironických poznámek na téma svatba, já to neustála a přede všemi se s ním pošťkala. Křičela jsem na něj, jestli mě hodlá vůbec někdy požádat o ruku a že všichni kolem se postupně žení, vdávají, mají děti, a my nic. U nás se po šesti letech vztahu svatba neplánuje a nezdá se, že se to v brzké době změní. Jako bychom pořád byli dva studenti, co chtějí hlavně cestovat a pařit.“⁷⁴

Autorka k článku dodává příběh ze svatby, který jí vyprávěla její přítelkyně. Čtenáři se naskytne reálný pohled na situaci, která se na události stala. Na svatbě házela nevěsta svatební kytici do davu svobodných žen. Podle tradice žena, která chytí kytici do vlastních rukou, se do roka vdá. Vypravěčka příběhu se stala tou vyvolenou ženou a kytici chytla. Popisuje své pocity nadšení, avšak rovněž konstatuje fakt, že přítel, který jí na svatbu doprovázel, nebyl nadšený. Nastává genderových kontrast pohledů na svatbu. Žena touží po uzavření sňatku a rodinném životě, ale muž se závazku obává a na svou obranu jej ironizuje. Z kontextu vyplývá, že žena byla překvapena a zároveň společensky ponížena. Situaci psychicky nezvládla a s mužem se pohádala. Touží po dalším vývojovém stupni partnerského vztahu a své argumenty podkládá odkazy na jiné páry, které sňatek uzavřely. Vyprávění v přímé řeči působí na čtenáře poutavě, dokáže se do dané situace vžít a lépe se nad problematikou zamyslet. Autorka docílí efektu, že žena vypráví ženě.

„Nikdy nebudu chodit s mužem, který vypadá jako můj otec. A který pije. Vadilo mi i občasná napití. Můj táta byl těžký alkoholik, takže tam je souvislost jasná.“⁷⁵

Autorka odkazuje na téma rodinného zázemí, které formuje naši osobnost a náš pohled na svět. Rodič je pro člověka vzorem v pozitivním i negativním slova smyslu. Tento

⁷⁴ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

⁷⁵ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

příběh dokládá zážitek přítelkyně autorky. Otec byl alkoholik, což ovlivnilo i její pohled na muže. Vypravěčka obhájí svůj negativní postoj k mužům, kteří pijí alkohol. Zážitky podané formou vyprávění v ich-formě nabývají reálného pohledu a jejich účinek na čtenáře je vyšší než při pouhém konstatování autorky, že ženy, jejichž otec byl alkoholik, nemohou žít s mužem, který také pije alkohol. Vyprávění si mimo jiné může přečíst i čtenář, který má podobné zkušenosti a může nabýt dojmu, že není sám, kdo se potýká s tímto problémem.

„Trvalo mi deset let, než se mi podařilo pochopit, že se mám na hony vyhýbat mužům, co mají velké svaly, silné řeči a spoustu kamarádů a nejspíš i nějaké milenky, s nimiž tráví čas. Můj táta byl přesně takový a máma trpěla. Jenže já jako malá holka jsem jeho přítomnost doma vnímala jako svátek, na který jsem se těšila. On navíc míval často výčitky, takže mi pak nosil dárky. Stejně tak mí partneři, asi proto se mi líbili,“ říká pětatřicetiletá Silvie, která se nyní snaží zvyknout si na poněkud nudného, ale hodného učitele češtiny.⁷⁶

Další z příběhů, týkající se rodinného zázemí a jeho následný vliv na budoucí partnerský život jedince. Autorka opět odkazuje na příběh své přítelkyně, která si zpočátku neuvědomovala vliv otce na její výběr partnera. Z kontextu lze vyvodit, že nejdříve vyhledávala muže, kteří jí podvědomě připomínali jejího otce. Svě prohřešky materiálně omlouvali, což se vypravěčce líbilo, ale citově strádala. Může to odkazovat k tomu, že hledala nenaplněnou otcovskou lásku. V dětství si otcova negativa plně neuvědomovala, ale v pozdějším věku, v souvislosti se nabytými zkušenostmi s muži, si uvědomila, jak matka trpěla. Autorka nabízí další reálný pohled na nevědomé faktory, ovlivňující výběr životního partnera. Přímá řeč opět upoutává čtenáře a má vyšší citový dosah než pouhé konstatování či statistický údaj.

Zajímavostí je polopřímá řeč, která se vyskytla v úryvcích z Marianne. Naskytuje vhled do ženských myšlenek při sexu, konkrétně hledání vlastních

⁷⁶ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

nedostatků, které primárně směřují k fyzickému vzhledu. Tyto myšlenky mohou mít negativní vliv na uvolnění ženy.

*Není mi v téhle poloze vidět ten špek? Oholila jsem si nohy?*⁷⁷

Opakovaně se v textu objevují **apoziopeze**. Domnívám se, že autorky užívají apoziopezí z několika důvodů. Mohou docílit zjemnění daného sdělení, kdy si čtenář nepříjemnou informaci domyslí. Dalším efektem apoziopezí na čtenáře je napětí, očekávání či následné rozzuzlení daného tématu nebo příběhu. Zároveň se dává čtenáři prostor k interpretaci sdělení. Autorky svým způsobem dávají čtenáři možnost otevřeného textu, ve kterém plnohodnotně nesdělují svůj názor.

*Ve studii Rovnoprávnost, domácí práce a četnost sexu v manželství, kterou otiskl renomovaný časopis American Sociological Review, dokonce uvedli přesná čísla – páry, které se drží tradičnějšího rozdělení rolí, spolu spí týdně v průměru 1,5 krát více než páry, kde se jede podle pravidla fifty fifty. To by možná neznělo tak dramaticky, dokud si neuvědomíte, že průměrný pár spolu spí zhruba jednou až dvakrát týdně. **A dva minus skoro dva je...ehmn.***⁷⁸

*Sex vás baví, ale orgasmus ne a ne přijít? To je běžná situace. Podle různých výzkumů nemívá orgasmus při styku 70-80% žen. **Smůla je, že o ženský orgasmus stojí i muži...** A tak jim ho prostě sem tam předvedete.*⁷⁹

*Nedávno jsem někde četla anketu, v níž se muži svěřovali, jak se podle nich pozná skvělá milenka. Kupodivu nikdo z nich nejmenoval atributy typu „dlouhé vlnité vlasy“ a „vosí pas“. **Dojemně se shodli na tom, že je to ta, která si „to“ umí užít bez stresu a bez obav...***⁸⁰

Vzpomínáte si na Carrie v Sexu ve městě, jak dostala alergickou kožní reakci na svatební šaty poté, co ji Aidan požádal o ruku? Ta samá Carrie se pak po několik sezon

⁷⁷ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁷⁸ WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

⁷⁹ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁸⁰ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

*a jeden film později nechala ztrapnit Božským, jenž si pár okamžiků před obřadem celou svatbu rozmyslel...*⁸¹

V textech lze nalézt **řečnické otázky**, které nejčastěji vedou čtenáře k zamyšlení a ujasnění si vlastního názoru.

*Dneska se chlapi jaksí nemusejí zavazovat manželstvím, protože mají sex zadarmo. Nač by se teda hrnuli do toho, aby poskytovali ženě nějaká pozitiva v podobě bydlení, materiálního zabezpečení, nebo dokonce dětí?*⁸²

Úryvek ukazuje poněkud radikálnější názor na pohled mužů na svatbu. Řečnická otázka má ironický až sarkastický podtext, zároveň se může jednat o formu ataku na muže a dožadování se nápravy. Čtenářka by mohla text interpretovat tím způsobem, že pokud muži odepře sex, může z toho čerpat pozitiva. Autorka zde, podle mého názoru nejspíš nevědomky, líčí ženy jako materialistky, což zřejmě nemělo být účelem tohoto sdělení. I přesto, že se jedná o řečnickou otázku, nutí k zamyšlení u obou pohlaví.

*Sex vás baví, ale orgasmus ne a ne přijít? To je běžná situace. Podle různých výzkumů nemívá orgasmus při styku 70-80% žen. Smůla je, že o ženský orgasmus stojí i muži... A tak jim ho prostě sem tam předvedete. Z tohoto kruhu se ale těžko vystupuje, a předstírat celý život?*⁸³

Prožitek versus předstírání. Autorčino zamyšlení nad problémem většiny žen, což podkládá různými výzkumy, vrcholí řečnickou otázkou, která může oslovit čtenářky a přimět je k zamyšlení, zda v rámci sexuálního života zvítězí ukojení vlastní touhy, či partnerovy touhy. Mnoho žen může přimět k tomu, že si s partnerem o tomto problému promluví. Z úryvku lze interpretovat, že ženy jsou obětavé a často je jejich cílem uspokojení partnera, ale možná také, že nechtějí ranit mužské ego.

⁸¹ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

⁸² HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

⁸³ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

V Marianne nahrazují **středníky dvojtečkami a pomlčkami**. Jedná se spíše o grafickou záležitost, která graduje text a odděluje ho od hlavní tematické myšlenky, případně upřesňuje informace, které již byly sděleny.

Ve studii Rovnoprávnost, domácí práce a četnost sexu v manželství, kterou otiskl renomovaný časopis American Sociological Review, dokonce uvedli přesná čísla – páry, které se drží tradičnějšího rozdělení rolí, spolu spí týdně v průměru 1,5 krát více než páry, kde se jede podle pravidla fifty fifty.⁸⁴

Není mi v téhle poloze vidět ten špek? Oholila jsem si nohy? Na starosti, které mají při sexu muži, radši ani nemyslet – a čím víc se soustředí, tím víc to hrozí malérem.⁸⁵

„Dneska už je přece jiná doba.“ – Tak zní nejčastější odpověď na otázku, jestli je stále ještě možné se vdát a zažít „happily ever after.“⁸⁶

Je na čase nalít si čistého vína: ideál není dostupný pro všechny. I proto je to ideál. Na budování života ve dvojici jsou potřeba dva.⁸⁷

Velmi často se v textech objevují **zvolací a tázací věty**.

Rozdělili jste si domácí práce přesně napůl? Jeden děti vodí do školy, druhý vyzvedává, oba společně platíte hypotéku a na venčení psa máte tabulku v excelu, aby náhodou jeden nevstával na ranní vycházky častěji než druhý?⁸⁸

Psychologové se shodují, že srovnávání s otcem neunikne žádný muž, který nám padne do oka. Přitom o tom nemusíme vědět ani my samy. Schválně, hledala jste tátovu kopii, nebo jste se vědomě zařekla, že to musí být přesný opak?⁸⁹

Tento emocionální syntaktický podtext je způsobený tím, že ženy jsou citlivější než muži. Zajímá je názor druhého osoby, častěji pokládají doplňující otázky, protože se

⁸⁴ WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. Marianne. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

⁸⁵ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. Marianne. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68 - 69.

⁸⁶ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. Marianne. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36 - 38.

⁸⁷ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. Marianne. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36 - 38.

⁸⁸ WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. Marianne. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

⁸⁹ WALEROVÁ, Radka. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. Marianne. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68 - 70.

v určitých chvílích nespokojí jen se strohou odpovědí. Tázací věty mohou využít k posílení role čtenáře v komunikačním procesu a k udržení kontaktu s ním. Čtenář se následně může nad danou problematikou zamyslet a vnitřní řečí si na otázku odpovědět. Otázkami se i výrazně zvyšuje dynamičnost textu. Čtenář nemá pocit, že čte jednolitý text, ve kterém převládá monolog.

3.3.4 Stylistická rovina

V rámci stylistické roviny převažuje publicistický styl. Velmi často se objevují prvky stylu **úvahového**

„Dneska už je přece jiná doba.“ – Tak zní nejčastější odpověď na otázku, jestli je stále ještě možné se vdát a zažít „happily ever after“. Někdo odpovídá smutně, se steskem po starých krásných časech celoživotních svazků. Někdo s úlevou, protože se mu povedlo uniknout ze vztahu, který ho tížil. A jak to máte vy?⁹⁰

prostě sdělovacího

Zatímco na začátku vztahu je pořád o čem mluvit a kolikrát máme nutkání vyprávět omlétou, dvacet let starou historku ze základní školy i ve čtyři ráno, po čase to začíná drhnout.⁹¹

prakticko-odborného

Touha totiž nějak tajuplně souvisí s teplem, a to hlavně od nohou. Pořídte si příjemné (byť poněkud asexuální) teplé ponožky a večer je nesundávejte z nohou. Sex koučka Julie Gaia Poupětová radí i drobné vylepšení: „Masáž teplým olejíčkem se zaměřením nejen na veliké části chodidla, ale i na meziprstí je specialitou opravdu zkušených milenců, kteří dobře vědí, že vnitřní klenba chodidla je propojena s klitorisem.“⁹²

Žánrově se jedná o tematické články. **Tématy** jsou partnerské vztahy, konkrétně témata sexu, svatby, hledání partnera, partnerská komunikace, vztah, rozchod, nevěra. U textů převládá **funkce zábavná**.

Není mi v téhle poloze vidět ten špek? Oholila jsem si nohy? Na starosti, které mají při sexu muži, radši ani nemyslet – a čím víc se soustředí, tím víc to hrozí malérem. Podle Martyho Kleina totiž dáváme sexu i další, falešné cíle. Třeba potvrzení, že jsme dostatečně sexy (nejdřív v pubertě, když ještě vůbec nevíme, jak si stojíme, a potom cca o pět let později, když si začneme připadat příšerně staří).⁹³

⁹⁰ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

⁹¹ WALEROVÁ, Radka. Pomoc, nemáme si co říct. *Marianne*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 40-41.

⁹² KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁹³ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

informační

Ve studii Rovnoprávnost, domácí práce a četnost sexu v manželství, kterou otiskl renomovaný časopis American Sociological Review, dokonce uvedli přesná čísla – páry, které se drží tradičnějšího rozdělení rolí, spolu spí týdně v průměru 1,5 krát více než páry, kde se jede podle pravidla fifty fifty.⁹⁴

persvazivní

Možná máte ve svém okolí také nějakého opilce bez sebeovládání, hysterku, chronického lenocha, nezodpovědného flákače, žárlivou stíhačku nebo přemoudřelou ředitelku zeměkoule, která svého partnera peskuje jako dítě. A všichni tito dobráci mají ve vztahu jeden nedotknutelný argument: posvátnost celoživotního manželství. „Kdybys ode mě odešel (odešla), jsi zrádce (mrcha), slíbil(a) jsi mi přece lásku a věrnost na celý život!“ Jenže nenechme se mýlit, vztah na celý život přece vypadá jinak.⁹⁵

Adresátkami textů jsou ženy starší třiceti let. Partnerské články v *Marianne* jsou napsány v podstatě jednotným schématem. Článek začíná úvodem do dané problematiky, následuje příběh přítelkyně autorky, autorčin názor na danou problematiku, případně odkaz na vyšší autoritu, rozuzlení příběhu a závěr. V tomto ohledu jsou články velmi stereotypní a nekreativní.

Dalším používaným prvkem jsou **aluze a odkazy**, které ukazují pohled odborníka na danou problematiku, a tím mohou zvýšit persvazivní funkci textu a relevantnost informace. Odborníci jsou zmiňováni nejčastěji v oblasti sexu. To může být způsobeno tím, že ženy mohou být stydlivější a za sexuologem či sexuoložkou by osobně se svým problémem nešly. Tímto způsobem vycházejí autorky čtenářkám vstříc a informace jim zprostředkovávají.

Sexuoložka Jana Mullerová radí: nestyd'te se mluvit! „Sexuální život dvojice může zrát jako víno, ale je nutné se naučit i o těchto věcech otevřeně mluvit. Tedy jde o to, naslouchat si, nebát se svěřit s tím, co vám právě teď vyhovuje a co ne. Jen tak lze

⁹⁴ WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

⁹⁵ KAMBERSKÁ, Karolína. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

zabránit zkresleným představám partnerů o sobě, vztahu a aktuálním sexuálním životě,“ shrnuje běžné starosti doktorka Mullerová.⁹⁶

Sexuoložka vychází z praxe a odpovídá na běžné dotazy, které mohou ženy trápit. Ženy mohou mít problém hovořit o svých sexuálních komplikacích. Tím, že autorka zprostředkovává rady od sexuoložky, může čtenářkám pomoci nalézt odvahu a svěřit se o svém problému partnerovi.

Sex koučka Julie Gaia Poupětová radí i drobné vylepšení: „Masáž teplým olejíčkem se zaměřením nejen na veliké části chodidla, ale i na mezíprstí je specialitou opravdu zkušených milenců, kteří dobře vědí, že vnitřní klenba chodidla je propojena s klitorisem.“⁹⁷

Rady, tipy a doporučení – velmi typický rys časopisů pro ženy. V Marianne tomu není jinak. Některé ženy rády zkusí nové věci a zvláště v oblasti módy, líčení, vaření a sexu. Na účinku a vážnosti textu se podílí fakt, že radí odborník v určité oblasti.

Strach ze závazků reflektují i oblíbené seriály. Vzpomínáte si na Carrie v Sexu ve městě, jak dostala alergickou kožní reakci na svatební šaty poté, co ji Aidan požádal o ruku? Ta samá Carrie se pak po několika sezon a jeden film později nechala ztrapnit Božským, jenž si pár okamžiků před obřadem celou svatbu rozmyslel...⁹⁸

Autorka v textu odkazuje na oblíbený seriál Sex ve městě, který zmiňuje v kontextu strachu ze svatby a celkově závazků. Postava Carrie může být pro některé čtenářky modlou a tím, že se v úryvku pojednává o jejích problémech a starostech, může čtenářka nabýt dojmu, že nejen ona má trápení. Autorka přibližuje postavu reálnému životu.

Ve studii Rovnoprávnost, domácí práce a četnost sexu v manželství, kterou otiskl renomovaný časopis American Sociological Review, dokonce uvedli přesná čísla – páry,

⁹⁶ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁹⁷ KAMBERSKÁ, Karolína. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69.

⁹⁸ HORVÁTH SOURALOVÁ, Ivona. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

*které se drží tradičnějšího rozdělení rolí, spolu spí týdně v průměru 1,5 krát více než páry, kde se jede podle pravidla fifty fifty.*⁹⁹

Odkaz na studii komentující genderovou inovaci, která spočívá ve spravedlivém rozdělení domácích prací u ženy a muže. Autorka odkazuje na studii, která uvádí údaje o tom, že takové rozdělení neprospívá sexuálnímu životu páru. Čtenářka může odkaz interpretovat jako propagaci genderového stereotypu žena v domácnosti.

⁹⁹ WALEROVÁ, Radka. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

3.4 Jazyk a Maxim

V přílohách F, G, H, CH, I jsou uvedeny ukázky z článků, vystihující pohled na daná témata.

3.4.1 Morfologická rovina

Zhlediska morfologické roviny nedochází ve vybraných člancích s partnerskou tematikou k odchylkám od spisovné normy. Při oslovování čtenáře se užívá **vykání**, čímž se mu projevuje úcta a zájem o něj. Autoři článků přistupují k tématům velmi otevřeně a často se snaží se čtenáři ztotožnit, i přesto užívají vykání. Působí poněkud absurdně, když se v úryvku čtenáři vyká a zároveň se hovoří o „šukání“, čtenářově nevěře či komplexech. Lze to interpretovat jako jistou formu domněnky (může se to čtenáře týkat, ale také nemusí). Tykání působí více konkrétněji a důvěrněji (ty a nikdo jiný).

O závislosti na sexu píšeme v Maximu opakovaně. Viz třeba článek Jebaholici v dubnu 2010. Co s tím furt máme? Možná je v pozadí osobní problém. Jsme závislí na sexu (stejně jako vy!) a zajímá nás proč.¹⁰⁰

*Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství **vás** kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s **vámi** proto nechtěly nic mít...Nebo jste dívka s velkým zadkem, malými prsy a špekem na břiše, která moc krásy nepobrala.¹⁰¹*

***Umíte** si představit, jak děsivým místem k životu by byl svět, kdybyste si s partnerkou navzájem „viděli do hlavy“?¹⁰²*

*Partnerka by okamžitě poznala nejen **vaši** nevěru, ale už samotnou „nevinou“ touhu být jí nevěrný. Pak by **vám** samozřejmě zakázala číst Maxim a snít o sexu se všemi těmi nádhernými ženami z našich stránek.¹⁰³*

¹⁰⁰ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁰¹ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁰² BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

¹⁰³ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

3.4.2 Lexikální rovina

Lexikální rovina ve vybraných článcích s partnerskou tematikou je velmi stylově pestrá. Partnerské články v Maximu jsou z velké části psané spisovným jazykem, ale vyskytují se zde i jazykové prvky z jiné stylové vrstvy. V lexikálním rozboru jsou zmíněny nejčastější jazykové jevy v Maximu v této rovině.

Lexémy s odlišnými příznaky expresivnosti

Rozlišujeme lexémy kladně a záporně zabarvené. V úryvcích s partnerskou tematikou z Maximu převládají záporně zabarvené lexémy. **Pejorativa a vulgarismy** jsou v oblasti sexuality – *šukají, nerozdal, dá, ojíždějí, zanášet, nešuká*, záporných lidských vlastností a nešvarů – *hlupák, debil, děvkař, běhna, hysterka, kompenzáci, blbá* a další např. *pupek, funus, prachy, levárny, mindráky*.

Mimochodem, hypersexualita se často pojí s emoční nestabilitou, impulzivitou a neschopností ovládat emoce. Právě proto se ostatně říká, že „nejlíp šukají hysterky“.¹⁰⁴

Použití termínů může odkazovat k tomu, že text bude psaný v odborném stylu. V následující větě je však tato stylizace narušena vulgarismy, a tím vzniká jazykový kontrast. Čtenář je zpočátku odborně poučený, a následně je daná problematika shrnuta ve slovním spojení v uvozovkách. Hypersexualita koresponduje s výrazem *šukají* a emoční nestabilitu, impulzivitu a neschopnost ovládat emoce charakterizuje výraz *hysterka*. Výraz v uvozovkách může označovat, že se jedná o užívané spojení mezi muži. Není zde specifikováno mezi jakými muži se toto spojení užívá. Lze předpokládat, že se jedná o pravidelné čtenáře Maximu. Vulgarismus *šukat* hanlivě označuje pohlavní styk. Protože se jedná o slovo s příznakem expresivnosti, nelze uvažovat nad tím, že autor má k aktu neutrální postoj. Může to znamenat, že sex u hypersexuála považuje za biologickou potřebu, jejímž jediným cílem je uspokojení bez citového naplnění. U neutra je užito termínu, ale u feminina pejorativa. V textu to působí tak, že žena je méněcenným objektem mužské touhy.

¹⁰⁴ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

*Není ošklivá. – 12% Nešuká, a když ano, tak jenom za prachy. A když zadarmo, tak ne s vámi.*¹⁰⁵

Text je výňatkem z obrázku k problematice Jak si najít partnerku. Ženě se zpočátku lichotí konstatováním, že není ošklivá. To, že je zde užito záporu *není* a záporně hodnotícího adjektiva pro vzhled *ošklivá* může odkazovat k tomu, že se jedná o ženu s přijatelným vzhledem, ale ne natolik atraktivním, aby autor použil kladně hodnotícího adjektiva. Neuvažuje se zde o duševní kráse ženy. Jde pouze o její fyzický vzhled a o případnou možnost pohlavního styku. V textu je opět užito pejorativního označení pro pohlavní styk. Odkazuje to k pouhému uspokojení biologické potřeby. Autor následně předkládá dvě situace, které mohou nastat. První situací je frigidita ženy. Tím, že je toto konstatováno na prvním místě, můžeme se domnívat, že si autor myslí, že většina žen nejeví o sex zájem. Pokud ovšem jeví zájem o milostný akt, tak za finanční obnos. Toto ale lze interpretovat tak, že pokud je žena atraktivní a má zájem o sexuální život, tak to musí být prostitutka. Hanlivý postoj, který odkazuje k ženám jako k laciným objektům. V zápětí však autor předkládá možnost, že žena může jevit zájem o milostný akt bez finančního obnosu, čímž nepřímo konstatuje, že všechny ženy nejsou stejné a necharakterizuje je zastřešujícím pojmem prostitutky. Pokud tato situace nastane, tak autor konstatuje, že žena nebude mít o čtenáře zájem. Z jedné perspektivy to lze interpretovat jako prvek černého humoru, na druhou stranu jako urážku čtenáře, především tedy jeho ega.

*„Zahnul jsem ti, protože mám vysoké libido,“ nezní zdaleka tak dobře jako „Zahnul jsem ti, protože u mě lékaři diagnostikovali závislost na sexu.“*¹⁰⁶

Úryvek pojednává o nevěře, která je pejorativně označována verbem *zahnul jsem*, tím se tématu nevěry ubírá na vážnosti. Verbum *zahnul jsem* totiž lze užít i například pro popis pěší cesty či cesty autem. V textu je užito přímé řeči, což přidává na autentičnosti

¹⁰⁵ Můžete potkat ideální ženu? In: *Maxim* [online]. 2014, 12.12.2014 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.maxim.cz/maxim-radi/maxim-radi/muzete-potkat-idealni-zenu>

¹⁰⁶ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

situace, která má rysy vyprávění a působí velmi suverénně. Jedná se o přímé konstatování faktu. Neuvažuje se zde o tom, že nevěra je pro partnerství špatná a důvodem k rozchodu, nýbrž jako o činu, který se může stát každému člověku. V takovém případě pak záleží na interpretaci nevěry a jejím zdůvodnění. Autor nabízí čtenáři relevantní obhajobu nevěry. Zajímavým rysem je fakt, že se v článku hovoří o mužské nevěře. Nelze říci, že by ženy nebyly mužům nevěrné, ale nevěra ženy může pro muže představovat výraznou ránu pro jeho ego.

Hypersexuál si podobně neumí odříct neustálé oslovování žen (když se to umí ,dá' prý každá třetí až pátá), vysoký účet za rychlé připojení na FreeFoto a Xhamster a permanentku do swingersklubu.¹⁰⁷

V textu se charakterizují projevy hypersexuality. Opět se v úryvku vyskytuje jazykový kontrast. Nejprve se píše o oslovování žen. Slovní spojení *oslovit ženu* působí nosně a na úrovni. Následně však autor použije pejorativní označení sexu výrazem v uvozovkách *dá*, myšleno slangově, a už se nepíše o ženách, nýbrž o řadových číslovkách. Žena se opět stává objektem, tedy spíše pouhou číslovkou ve finálním počtu sexuálních partnerek. Ne každý muž ale dokáže ženu natolik zaujmout, že svolí k sexu každá třetí až pátá. Tím autor zpochybňuje relevantnost údajné statistiky, aby varoval muže před případným zklamáním z odmítnutí.

*Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství vás kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s vámi proto nechtěly nic mít...Nebo jste dívka s velkým zadkem, malými prsy a špekem na břicho, která moc krásy nepobrala. Každý z nás má v životě nějakou podobnou bolístku a kdo tvrdí, že ne, ten jich má hned několik. Vnitřně dospělý člověk nad tím mávne rukou, zatímco nezralý **hlupák** se snaží „všem ukázat“. Takoví **kompenzáci** pak své mindráky řeší workoholismem, **chlastáním, přežíráním** nebo třeba tím, že obsesivně balí a **ojždějí** další a další partnery.¹⁰⁸*

Autor se snaží ve čtenáři vzbudit empatii tím, že mu předkládá reálné situace z období dospívání, které jsou genderově vyvážené. Zajímavé je, že se jedná především o fyzické

¹⁰⁷ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. Maxim. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁰⁸ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. Maxim. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

nedostatky na kráse a méně o charakterové či inteligenční nedostatky. Opět je vzhled primárním měřítkem. Ve chvíli, kdy si čtenář připomene případný nepříjemný zážitek, následuje tvrzení, že mentálně vyspělý člověk na tyto zážitky zapomene. Pokud tyto zážitky v člověku přetrvávají, pejorativně ho nazývá *hlupákem* a výrazem *všem ukázat* v uvozovkách ironicky konstatuje jeho prostoduchost a formu kompenzace. Tyto jedince charakterizuje univerbizovaným výrazem v uvozovkách za *kompenzáky* a jejich kompenzační činnosti pejorativně označuje jako *chlastání, přežírání, balení, ojíždění*. Záporně zabarvené lexémy korespondují se vztahem autora k těmto lidem. Evidentně preferuje silné osobnosti, které se dokáží se svou minulostí vyrovnat.

*Když bude nositelkou mutace, je skvělá na nezávazný románek s častým a divokým sexem na neobvyklých místech. Když nositelkou mutace nebude, jde o ideální kandidátku na věrnou manželku, která vám nebude „zanášet“. Možná to ale zvládnete i bez testu. Mutaci genu DRD4 dědíme po rodičích. Pokud je tedy její otec **děvkař** a matka **běhna**, bude nejspíš taková i ona, a naopak. Ale pozor, platí to jen s určitou pravděpodobností.¹⁰⁹*

Muži podle Maximu preferují flirt a sex bez závazků. Tento fakt můžeme vydedukovat z hodnotícího adverbia *skvělá*. V nadcházející větě se píše o kandidátce na manželku, ovšem už bez hodnotícího adverbia *skvělá*, nýbrž ideální. Cítíme patrný jazykový rozdíl. Adverbium ideální je jakostní. V textu se objevuje téma nevěry, které zastupují pejorativní výrazy *zanášet, děvkař* a *běhna*. Autor mohl pouze konstatovat, že mutaci genu DRD4 dědíme po rodičích, ale on to dále specifikuje, čímž pejorativně označuje nevěrné rodiče. Stupňuje tím možnou partnerčinu nevěru, která je nepřijatelná a pro muže potupná.

Čte Cosmo. – Je úplně blbá.¹¹⁰

¹⁰⁹ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹¹⁰ Můžete potkat ideální ženu? In: *Maxim* [online]. 2014, 12.12. 2014 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.maxim.cz/maxim-radi/maxim-radi/muzete-potkat-idealni-zenu>

Úryvek je z obrázku Jak si najít partnerku. Autor tvrdí, že pokud čte žena lifestylový časopis *Cosmo* (míněno *Cosmopolitan*) není inteligentní. Zřejmě tyto čtenářky považuje za méněcenné a pejorativně je označuje za *blbé*. Záporné hodnocení inteligence je zdůrazněno adverbiem *úplně*, které v kontextu označuje slabomyslnost bez jakékoliv budoucí progrese. Důvodem může být fakt, že tematicky se časopis věnuje především módě, která není primárně mužským zájmem.

*Ženy se vdávají, protože chtějí mít potomky a rodinu. Muži zmámení sexem často začnou vidět svět jejich očima a přijmou ženské cíle za své. To jsou ty chvíle, kdy si o vás vaši kamarádi v hospodě začnou říkat, že se chováte jako **debil**. Muži mají své sny, cíle a zájmy. Po svatbě už na to není čas a jediným cílem je, aby byla vaše partnerka spokojená.¹¹¹*

Podle autora je pro ženy v partnerství cílem svatba, děti a rodina. Pro manipulaci s mužem a jeho myšlením využívají sex, který je pro muže natolik důležitý, že jejich cíle se následně ztotožní s těmi ženskými. Autor toto odsuzuje a apeluje na muže tím, že jeho přátelé, které hovorově označuje za *kamarády*, aby přiblížil čtenáři situaci, a tím více apeloval na vážnost situace, která může nastat, ho budou pejorativně označovat za *debila*. Tím autor nepřímou tvrdí, že ženské cíle jsou hloupé, svazující a neberou ohled na mužské postoje a zájmy. Svatba představuje zlom, před kterým autor varuje. S lehkou ironií konstatuje, že po svatbě je pouze jeden cíl, a tím je spokojenost partnerky.

*Má smysl pro humor. – Pije pivo, chodí na fotbal, nežárlí, čte Maxim a nevdá jí, že máte **pupek**.¹¹²*

V tomto úryvku je opomenutý fyzický vzhled, ale popisuje se duševní charakteristika ideální ženy, která ovšem nekoresponduje s typickými ženskými vlastnostmi, ale spíše s popisem nejlepšího přítele a zároveň čtenáře Maximu, o kterém se autor domnívá, že tento výčet charakteristik u žen preferuje. Dále se autor domnívá, že čtenář je po fyzické

¹¹¹ MARŠÁL, Adam. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. 2014, č. 5, s. 81-84.

¹¹² Můžete potkat ideální ženu? In: *Maxim* [online]. 2014, 12.12. 2014 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.maxim.cz/maxim-radi/maxim-radi/muzete-potkat-idealni-zenu>

stránce korpulentní, což působí urážlivě. Tuto domněnku předkládá na pejorativním slovním spojení *máte pupek*.

Z oblasti kladně zabarvených lexémů jsou zastoupena **deminutiva** – *babička, brouček, bolístka, románek*, **eufemismus** – *moc krásy nepobrala* (ošklivá žena)

*Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství vás kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s vámi proto nechtěly nic mít...Nebo jste dívka s velkým zadkem, malými prsy a špekem na břiše, která moc krásy nepobrala.*¹¹³

Paradoxně působí výběr autorových jazykových prostředků. Zpočátku užívá přímých charakteristik fyzických nedostatků na kráse jak u mužů, tak u žen. U mužů se zaměřuje pouze na příslušnost k vrstevnické skupině a na vizáž obličeje. U žen vybírá fyzické nedostatky na partiích, které jsou pro muže důležitým měřítkem (*zadek, prsa, břicho*). Tyto nedostatky konstatuje přímo, ale v závěru užívá eufemismu, což v rámci míry expresivity logicky odporuje tomu, co před tím konstatoval. Mohl napsat, že žena je ošklivá, ba dokonce mohl toto adjektivum vystupňovat. Místo toho ale použil eufemismus *moc krásy nepobrala*, čímž nepřímě závěrečně konstatuje, že se jedná o ošklivou ženu. Domnívám se, že eufemismu mohl použít z toho důvodu, že zpočátku nastínil situaci u opačného pohlaví, ale vzhledem k tomu, že nechtěl ženy svými tvrzeními urazit, použil jej pro zjemnění.

*Když spolu dva začnou chodit, dříve nebo později se vynoří zvědavá otázka: Kolik jich měl(a) přede mnou? Nejdříve to je jen taková **myšlenečka**. Postupně ale může mohutnět, až se z ní stane neúprosný mozkový červotoč. A nakonec musí ven.*¹¹⁴

Autor považuje počet bývalých partnerů za důležitý. Tuto otázku generalizuje pro celou společnost, a to tím, že píše tvar verba jak v maskulinu, tak ve femininu. Užívá deminutiva *myšlenečka*. V kontextu tím dosahuje gradace. Nejprve je problematika

¹¹³ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹¹⁴ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

bývalých partnerů současného partnerky pouhou *myšlenkou*, která v závěrečné fázi dosahuje v přeneseném slova významu *mozkového červotoče*. Kdyby autor konstatoval, že se jedná o myšlenku, nemělo by to tížený stupňovací efekt, který dospěje do takové fáze, že vygraduje, a pak autor následně přistoupí k řešení daného problému.

*Obvykle si na to tazatel přichystá chvíli, kdy je partner nejbezmocnější, tedy krátce po sexu. V takové chvíli se myšlenky jen líně plouží, je vám všechno jedno, jste duchem i tělem pořád ještě trochu mimo, ideální sérum pravdy. „Brouku, kolik jsi jich vlastně měla přede mnou?“ zeptáte se jakoby ledabyle, polohlasem, s pohledem upřeným do stropu. A **brouček**, netušící, že právě leze do natažené pasti, vysloví cifru, která celý pěkně temperovaný večer spláchne ledovou sprchou.*¹¹⁵

Poprvé se v úryvcích z Maximu ročníku 2014 setkáváme s oslovením partnerky, konkrétně oslovením *brouku*. Následně autor partnerku označuje deminutivem *brouček*. Ovšem jedná se o ironický podtext, protože autor využívá deminutiva s určitým záměrem, aby se dozvěděl počet bývalých sexuálních partnerů své přítelkyně. Autor popisuje situaci, kterou považuje za nejvhodnější pro tuto otázku. Realnosti situace dodává přímou řečí. Je si vědom toho faktu, že situace je naplánována a jedná se o léčku na partnerku, proto deminutivum *brouček* působí ironicky a s určitým výsměchem, protože partnerka není plně soustředěna.

Velmi často jsou ve větě vedle sebe umístěny kladně zabarvené lexémy a lexémy záporně zabarvené. Tím vzniká jazykový kontrast a objevují se prvky absurdity.

*Už je večer, a vy jste si to dnes ještě **nerozdal** s další tlustou dívkou, kterou jste sbalil na **funusu** vlastní babičky, v cele předběžného zadržení nebo kdekoli jinde.*¹¹⁶

V souvětí se vyskytuje jazykový kontrast, který je způsobený tím, že jsou zde použity lexémy s různými příznaky expresivity. Pejorativní označení sexuálního aktu s neutrálně zabarveným lexémem *dívka*, který je ve spojení s adjektivem *tlustá* a adjektivem *další*, působí urážlivě vzhledem ke čtenáři, který je zde nepřímo charakterizovaný jako člověk

¹¹⁵ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹¹⁶ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

s nadměrným sexuálním apetitem a který si pro uspokojení své touhy vybírá korpulentní dívky. Absurdním prvkem je zde místo, kde by se s dotyčnou ženou měl seznámit. To je v textu pejorativně označeno výrazem *funus*, míněno pohřeb, či cela předběžného zadržení. Jedná se o nepříjemné životní situace a velmi absurdně působí fakt, že by se člověk v takových chvílích seznamoval, ba dokonce oddával milostnému aktu. Pejorativum *funus* je paradoxně spojeno s kladně zabarveným lexémem *babička*, což působí absurdně, a to zejména z toho důvodu, že čtenář po přečtení lexika *funus* očekává, že se jednalo o pohřeb někoho, s kým autor nemá kladné citové pouto, proto nasnadě očekává, že bude ve větě následovat záporně zabarvený lexém (např. *bába*, *babizna*, *babucha*). To, že autor nevyužil těchto jazykových prostředků, interpretovat jako záminku pro tvorbu textu s absurdními prvky, či pouhý výsměch lidem, kteří jsou schopni při tragických či nepříjemných situacích uvažovat egocentricky a primárně se věnovat uspokojení svých biologických potřeb.

Každý z nás má v životě nějakou podobnou bolístku a kdo tvrdí, že ne, ten jich má hned několik. Vnitřně dospělý člověk nad tím mávne rukou, zatímco nezralý hlupák se snaží „všem ukázat“. Takoví ‚kompenzáci‘ pak své mindráky řeší workoholismem, chlastáním, přežíráním nebo třeba tím, že obsesivně balí a ojíždějí další a další partnery.¹¹⁷

Autor v textu naráží na lidské nedostatky, které zpočátku označuje deminutivem *bolístka*, a následně pejorativem *mindráky*, tím dosahuje gradace. Nastiňuje vyrovnání člověka se svými nedostatky, v kontextu právě již zmíněná *bolístka*, která právě tímto deminutivním označením odkazuje k tomu, že se jedná o pouhou drobnost, se kterou se lze vyrovnat a opomenout ji, nebo si ji nějakým způsobem kompenzovat. Dané způsoby kompenzace označuje pejorativně. Z toho lze vydedukovat, že autor s těmito druhy kompenzace nesouhlasí a považuje je za neadekvátní řešení dané situace. Opět je zajímavý jazykový kontrast. V poslední větě z úryvku můžeme nalézt odborné termíny, ale zároveň i pejorativa. Možností je, že autor nenalezl adekvátní hanlivé označení pro výrazy *workoholismus* či *obsesivně*, nebo se jedná o autorský záměr, který upoutá čtenáře právě již zmíněným jazykovým kontrastem, protože čtenář nemusí být zvyklý

¹¹⁷ BŘEZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

na větu, kde se vyskytují stylově rozrůzněné lexémy. Text se pak může zdát čtenářsky atraktivní a zapamatovatelný, čímž by autor mohl docílit možného tíženého efektu, a to zamyšlení se čtenáře nad sebou samotným a svými problémy.

Muži nejsou tak citově založení jako ženy a partnerské vztahy berou s nadhledem a sex ve většině případů jako biologickou potřebu.

Sex je fajn, o tom žádná, a občas navíc slouží i k rozmnožování. Stejně tak je fajn i jídlo, spánek, pivo a další radosti. Někdo potřebuje jíst, spát a pít pivo častěji než jiný.¹¹⁸

Sex je hodnocený pouze atributem *fajn*. Prvotně důležité je uspokojení biologických potřeb, poté se druhotně uvažuje o tom, že sex slouží k rozmnožování. Autor dává do stejné roviny *sex, jídlo, spánek, pivo a další radosti*. Považuje ho za primární biologickou potřebu, nikoliv za potřebu, která souvisí s city. Považuje za holý fakt, že někdo potřebuje sex více než druhý.

Jestliže se nechcete dostat do velmi nepříjemných situací, jestliže nechcete zahodit své schopnosti, plány a sny a jestliže nechcete žít ve lži, nikdy si žádnou holku nehledejte.¹¹⁹

V tomto úryvku můžeme vidět postoj muže k partnerství, které je zde negativně popisováno jako stav, kdy se může čtenář dostat do nepříjemných situací, žít v iluzi a ztratit svou svobodu. Na vážnosti partnerství ubírá i hovorové označení *holka* místo partnerka či přítelkyně. Vina samozřejmě není na straně muže, nýbrž ženy, která ve vztahu dominantně ovládá jeho život a on se musí podřídít.

Je-li manželství důvod, aby vám někdo něco zakazoval, je lepší žádné neuzavírat.¹²⁰

Jedna z mnohých autorových rad a zároveň varování čtenářům. Nepřímo odkazuje na váhu mužova plnohodnotného života, který nepodléhá příkazům či zákazům. Preferuje svobodný stav, ve kterém je muž šťastný, před manželstvím, které by ho omezovalo či svazovalo. Neuvažuje se o možnosti, že by muž ve svazku něco zakazoval ženě, což inklinuje k jednostrannému pohledu na danou problematiku.

¹¹⁸ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹¹⁹ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73.

¹²⁰ MARŠÁL, Adam. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. 2014, č. 5, s. 81-84.

Lexikální prvky uměleckého stylu

přirovnání – *blbá jak deštník v ponorce, užívá si sexu jako utržený, svatba je jako kombinace pouťového nevkusu a vyprázdněnosti, fialového saka, bílých ponožek, Kameňáku II, plastových oken a Michala Davida*

A taky by si ve vaší hlavě přečetla myšlenky typu „Hm, nějak jí narostl špek...“ nebo „Už trochu stárne...“, případně „Až teď vidím, že je vlastně blbá jak deštník v ponorce.“¹²¹

V úryvku se pojednává o čtení myšlenek. Autor naráží na myšlenky, které se mužům objeví v hlavě, ale partnerce je neřeknou, protože by ji mohly urazit, zvláště tehdy pokud se jedná o nelichotivé poznámky, které jsou zaměřeny na faktory, na kterých ženám záleží, a to jsou figura, stáří a inteligence. Existují ženy, které jsou schopny tyto narážky ignorovat, ba tím dokonce zažertovat na svůj účet. Ovšem převážně se ženy urazí a pouhá netaktní slovní narážka může způsobit například poruchy příjmu potravy. Primárně však muži nechtějí ženu rozčítit. U přirovnání *je blbá jak deštník v ponorce* si můžeme všimnout, že autor nejprve konstatuje, že *až nyní vidí to*, že jeho partnerka není inteligentní. Může to odkazovat k tomu, že prvořadně si muž všímá u ženy vzhledu a krásné ženě jsou někteří schopni určitou dobu tolerovat inteligenční nedostatky. Samo přirovnání působí novátorsky, není známé a tradiční. Při výkladu působí poněkud absurdně, což koresponduje s přirovnáním k již zmíněné hlouposti. Deštník v ponorce je nepotřebný, proto takové umístění není projevem inteligence.

Vrchol pouťového nevkusu a vyprázdněnosti, něco jako fialové sako, bílé ponožky, Kameňák II, plastová okna a Michal David dohromady. Svatba v době, kdy na rozdíl od minulosti nemá žádný hodnotný základ a kdy se polovina párů stejně rozvede? Proč?¹²²

Autor úryvku přirovnává svatbu *k vrcholu pouťového nevkusu a vyprázdněnosti*. Toto přirovnání lze interpretovat tak, že se jedná o akt, který je nesmyslný, nepodstatný a připomínající estrádu, jejímž cílem je uspokojení přihlížejících rodinných příslušníků

¹²¹ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

¹²² KALOUS, Jan. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50.

a blízkého okruhu přátel a známých. Autor dále své přirovnání specifikuje a přibližuje samotnému čtenáři. Zmíněné *fialové sako* v kombinaci s *bílými ponožkami* opět působí laciným estrádním dojmem a můžeme říci módním faux pas. Dále k této kombinaci dodává odkaz na *Kameňák II, plastová okna a Michala Davida* dohromady. *Kameňák II* může odkazovat k tomu, že svatba nemá smysl ani poprvé, ani podruhé. Další interpretací v souvislosti s plastovými okny a Michalem Davidem může být fakt, že se jedná o populární záležitosti, jejichž sláva již dosáhla svého vrcholu, a nyní se stávají „všedními“. Tato přirovnání gradují řečnickou otázkou, zda má vůbec svatba smysl, když nemá žádný hodnotný základ a podle statistik se každé druhé manželství rozvádí. Jedná se o subjektivní dojem autora, který nevidí smysl ve stavu, který není pro danou část společnosti hodnotný. Velmi pozoruhodné je, že téma svatby se objevilo právě v Maximu (sice v negativním slova smyslu), který primárně o takové životní události neuvažuje. Můžeme to považovat za jakýsi impuls k zamyšlení, pokud dotyčný čtenář uvažuje o svatbě se svou partnerkou.

výrazy s přeneseným významem – *čtení myšlenek, zahodit své schopnosti, viděli do hlavy, ideální sérum pravdy, pěkně temperovaný večer*

*Umíte si představit, jak děsivým místem k životu by byl svět, kdybyste si s partnerkou navzájem „viděli do hlavy“? Nic byste před sebou neutajili, podobně jako obyvatelé Orwellovy Oceánie nic neutajili před slídivým okem a uchem Velkého bratra. Partnerka by vaše **myšlenky četla** stejně, jako policejní technici přesně slyšeli, jaké levárny a podfuky si v pražské galerii U Myšáka domlouvá lobbista Roman Janoušek se státním zástupcem Liborem Grygárkem.¹²³*

Název článku *Čtení myšlenek* představuje sám o sobě slovní spojení s přeneseným významem. Myšlenky jsou duševní entity, které nelze měřit, vážit nebo číst. Toto „čtení“ znamená, že se domníváme, o čem druhý člověk přemýšlí. *Čtení myšlenek* a *viděli do hlavy* jsou si významově rovny, i přes to můžeme vnímat patrný jazykový rozdíl. *Čtení myšlenek* působí sofistikovaně a s možným uměleckým podtextem. Oproti

¹²³ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

tomu *viděli do hlavy* může působit poněkud naturalisticky. Uvozovky označují jistou míru nadsázky. Autorův postoj k tomu, že by partnerka věděla, co si myslí, není pozitivní. Podle jeho názoru by se *svět stal děsivým místem*. Nejspíš z toho důvodu, že se jedná o myšlenky, které by mohly partnerku urazit, naštvat či pobouřit. Pro lepší představivost a vcítění se do dané situace autor uvádí příklady, které zde zároveň fungují jako aluze či odkazy. Tyto odkazy mohou být zdrojem humoru. Sympatické na odkazech je fakt, že je autor zasazuje do kontextu a vysvětluje čtenáři danou souvislost.

*Jestliže se nechcete dostat do velmi nepříjemných situací, jestliže nechcete **zahodit své schopnosti, plány a sny** a jestliže nechcete žít ve lži, nikdy si žádnou holku nehledejte. Jak říkal psycholog a spisovatel Bohuslav Brouk, „slušný člověk je vždy a vždy sám a sám.“ Možná namítnete, že přeháníme, ale furt lepší přehánět, než vás nabádat k něčemu, co může skončit noční můrou, z níž se lze jen těžko probudit.*¹²⁴

Vztah se ženou je mimo jiné popisován jako stav, kdy muž zahodí své schopnosti, plány a sny. Jedná se o přenesení významu a nadsázku, kdy se muž vzdá snů a plánů na úkor spokojenosti v partnerství. Opět se jedná o genderově jednostranně zaměřený text. Neuvažuje se o tom, že by se obětovala žena.

personifikace – *myšlenky se líně plouží, cifra spláchne večer ledovou sprchou*. Lexikální prvky uměleckého stylu slouží v Maximu k zpestření, přiblížení daného tématu a jsou zdrojem humoru a nadsázky.

*Obvykle si na to tazatel přichystá chvíli, kdy je partner nejbezmocnější, tedy krátce po sexu. V takové chvíli se **myšlenky jen líně plouží**, je vám všechno jedno, jste duchem i tělem pořád ještě trochu mimo, ideální sérum pravdy. „Brouku, kolik jsi jich vlastně měla přede mnou?“ zeptáte se jakoby ledabyly, polohlasem, s pohledem upřeným do stropu. A brouček, netušící, že právě leze do natažené pasti, vysloví **cifru, která celý pěkně temperovaný večer spláchne ledovou sprchou**.*¹²⁵

¹²⁴ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s.69-73.

¹²⁵ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

Autor pomocí lexikálních prvků uměleckého stylu detailně líčí situaci po sexuálním aktu. Navozuje a přibližuje tím čtenáři atmosféru. Zpočátku se text retarduje právě již zmíněnými lexikálními prvky uměleckého stylu. S tím koresponduje příprava na dotaz, který se chystá muž ženě položit. Poté však následuje gradace výrazem s přeneseným významem *ideální sérum pravdy* a přímá řeč. Autor přistupuje k rozhovoru s určitým očekáváním, které v praxi představuje co nejmenší počet bývalých sexuálních partnerů své přítelkyně. Tím, že autor pouze nekonstatuje, že ho počet nepříjemně překvapil, ale užije personifikace, tak docílí toho, že text působí humorně, odlehčeně, a zároveň se čtenář dokáže lépe vcítit do situace, kterou mu autor popisuje.

Hovorové výrazy

Jedná se o **hovorové výrazy** *kluci, holky, parta, sbalit* (namluvit si partnerku), *ex, patnáctka* (patnáctiletá slečna), *chodit* (mít partnera), *kamarádi, hospoda*.

*A ted', pánové, přiznejte se: proč by vám mělo vadit, že vy jste postupně vystřídali šest holek a vaše holka dvacet chlapů? Nepřipadáte si trochu jako nějaká trapná patnáctka, která pronásleduje svého prvního kluka v jeho teprve druhém vztahu výčitkami a dotazy, jestli to s jeho „ex“ bylo lepší než s ní?*¹²⁶

Autor oslovuje své čtenáře. Předpokládá že časopis Maxim čtou primárně muži, proto užívá adekvátního oslovení *pánové*. Pokládá čtenáři otázku. Tím, že užívá hovorových výrazů odlehčuje problematiku počtu bývalých partnerů své přítelkyně. Apeluje na čtenáře, že se nemá na cifru výrazně soustředit. Zvýrazňuje to přirovnáním situace z pubertálního věku, která je však mířena na ženskou, respektive dívčí situaci. Muž může tuto situaci brát s humorem a nadsázkou, ovšem žena jako urážlivou a necitlivou.

*Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství vás kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s vámi proto nechtěly nic mít...*¹²⁷

¹²⁶ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹²⁷ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

Hovorové výrazy v úryvku mají funkci přiblížení daného tématu, konkrétněji určitého vývojového období člověka, proto zde autor užívá hovorových výrazů *kluci*, *parta* jako odkaz k dětství, dále *uhry*, *holky* jako výrazy odkazující k pubertě.

*Ženy se vdávají, protože chtějí mít potomky a rodinu. Muži zmámení sexem často začnou vidět svět jejich očima a přijmou ženské cíle za své. To jsou ty chvíle, kdy si o vás vaši kamarádi v hospodě začnou říkat, že se chováte jako debil. Muži mají své sny, cíle a zájmy.*¹²⁸

Autor apeluje na čtenáře, že pokud přijmou ženské cíle za své, mohou být ostatním mužům pro smích. Užitím hovorových výrazů *kamarádi* a *hospoda* zvyšuje emocionalitu tíženého efektu, a to udržení svých vlastních cílů. Pro muže je podstatné, co si o něm přátelé myslí a jak ho vnímají. Restaurace, hovorově *hospoda*, je možným častým místem jejich setkávání.

Nespisovné výrazy

Poměr nespisovných a spisovných výrazů je zanedbatelný. Ve většině vybraných článků se vyskytují zejména spisovné prostředky. Z nespisovných prostředků lze zmínit nespisovný tvar averbia stále - *furt* a nespisovný tvar substantiva věci - *krámy*.

Cizí výrazy

Cizí výrazy ve vybraných člancích pocházejí z angličtiny. Jedná se o názvy erotických webových portálů *FreeFoto* a *Xhmaster*, druh erotického podniku *swingersklub* a společenskou aktivitu *Ice Bucket Challenge*, v překladu známé jako kbelíková výzva, která se začala šířit po sociálních sítích v létě roku 2014. Maxim předpokládá, že čtenář má povědomí o daných výrazech, je pravidelným návštěvníkem erotických webových portálů a orientuje se v aktuálním společenském dění.

¹²⁸ MARŠÁL, Adam. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. 2014, č. 5, s. 81-84.

Aktualizace

Aktualizace lexémů a lexikálních spojení je typickým prostředkem publicistického stylu. V Maximu nalezneme výrazy *Hajaja* (Bajaja), *syndrom kočičího mňoukání*, *zápach nepřekoná ani láska k bližnímu svému*.

Sex je fajn, o tom žádná, a občas navíc slouží i k rozmnožování. Stejně tak je fajn i jídlo, spánek, pivo a další radosti. Někdo potřebuje jíst, spát a pít pivo častěji než jiný. Jenže od kolika hodin spánku denně se člověk stává chorobně spavým „Hajajou“ Schwarzenbergem, od kolika knedlíků je bulimik a od kolika piv alkoholik?¹²⁹

Autor se snaží text oživit nejen přirovnáním, ale i humornými prvky, jejichž zdrojem je zde konkrétně aktualizace výrazů. Bajaja je známá pohádková postava. Autor toto jméno aktualizuje na *Hajaju* (odkaz k dětskému výrazu pro spánek – *hajání*) a humornost podkreslí tím, že toto pojmenování přiřkne politikovi Schwarzenbergovi.

Nemá vaše dívka syndrom kočičího mňoukání?¹³⁰

Definováno je četné množství syndromů, avšak autor článku pojmenovává emoční nestabilitu a přecitlivělost u žen, jejichž pláč je charakterizován jako symptom akusticky podobný kočičímu mňoukání. Opět zde aktualizace slouží primárně jako zdroj humoru a nadsázky. Ovšem podle mého názoru tato aktualizace pobaví spíše muže, protože ženy ji mohou vnímat urážlivě, avšak jedná se pouze o otázku, nikoliv o konstatování, že všechny ženy tímto „syndromem“ trpí, čímž autor snižuje riziko přímé urážky.

Zápach nepřekoná ani křesťanská láska k bližnímu.¹³¹

Autor zde aktualizuje tvrzení všeobjímající lásky křesťanské lásky k bližnímu svému. Odkazuje k chemické stránce lásky. Pokud není žena atraktivní a nemá dostatek feromonů, ztrácí muž o ni zájem. Aktualizace je prostředkem zaujetí čtenáře, zpestření textu a zdrojem humoru.

¹²⁹ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹³⁰ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73.

¹³¹ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69 - 73.

Výplňková slova

Výplňková slova – *jakoby, prostě, vlastně* se primárně vyskytují v oblasti mluvených projevů. V psaných textech minimalizují rozdíly vzhledem k mluvené podobě textu, čímž podstatně zvyšují působení kontaktní funkce. Na čtenáře působí text přirozeněji.

Termíny

Vybrané partnerské články jsou bohaté na termíny a odvětví, ve kterých se vyskytují, což je velmi překvapivé, protože se jedná především o lifestyle časopis. Jedná se o termíny z oblasti sexuologie - *libido, mutace genu DRD4*, patologických jevů a deviantního chování - *alkoholik, bulimik, hypersexuál, workoholik* (zajímavé je, že lexémy jsou uvedeny pouze v maskulinu), psychologie – *emoční nestabilita, telepatie* a managementu veřejných záležitostí – *lobbista*.

Opakování slov

Opakování slov graficky zpestřuje text a zdůrazňuje vážnost daného sdělení, případně odkazuje k většímu množství objektů. V úryvcích to byly lexémy *další a další, móóc, móóc, móóc, sám a sám*.

3.4.3 Syntaktická rovina

V úryvcích se často vyskytuje **přímá řeč**. Přímá řeč obohacuje text, přibližuje téma realitě. V Maximu je též nositelem sarkasmu a humoru. Otázkou je, zda by reálný muž použil fráze, které se v Maximu užívají. Často informace, které jsou zahrnuty v přímé řeči, bývají nadsazené a mohou působit groteskním dojmem.

Jenže co je to „příliš velké libido“? Znamená to sex jednou měsíčně (což by některým ženám stačilo až dost), nebo jednou za hodinu (což nám někdy připadá zoufale málo) a navíc to nejde použít jako výmluva. „Zahnul jsem ti, protože mám vysoké libido,“ nezní zdaleka tak dobře jako „Zahnul jsem ti, protože u mě lékaři diagnostikovali závislost na sexu.“¹³²

Obvykle si na to tazatel přichystá chvíli, kdy je partner nejbezpečnější, tedy krátce po sexu. V takové chvíli se myšlenky jen líně plouží, je vám všechno jedno, jste duchem i tělem pořád ještě trochu mimo, ideální sérum pravdy. „Brouku, kolik jsi jich vlastně měla přede mnou?“ zeptáte se jakoby ledabyle, polohlasem, s pohledem upřeným do stropu“¹³³

Polopřímá řeč

Odkazuje k potenciální vnitřní řeči čtenáře a jeho názoru na partnerku. Může být v rozporu s přímou řečí, protože některé myšlenky nerealizujeme řečovým aktem. Důvodů může být několik. V tomto konkrétním případě by se partnerka mohla urazit. Čtenář se s názory může ztotožnit, a tím potvrdit skutečnost, že si toto muži skutečně o svých partnerkách myslí, nebo naopak mohou zastávat protinázor.

Partnerka by okamžitě poznala nejen vaši nevěru, ale už samotnou „nevinnou“ touhu být jí nevěrný. Pak by vám samozřejmě zakázala číst Maxim a snít o sexu se všemi těmi nádhernými ženami z našich stránek. A taky by si ve vaší hlavě přečetla myšlenky typu „Hm, nějak jí narostl špek...“ nebo „Už trochu stárne...“, případně „Až teď vidím, že je vlastně blbá jak deštník v ponorce.“¹³⁴

¹³² BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹³³ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹³⁴ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

Opakovaně se v textu objevují **apoziopeze**. Domnívám se, že efekt apoziopezi spočívá v evokaci dané situace s prostorem pro čtenářovo vlastní zamyšlení, ale také mohou značit fakt, že situaci už není třeba více komentovat.

*Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství vás kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s vámi proto nechtěly nic mít...*¹³⁵

*Taky by si ve vaší hlavě přečetla myšlenky typu „Hm, nějak jí narostl špek...“ nebo „Už trochu stárne...“, případně „Až teď vidím, že je vlastně blbá jak deštník v ponorce.“*¹³⁶

V textech lze nalézt **řečnické otázky** – *Svatba v době, kdy na rozdíl od minulosti nemá žádný hodnotný základ a kdy se polovina párů stejně rozvede? Proč?*¹³⁷

Autorovo zamyšlení nad nesmyslností svatby. Pomocí časové komparace názorů na sňatek dochází k závěru, že svatba ztrácí na společenské hodnotě. Řečnická otázka graduje zamyšlení nad přístupem párů k manželskému slibu.

Proč by vám mělo vadit, že vy jste postupně vystřídali šest holek a vaše holka dvacet chlapů? Nepřipadáte si trochu jako nějaká trapná patnáctka, která pronásleduje svého prvního kluka v jeho teprve druhém vztahu výčitkami a dotazy, jestli to s jeho „ex“ bylo lepší než s ní?

*Nejjistější je samozřejmě sbalit pannu. Je příjemné být pro tu svoji první a jediný. Ale jak dlouho ji to bude bavit, než ji zvědavost nedá?*¹³⁸

Autor degraduje případné pocity čtenáře a apeluje na něj, aby pohlížel na problém s nadhledem. Zamyšlení je podáno formou nadsázky. Následuje autorova rada pro muže, kteří by nesnesli pocit, že jejich partnerka měla více sexuálních partnerů než oni sami. Svou radu odůvodňuje tvrzením s kladným citovým podtextem. Pokládá však otázku, vedoucí k zamyšlení a čtenářově nejistotě. Člověk je zvědavý tvor, který touží po nových poznáních, a to i v partnerské oblasti.

¹³⁵ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹³⁶ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

¹³⁷ KALOUS, Jan. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50.

¹³⁸ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

osamostatněné větné členy – *Proboha!*, *Děšivé!*

Osamostatněné větné členy jsou v *Maximu* gradujícími prvky s negativní konotací. Pokud se nacházejí na začátku textu, výrazně upoutávají čtenářovu pozornost a dodávají závažnosti sdělení. Osamostatněný větný člen na konci textu shrnuje pohled či názor na sdělenou informaci a autor využívá tento prostor pro svůj názor či komentář.

*A taky by si ve vaší hlavě přečetla myšlenky typu „Hm, nějak jí narostl špek...“ nebo „Už trochu stárne...“, případně „Až teď vidím, že je vlastně blbá jak deštník v ponorce.“ **Děšivé!**¹³⁹*

Proboha! *Už je večer, a vy jste si to dnes ještě nerozdal s další tlustou dívkou, kterou jste sbalil na funusu vlastní babičky, v cele předběžného zadržení nebo kdekoli jinde.*¹⁴⁰

¹³⁹ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

¹⁴⁰ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

3.4.4 Stylistická rovina

V rámci stylistické roviny převažuje publicistický styl. Velmi často se objevují **prvky stylu úvahového**

Vrchol pouťového nevkusu a vyprázdněnosti, něco jako fialové sako, bílé ponožky, Kameňák II, plastová okna a Michal David dohromady. Svatba v době, kdy na rozdíl od minulosti nemá žádný hodnotný základ a kdy se polovina párů stejně rozvede? Proč?¹⁴¹

Když spolu dva začnou chodit, dříve nebo později se vynoří zvědavá otázka: Kolik jich měl(a) přede mnou? Nejdříve to je jen taková myšlenka. Postupně ale může mohutnět, až se z ní stane neúprosný mozkový červotoč. A nakonec musí ven.¹⁴²

odborného

Mimochodem, hypersexualita se často pojí s emoční nestabilitou, impulzivitou a neschopností ovládat emoce.¹⁴³

prostě sdělovacího

Sex je fajn, o tom žádná, a občas navíc slouží i k rozmnožování. Stejně tak je fajn i jídlo, spánek, pivo a další radosti.¹⁴⁴

Žánrově se jedná o tematické články. **Tématy** jsou partnerské vztahy, konkrétně témata sexu, svatby, hledání partnera, partnerská komunikace, vztah, žárlivost, počty milenců.

U textů převládá funkce zábavná

Připomínají pána, který přišel k psychiatrovi s prosbou o lék na svou chamtivost. „Pane doktore, ale hlavně ať je těch prášků móóóc, móóóc, móóóc!!!“ křičel.¹⁴⁵

¹⁴¹ KALOUS, Jan. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50.

¹⁴² ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹⁴³ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁴⁴ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁴⁵ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

informační

Mimochodem, hypersexualita se často pojí s emoční nestabilitou, impulzivitou a neschopností ovládat emoce.¹⁴⁶

persvazivní

Jestliže se nechcete dostat do velmi nepříjemných situací, jestliže nechcete zahodit své schopnosti, plány a sny a jestliže nechcete žít ve lži, nikdy si žádnou holku nehledejte. Jak říkal psycholog a spisovatel Bohuslav Brouk, „slušný člověk je vždy a vždy sám a sám.“ Možná namítnete, že přeháníme, ale furt lepší přehánět, než vás nabádat k něčemu, co může skončit noční můrou, z níž se lze jen těžko probudit.¹⁴⁷

a apelová funkce

A teď, pánové, přiznejte se: proč by vám mělo vadit, že vy jste postupně vystřídali šest holek a vaše holka dvacet chlapů?¹⁴⁸

Adresátem sdělení jsou primárně muži, avšak Maxim si je vědom faktu, že časopis čtou i ženy a v některých úryvcích se snaží docílit genderové vyváženosti textu.

Nebo jste dívka s velkým zadkem, malými prsy a špekem na břiše, která moc krásy nepobrala.

Když spolu dva začnou chodit, dříve nebo později se vynoří zvědavá otázka: Kolik jich měl(a) přede mnou? Nejdříve to je jen taková myšlenka.¹⁴⁹

Dalším používaným prvkem jsou **aluze a odkazy**, které mohou přiblížit danou situaci a zároveň se stát humorným prvkem. V případě odkazů na vyšší autoritu mohou být prvkem relevantnosti informace, což zvyšuje důvěryhodnost textu a rozšiřuje čtenářovy obzory – *George Orwell: 1984, kauza Romana Janouška, psycholog Bohuslav Brouk, Kameňák II, Michal David, webový portál eMimino.cz*

¹⁴⁶ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁴⁷ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73.

¹⁴⁸ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹⁴⁹ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

Nic byste před sebou neutajili, podobně jako obyvatelé Orwellovy Oceánie nic neutajili před slidivým okem a uchem Velkého bratra. Partnerka by vaše myšlenky četla stejně, jako policejní technici přesně slyšeli, jaké levárny a podfuky si v pražské galerii U Myšáka domlouvá lobbista Roman Janoušek se státním zástupcem Liborem Grygárkem. Partnerka by okamžitě poznala nejen vaši nevěru, ale už samotnou „nevinnou“ touhu být jí nevěrný.¹⁵⁰

Jestliže se nechcete dostat do velmi nepříjemných situací, jestliže nechcete zahodit své schopnosti, plány a sny a jestliže nechcete žít ve lži, nikdy si žádnou holku nehledejte. Jak říkal psycholog a spisovatel Bohuslav Brouk, „slušný člověk je vždy a vždy sám a sám.“ Možná namítnete, že přeháníme, ale furt lepší přehánět, než vás nabádat k něčemu, co může skončit noční můrou, z níž se lze jen těžko probudit.¹⁵¹

Vrchol pouťového nevkusu a vyprázdňenosti, něco jako fialové sako, bílé ponožky, Kameňák II, plastová okna a Michal David dohromady.¹⁵²

Takže sedm, dokonce i deset, je docela standardní počet. Trochu jiný obrázek ovšem získáte, když se podíváte na diskuzní servery, jako třeba eMimino.cz, kde jsou ženy na sebe ochotné vyslepičit ledacos.¹⁵³

Stylovou rovinu obohacují **prvky ironie**, které velmi často mají až sarkastický charakter.

Už je večer, a vy jste si to dnes ještě nerozdal s další tlustou dívkou, kterou jste sbalil na funusu vlastní babičky, v cele předběžného zadržení nebo kdekoli jinde.¹⁵⁴

Velmi sarkasticky a zároveň absurdně působí představa situace, že člověk v tragických či nepříjemných životních situacích uvažuje o sexuálním aktu. Pokud pomineme sarkastický charakter úryvku, může to ve čtenáři vyvolat dojem, že mužské myšlení ovládá pouze sexuální pud bez ohledu na danou situaci. Tímto tvrzením by autor degradoval muže na primitivní stvoření bez určitých etických a morálních zásad.

¹⁵⁰ BREZINA, Ivan. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

¹⁵¹ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73.

¹⁵² KALOUS, Jan. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50.

¹⁵³ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹⁵⁴ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

„Zahnul jsem ti, protože mám vysoké libido,“ nezní zdaleka tak dobře jako „Zahnul jsem ti, protože u mě lékaři diagnostikovali závislost na sexu.“¹⁵⁵

Autor radí čtenářům, jak nejlépe zdůvodnit partnerce svou nevěru. Je paradoxní, že málokterý muž by se k nevěře přiznal. Velmi ironicky a absurdně působí zdůvodnění podložené lékařskou diagnózou. V přímé řeči tedy můžeme pozorovat výmluvu s možností lži. Pokud bychom se zaměřili na reakci ženy, která by vyslechla toto zdůvodnění, můžeme pochybovat o tom, že by jej přijala a pochopila. Nelze říci, zda autor očekává, že toto zdůvodnění nevěry je možné v praxi. Spíše lze konstatovat, že jeho cílem je pobavení čtenářů.

Vyšší skóre u vaší slečny můžete naopak využít k posílení sebevědomí: Měla jich třicet, ale teď je se mnou!¹⁵⁶

Autor radí čtenářům, jak se vyrovnat s vyšším počtem bývalých partnerů současné přítelkyně, což může být pro muže skličující a muž může nabýt dojmu, že je další položkou na seznamu dotyčné ženy. Formou nadsázky lze tento fakt opominout a využít jej ve svůj prospěch. Argument můžeme interpretovat tím způsobem, že žena sice měla vyšší počet bývalých partnerů, ale až nyní dospěla do fáze, kdy našla toho pravého muže. Autor se ovšem nezmiňuje o opačné situaci, kdy žena řeší tento problém. Další možnou interpretací je ironie, kdy se autor pouze vysmívá čtenáři, jehož partnerka je lehčích mravů.

Pokud si přece jen chcete najít ženu pro dlouhodobější vztah, tj. víc než na tři měsíce, doporučujeme provést pečlivý výběr, který výrazně sníží pravděpodobnost možných nepříjemností.¹⁵⁷

Ironickou vsuvkou je zde časové rozmezí pro dlouhodobější vztah (*více než na tři měsíce*). Odkazuje to k tomu, že čtenáři Maximu nejsou schopni dlouhodobějších vztahů čítající řady let a preferují spíše krátkodobé vztahy, tedy pokud se už rozhodnou do nějakého vztahu vstoupit.

¹⁵⁵ BREZINA, Ivan. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

¹⁵⁶ ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

¹⁵⁷ BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73.

3.5 Porovnání Marianne a Maximu z jazykového hlediska

3.5.1 Morfologická rovina

U obou lifestyleových časopisů nedochází v rámci morfologické roviny k odchylkám od spisovné normy. Čtenářům vykají.

3.5.2 Lexikální rovina

Nejvýraznější jazykový rozdíl mezi lifestyleovými časopisy Marianne a Maxim je v oblasti lexikální roviny. V Maximu je lexikální rovina stylově pestrá. Oproti Marianne se v Maximu objevuje více odborných výrazů, což může odkazovat k tomu, že muži jsou spíše racionálně založené bytosti, dále lexikálních prvků uměleckého stylu, které zpestřují text a jsou zdrojem humoru a lexikálních prvků expresivně zabarvených. Užívá se více pejorativ a vulgarismů. To lze interpretovat tak, že autoři článků se domnívají, že muži v soukromé komunikaci s jinými muži mohou hojně využívat záporně zabarvených expresivních výrazů. Cílem autorů je se v maximální možné míře přiblížit dané cílové skupině čtenářů, a to nejen z tematického hlediska, ale i z jazykového hlediska. Proto se můžeme domnívat, že autoři článků v Maximu předpokládají, že jejich texty budou číst muži, kteří nemají etické a morální zábrany při užití vulgarismů a pejorativ.

Maxim oproti Marianne stupňuje míru expresivity ještě tím, že ve větě vedle sebe klade kladně zabarvené lexémy a záporně zabarvené lexémy. Vzhledem k tomu, že Marianne je časopis pro ženy, dalo by se předpokládat, že se v textech bude objevovat více lexémů s kladným zabarvením. Jejich výskyt ovšem není tak častý. Může to být zřejmě způsobeno tím, že se jedná o věkovou skupinu 30 let a více, která má bohaté životní zkušenosti ve vztazích a partnerství celkově. Naivní představy o partnerovi mizí a s nimi i kladně zabarvené lexémy.

3.5.3 Syntaktická rovina

V syntaktické rovině se nevyskytují nemotivované odchylky. Lze si povšimnout, že se užívá motivovaných odchylek, nejčastěji vsuvky či apoziopce. V Marianne je více zvolacích vět, tázacích vět a kontaktních frází. Tento fakt může odkazovat k tomu, že ženy jsou více emotivně založené a komunikativnější než muži. V textu se častěji obrací na čtenáře, který tím může získat dojem, že autor chce, aby si udělal na problematiku vlastní názor, zamyslel se. Také tím udržují jeho pozornost a snaží se o empatický přístup.

3.5.4 Stylistická rovina

V obou lifestylových časopisech dominuje publicistický styl a žánrově tematický článek. V Maximu dochází častěji k prolínání publicistického stylu s prvky stylu odborného, prostě sdělovacího a úvahového. Aluze v článkách se také výrazně liší. V Marianne dominují aluze a odkazy k výroky významných žen, odbornicím na danou problematiku. V Maximu naopak na muže. Každý časopis upřednostňuje odborníky stejného pohlaví jako je hlavní cílová skupina. Aluze v Maximu jsou oborově pestré, oproti tomu v Marianne se týkají pouze jedné oblasti, oblasti sexu. Dalším výrazným rysem, kterým se v rámci stylistiky Maxim liší, je užívání prvků černého humoru, ironie a absurdity, což koresponduje s tématy, obrazovou přílohou časopisu a tím, že časopis je věnovaný primárně mužům, kteří preferují spíše tento druh humoru. Partnerské články v Marianne mají v podstatě jednotnou strukturu, což působí stereotypně. Maxim je v tomto ohledu kreativnější a články se nejen odlišují tématy, nýbrž i svou strukturou.

3.6 Obraz muže v Marianne

Lifestylový časopis Marianne je určený třicátnicím, které už mají životní a partnerské zkušenosti. Vědí, co od života chtějí. Muž by měl být psychicky vyzrálý jedinec, reprezentativní typ, spolehlivý partner, který je schopný zaopatřit rodinu a uspokojit svou partnerku po fyzické i psychické stránce. V kontextu Marianne se na rozdíl od Maximu uvažuje o svatbě a rodinném životě. Ženy mají sice své idoly krásy, ale ve skutečnosti je pro ně ve vztahu nejpodstatnější psychika a nitro. Důležité je vzájemné porozumění, podpora a naslouchání.

3.6.1 Sex

V Marianne je zmíněna genderová inovace v oblasti domácích prací. Proč by se žena měla starat o celou domácnost sama? Muž také může vykonávat domácí práce. Marianne pohlíží na danou problematiku i z hlediska případných negativních dopadů. Páry, které mají domácí práce rozdělené na půl, spolu méně souloží. Může to být způsobené tím, že muži věnují více energie okolním činnostem a jsou unavení. Pokud si tento fakt, vyplývající ze statistiky, čtenářka přečte, může nabýt dojmu, že by raději měla domácí práce vykonávat z větší míry sama, aby měla spokojený sexuální život. Jedná se o typický článek v ženských lifestylových časopisech, který svým čtenářkám radí v určité problematice a vše vysvětluje a dokládá na reálných situacích. Z genderového hlediska je zde patrné, že ženy jsou v oblasti sexuality stydlivější a ostýchavější než muži. Nejčastější problémy u žen v oblasti sexu představují již zmíněná stydlivost, nechut' k samotnému aktu, předstírání orgasmu. Tyto faktory mohou mít negativní dopad na mužské ego a hrdost, protože muži po sexu touží a chtějí partnerku uspokojit.

3.6.2 Partnerské komunikace

Partnerská komunikace je pro ženy ve vztahu velmi stěžejní. Ženy jsou hovornější než muži, nemají rády stereotypní rozhovory. U partnera očekávají komunikativnost, porozumění a naslouchání.

3.6.3 Vztah

Ženy touží po vztahu, svatbě a spokojeném soužití až do konce života. Jsou si ovšem vědomy toho faktu, že aby mohl vztah fungovat, musí projevovat snahu oba dva partneři. V dřívějších dobách bylo manželství považováno za posvátné a na rozvedeného člověka se pohlíželo s předsudky. Dnes situace nabývá opačného rázu a rozvedených párů přibývá. Autorka apeluje na fakt, že primárně jde o to, aby byla žena spokojená. V článku objevuje genderová vyrovnanost (odešel/odešla, jsi zrádce/mrcha). Představuje to jistý odklon od genderových stereotypů.

3.6.4 Výběr partnera

Otec je pro ženu prvním mužem, kterého poznává a má k němu určitý vztah. Při výběru partnera bere žena v potaz otcovy charakteristiky. Buď hledá přesný opak svého otce, nebo někoho, kdo mu je v určitých oblastech chování a jednání podobný. V případě, že takového partnera najde, nevědomky od něj očekává stejný přístup k životu a chování jako u svého otce.

3.6.5 Svatba

V dnešní době ubývá párů, jejichž vztah dospěje k uzavření manželství. Ženy po svatbě většinou touží, ale muži nikoliv. Obávají se případného stereotypu, zodpovědnosti vůči druhému partnerovi.

3.7 Obraz ženy v Maximu

Lifestylový časopis Maxim je primárně určený mužům, kteří si užívají života. Ideální je pro ně společenský status svobodného mládence, který se primárně věnuje svým zálibám a potřebám. Na ženy v Maximu není pohlíženo v rámci sociálních rolí jako na partnerky a spřízněné duše. Ženy se stávají pouze objekty sexuální touhy a uspokojení. V případě, že se nedopatřením stane žena v rámci sociálních rolí přítelkyní, musí být maximálně tolerantní, nesmí svého partnera omezovat, klást zbytečné dotazy, organizovat jeho život a zatěžovat ho svými problémy. Žena se stává méněcennou loutkou, kterou muž ovládá. Nejdůležitějším kritériem při výběru ženy je jednoznačně vzhled. Krása ženy se stává záležitostí mužské prestiže. Ideální fyzický vzhled v pojetí Maximu má pornohvězda. V Maximu se nehovoří o jedné ženě, ale o ženách. Monogamie a city jsou v ústraní. Skryté motto Maximu ve vztahu k ženám je: zaflirtovat si, uspokojit své potřeby a opustit.

3.7.1 Sex

Závislost na sexu je v Maximu stále aktuální téma. Sex pro muže představuje primární biologickou potřebou, touží po něm v zásadě častěji než ženy a rozlišují ho od lásky. Žena pro hypersexuála představuje pouze objekt pro uspokojení touhy. V článku se uvažuje i o ženě s diagnózou hypersexuality. Jedná se o genderovou rovnováhu.

3.7.2 Partnerské komunikace

U mužů se projevuje rozpor mezi tím, co si myslí, a tím co říkají. Ve vztahu preferují „krásnou lež“. Důvodem může být fakt, že nechtějí partnerku slovně urazit. Muži zároveň ale touží mít svá tajemství, partnerkám se však většinou nesvěřují. Důvěřují svým přátelům.

3.7.3 Vztah

Ženy si uvědomují svou roli ve společnosti. Ví, že muži je k životu potřebují. Ženy jsou pouze pro zábavu, nikoliv pro společné soužití. Pro každého muže je velmi důležité jeho ego. Z genderové perspektivy je muž, který měl velké množství partnerek, považován muži za nadsamce. Ovšem žena je považována za bytost lehčích mravů. Maxim radí, jak se vyrovnat s počtem bývalých milenců své partnerky. Nejideálnější pro muže je žena či dívka, která nemá doposud žádné sexuální zkušenosti. Případně, že muž nenajde takovou ženu, měl by brát počet bývalých sexuálních partnerů své přítelkyně s nadhledem.

3.7.4 Výběr partnera

Ideální žena prakticky neexistuje. Podle představ Maximu by měla mít stejné vlastnosti jako nejlepší přítel a fyzický vzhled modelky. O vztahu se v Maximu neuvažuje. Nejideálnějším stavem pro muže je status starého mládence. Případně, že muž touží po vážném vztahu, měl by si najít velmi benevolentní ženu a žít si svým vlastním životem.

3.7.5 Svatba

Svatba představuje pro většinu mužů ztrátu svobody a zbytečnost. Mají vůči ní předsudky. Statistiky tvrdí, že každé druhé manželství se rozvádí. Starý mládenec představuje pro muže ideální stav. Společnost takový stav toleruje, a dokonce samotní muži takové jedince obdivují a závidí jim. Mají svobodu, čas na své aktivity, nemusejí na nikoho brát ohled. Tento stav u žen je považovaný za absurdní a společnost se těmito ženám vysmívá.

IV. Závěr

Tématem práce byly jazykové rozdíly v dámských a mužských lifestylových časopisech Marianne a Maxim. Teoretická část se věnovala charakteristice publicistického stylu, stále silněji vnímané problematice genderu, v tomto případě vztahu genderu a médií, která se stále potýká s problematikou genderových stereotypů. Další kapitoly byly věnovány časopisům pro ženy se zaměřením na Marianne a časopisům pro muže se zaměřením na Maxim.

V praktické části byly k výzkumu použity paralelní tematické články s problematikou partnerských vztahů, přesněji vybrané úryvky, ze kterých lze vydedukovat genderový postoj. Následovala celková jazyková analýza partnerských článků v Maximu a Marianne a jejich komparace. Vzhledem k tomu, že články procházejí korekturou, nebyly patrné pravopisné, morfologické či syntaktické nedostatky. Lze konstatovat, že uvedené lifestylové časopisy se nejvýrazněji liší v oblasti lexikologii, a to zejména z toho důvodu, že slovní zásoba mužů a žen se liší mírou expresivity, oblastí zájmů, názorů a postojů. Odlišnosti samozřejmě nalezneme v přístupu k jednotlivým tématům. Obě pohlaví pohlíží na tutéž problematiku z jiné perspektivy. Pro ženy v Marianne je v partnerských vztazích a sexu primární emocionální stránka. Pro muže v Maximu představuje partnerství spíše úskalí, ztrátu svobody a sex biologickou potřebu. Maxim navíc užívá prvků černého humoru, ironie, sarkasmu a absurdity.

Závěr praktické části byl věnovaný celkovému obrazu muže v Marianne a celkovému obrazu ženy v Maximu. Maxim považuje za ideální stav starého mládence, který si užívá svobodného nevázaného života a primárně uspokojuje své potřeby, cíle a sny, případně krátkodobé partnerské vztahy. Uvažuje se především o sexu, nikoliv o vztahu. Ženy zde figurují pouze jako sexuální objekty mužské touhy, důležitou roli hraje jejich fyzický vzhled. Neměly by svého případného partnera omezovat, bránit mu v realizaci cílů a plánů. Marianne reálně uvažuje o vztahu, svatbě a rodinném životě. Důležitou roli ve vztahu má partnerská komunikace, city, porozumění, empatie. Touto citovou složkou a reálnými úvahami o partnerském životě se výrazně odlišuje Marianne

od Maximu. Závěry nelze zcela generalizovat, a to nejen z toho důvodu, že se jednalo o jazykovou analýzu vybraných článků v roce 2014, ale i vzhledem k tomu, že se práce zaměřila pouze na dva konkrétní časopisy ze širokého spektra lifestyleových časopisů, přesto má práce svůj přínos. Jazyková analýza představuje určité rysy, které charakterizují možné způsoby vyjadřování v lifestyleových časopisech pro ženy a v lifestyleových časopisech pro muže.

V. Seznam použitých zdrojů

Seznam použité literatury

1. ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43. ISSN 1214-1569.
2. BINÁROVÁ, M., TRÉGLOVÁ, L.: Lifestylové časopisy – instantní zábava i nástroj emancipace. In.: *Mediální teorie a praxe*. UPOL : Olomouc, 2012. ISBN 978-80-244-3271-7.
3. BREZINA, I. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84. ISSN 1214-1569.
4. BREZINA, I. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84. ISSN 1214-1569.
5. ČECHOVÁ, M. a kol. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.
6. HAVRÁNEK, B. *Studie o spisovném jazyce*. Praha: Československá akademie věd, 1963.
7. HORVÁTH SOURALOVÁ, I. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28. ISSN 1213-1423.
8. KALOUS, J. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50. ISSN 1214-1569.
9. KAMBERSKÁ, K. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68-69. ISSN 1213-1423.
10. KAMBERSKÁ, K. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38. ISSN 1213-1423.
11. MARŠÁL, A. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. 2014, č. 5, s. 81-84. ISSN 1214-1569.
12. MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika češtiny*. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-4973-4.
13. MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-2979-4.
14. OSVALDOVÁ, B., HALADA J. a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. ISBN 80-85983-76-1.

15. RENZETTI, C., CURRAN, D. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0525-2.
16. ŘEHÁČKOVÁ, D. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*, 2006, 42(2), 291-305. ISSN 0038-0288.
17. TABERY, P. *Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech*. In *Sociologické studie / Sociological Studies*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007. ISBN 978-80-7330-1330.
18. WALEROVÁ, R. Pomóc, nemáme si co říct. *Marianne*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 40-41. ISSN 1213-1423.
19. WALEROVÁ, R. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70. ISSN 1213-1423.
20. BÍLEK, Petr. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 69-73. ISSN 1214-1569.
21. WALEROVÁ, R. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66. ISSN 1213-1423.

Seznam použitých internetových zdrojů

1. Můžete potkat ideální ženu? In: *Maxim* [online]. 2014, 12.12 2014 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.maxim.cz/maxim-radi/maxim-radi/muzete-potkat-idealni-zenu>
2. O časopisu Maxim [online]. [cit. 2015-01-22]. Dostupné z <http://maxim.magaziny.cz/#celypopis>.
3. TOPINKA, O. *Užití absurdity v časopise MAXIM* [online]. 2012 [cit. 2015-01-22]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jan Motal. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/363850/fss_b/.
4. Gregorová, L. *Ideál mužského těla ve vnímání čtenářů lifestyleových časopisů pro muže* [online]. 2012 [cit. 2015-01-22]. Magisterská diplomová práce. Palackého univerzita v Olomouci, Fakulta filozofická. Vedoucí práce Mgr. Zdeněk Sloboda. Dostupné z: https://theses.cz/id/ylvk2z/MDP_Gregorova_Leona.txt.

VI. Seznam příloh

Příloha A – Sex v Marianne

Příloha B – Partnerská komunikace v Marianne

Příloha C – Vztah v Marianne

Příloha D – Výběr partnera v Marianne

Příloha E – Svatba v Marianne

Příloha F – Sex v Maximu

Příloha G – Partnerská komunikace v Maximu

Příloha H – Vztah v Maximu

Příloha CH – Výběr partnera v Maximu

Příloha I – Svatba v Maximu

Příloha J – Titulní strana Marianne

Příloha K – Titulní strana Maxim

VII. Přílohy

Příloha A

WALEROVÁ, R. Tak nám zabili sex. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 66.

Rozdělili jste si domácí práce přesně napůl? Jeden děti vodí do školy, druhý vyzvedává, oba společně platíte hypotéku a na venčení psa máte tabulku v excelu, aby náhodou jeden nevstával na ranní vycházky častěji než druhý? Pravidlo 50 na 50 možná funguje v domácnosti, ale v posteli nám jednoznačně komplikuje život. Poslední zprávy z českých ložnic nevyznívají zrovna optimisticky.

Některé mé radikálnější kamarádky mě mají zpozdlého staromilce, ale moc nevěřím na to, že mužům, ženám a vztahům mezi nimi prospívá, když dělají všechno na půl.

...

*Ve studii Rovnoprávnost, domácí práce a četnost sexu v manželství, kterou otiskl renomovaný časopis *American Sociological Review*, dokonce uvedli přesná čísla – páry, které se drží tradičnějšího rozdělení rolí, spolu spí týdně v průměru 1,5 krát více než páry, kde se jede podle pravidla fifty fifty. To by možná neznělo tak dramaticky, dokud si neuvědomíte, že průměrný pár spolu spí zhruba jednou až dvakrát týdně. A dva minus skoro dva je...ehmn.*

KAMBERSKÁ, K. Dobré rady sexuologů. *Marianne*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 68–69.

Sex není všechno. Ale když funguje, je nám ve dvojici líp.

...

1. Jako sport?

Sex vám navíc nahradí i prášky na spaní, antidepresiva a často i léky proti bolesti. Třeba proti pověstné bolesti hlavy. ironie, bagatelizace

2. Bojkot pyžam

Muži to většinou dělají rádi, ale my ženy se trochu stydíme. Zbytečně.

...

Pokud nemáte ze své nahoty úplně dobrý pocit, nemusíte se přece hned produčirovat po bytě. Bohatě stačí před vklouznutím do peřin ležérně shodit z ramen župánek.

3. Bez jasnovidectví

Sexuoložka Jana Mullerová radí: nestyděte se mluvit! „Sexuální život dvojice může zrát jako víno, ale je nutné se naučit i o těchto věcech otevřeně mluvit. Tedy jde o to, naslouchat si, nebát se svěřit s tím, co vám právě teď vyhovuje a co ne. Jen tak lze zabránit zkresleným představám partnerů o sobě, vztahu a aktuálním sexuálním životě,“ shrnuje běžné starosti doktorka Mullerová.

4. Orgasmus není povinnost

Sex vás baví, ale orgasmus ne a ne přijít? To je běžná situace. Podle různých výzkumů nemívá orgasmus při styku 70-80% žen. Smůla je, že o ženský orgasmus stojí i muži... A tak jim ho prostě sem tam předvedete. Z tohoto kruhu se ale těžko vystupuje, a předstírat celý život?

...

Řešení je snadné: klišé užijte si sex jako celek. A svému partnerovi vysvětlete, že by snad přece kvůli své mužské hrdosti nechtěl, abyste před ním něco hrála...

5. Nohy v teple rovná se vydařený sex

Touha totiž nějak tajuplně souvisí s teplem, a to hlavně od nohou. Pořídte si příjemné (byť poněkud asexuální) teplé ponožky a večer je nesundávejte z nohou. Sex koučka Julie Gaia Poupětová radí i drobné vylepšení: „Masáž teplým olejíčkem se zaměřením nejen na veliké části chodidla, ale i na meziprstí je specialitou opravdu zkušených milenců, kteří dobře vědí, že vnitřní klenba chodidla je propojena s klitorisem.“

6. Hitparáda mindráků

Není mi v téhle poloze vidět ten špek? Oholila jsem si nohy? Na starosti, které mají při sexu muži, radši ani nemyslet – a čím víc se soustředí, tím víc to hrozí malérem. Podle Martyho Kleina totiž dáváme sexu i další, falešné cíle. Třeba potvrzení, že jsme dostatečně sexy (nejdřív v pubertě, když ještě vůbec nevíme, jak si stojíme, a potom cca o pět let později, když si začneme připadat příšerně staří). Nedávno jsem někde četla anketu, v níž se muži svěřovali, jak se podle nich pozná skvělá milenka. Kupodivu nikdo z nich nejmenoval atributy typu „dlouhé vlnité vlasy“ a „vosí pas“. Dojemně se shodli na tom, že je to ta, která si „to“ umí užít bez stresu a bez obav...

Příloha B

WALEROVÁ, R. Pomóc, nemáme si co říct. *Marianne*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 40-41.

Zatímco na začátku vztahu je pořád o čem mluvit a kolikrát máme nutkání vyprávět omlétou, dvacet let starou historku ze základní školy i ve čtyři ráno, po čase to začíná drhnout. Proměna ve znuděný pár začíná pomalu a nenápadně, pro mnoho párů je ale fatální.

Příloha C

KAMBERSKÁ, K. Mýtus věčné lásky. *Marianne*. 2014, roč. duben 2014, č. 4, s. 36-38.

„Dneska už je přece jiná doba.“ – Tak zní nejčastější odpověď na otázku, jestli je stále ještě možné se vdát a zažít „happily ever after“. Někdo odpovídá smutně, se steskem po starých krásných časech celoživotních svazků. Někdo s úlevou, protože se mu povedlo uniknout ze vztahu, který ho tížil. A jak to máte vy?

...

Je na čase nalít si čistého vína: ideál není dostupný pro všechny. I proto je to ideál. Na budování života ve dvojici jsou potřeba dva.

...

Možná máte ve svém okolí také nějakého opilce bez sebeovládání, hysterku, chronického lenocha, nezodpovědného flákače, žárlivou stíhačku nebo přemoudřelou ředitelku zeměkoule, která svého partnera peskuje jako dítě. A všichni tito dobráci mají ve vztahu jeden nedotknutelný argument: posvátnost celoživotního manželství. „Kdybys ode mě odešel (odešla), jsi zrádce (mrcha), slíbil(a) jsi mi přece lásku a věrnost na celý život!“ Jenže nenechme se mýlit, vztah na celý život přece vypadá jinak.

...

Ne každý, kdo prožije celoživotní svazek, je v něm šťastný. Být s někým do smrti automaticky neznamena kvalitní vztah.

...

Dneska si můžeme vybrat, s kým chceme prožít své „navždy“. Ale právě o to cennější je pak naše rozhodnutí. Není totiž vynucené. Je dobrovolné, a proto má cenu zlata. Pokud vám to vyjde na druhý či třetí pokus, nic hrozného se neděje. A pokud se to povede už napoprvé, vyhrála jste, bingo. Gratulujeme.

Příloha D

WALEROVÁ, R. Sháním muže. Zn. Stejného jako můj otec. *Marianne*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 68-70.

Psychologové se shodují, že srovnávání s otcem neunikne žádný muž, který nám padne do oka. Přitom o tom nemusíme vědět ani my samy. Schválně, hledala jste tátovu kopii, nebo jste se vědomě zařekla, že to musí být přesný opak?

...

„Trvalo mi deset let, než se mi podařilo pochopit, že se mám na hony vyhýbat mužům, co mají velké svaly, silné řeči a spoustu kamarádů a nejspíš i nějaké milenky, s nimiž tráví čas. Můj táta byl přesně takový a máma trpěla. Jenže já jako malá holka jsem jeho přítomnost doma vnímala jako svátek, na který jsem se těšila. On navíc míval často výčitky, takže mi pak nosil dárky. Stejně tak mí partneri, asi proto se mi líbili,“ říká pětatřicetiletá Silvie, která se nyní snaží zvyknout si na poněkud nudného, ale hodného učitele češtiny.

...

Ženy, jejichž dětství zrovna krásné nebylo, podobnou přitažlivost většinou nepociťují. „Nikdy nebudu chodit s mužem, který vypadá jako můj otec. A který pije. Vadilo mi i občasné napití. Můj táta byl těžký alkoholik, takže tam je souvislost jasná,“ vysvětluje Petra, proč u nich doma nikdo nepije víno.

...

Docela těžké to mají také partneri žen, které byly otcovou princeznou, něco podobného pak totiž podvědomě hledají, i když už jim je třicet nebo čtyřicet. Což není vždycky snadné a po pravdě řečeno, s postupujícím věkem šance na pořádný úlovek spíše klesá.

Příloha E

HORVÁTH SOURALOVÁ, I. Diagnóza: strach ze závazků. *Marianne*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s. 26-28.

Že se dnes rozvádí každé druhé manželství, je údaj, který máme všichni uložený hluboko v paměti. Jenže tyhle statistiky možná budou časem vypadat úplně jinak, přibývá totiž párů, které do manželství ani nedospějí. Většinou z důvodu, že jeden z partnerů (a přiznejme si, o ženu většinou nejde) odmítá tento krok učinit. Protože co kdyby se objevil někdo lepší.

„Nedávno jsem se šíleně opila na svatbě jedné kolegyně. Ale kdybych se jen opila, já se úplně znemožnila,“ začala se svěřováním moje jednatřicetiletá kamarádka Linda. „Všechno bylo fajn až do chvíle, kdy se házela svatební kytice. Tak moc jsem si ji přála chytit – a taky jsem ji chytla. Byla jsem nadšená. Jenže přítel výrazně míň. Pronesl pár ironických poznámek na téma svatba, já to neustála a přede všemi se s ním poštekala. Křičela jsem na něj, jestli mě hodlá vůbec někdy požádat o ruku a že všichni kolem se postupně žení, vdávají, mají děti, a my nic. U nás se po šesti letech vztahu svatba neplánuje a nezdá se, že se to v brzké době změní. Jako bychom pořád byli dva studenti, co chtějí hlavně cestovat a pařit. Jenže mě už to takhle nebaví,“ povzdychla si.

...

„Podle mě mají lidi dneska v životě totální bordel, s prominutím,“ shrnula to pěkně od plic v jedné internetové diskuzi na toto téma uživatelka s přezdívkou Cuarentenka. „V minulosti to bylo jasné: pokud chtěl někdo založit rodinu, musel se finančně zabezpečit nebo mít dobré místo, oženil se, děti se braly jako samozřejmost. Dneska se chlapi jaksí nemusejí zavazovat manželstvím, protože mají sex zadarmo. Nač by se teda hrnuli do toho, aby poskytovali ženě nějaká pozitiva v podobě bydlení, materiálního zabezpečení, nebo dokonce dětí?“

Strach ze závazků reflektují i oblíbené seriály. Vzpomínáte si na Carrie v Sexu ve městě, jak dostala alergickou kožní reakci na svatební šaty poté, co ji Aidan požádal o ruku?

Ta samá Carrie se pak po několik sezon a jeden film později nechala ztrapnit Božským, jenž si pár okamžiků před obřadem celou svatbu rozmyslel...

...

Když si v restauraci vybíráme ze třiceti jídel, tápeme. Se vztahy je to dnes podobné, svoboda nás ničí.

Příloha F

BREZINA, I. 6x pod bičem touhy. *Maxim*. 2014, roč. únor 2014, č. 5, s. 81-84.

O závislosti na sexu píšeme v Maximu opakovaně. Viz třeba článek Jebaholici v dubnu 2010. Co s tím furt máme? Možná je v pozadí osobní problém. Jsme závislí na sexu (stejně jako vy!) a zajímá nás proč.

...

Hypersexuál má problém v tom, že neovládá své vzrušení. Vzrušení ovládá jeho. Stále méně řeší, s kým vlastně spí a proč. Nezajímá ho už kvalita, ale kvantita. Proboha! Už je večer, a vy jste si to dnes ještě nerozdal s další tlustou dívkou, kterou jste sbalil na funusu vlastní babičky, v cele předběžného zadržení nebo kdekoli jinde.

c) Je to nemoc?

Sex je fajn, o tom žádná, a občas navíc slouží i k rozmnožování. Stejně tak je fajn i jídlo, spánek, pivo a další radosti. Někdo potřebuje jíst, spát a pít pivo častěji než jiný. Jenže od kolika hodin spánku denně se člověk stává chorobně spavým „Hajajou“ Schwarzenbergem, od kolika knedlíků je bulimik a od kolika piv alkoholik? Otázka je špatně položena – ve všech těchto případech se totiž problém nedá popsat množstvím, ale funkcí.

d) Je to závislost?

Jenže co je to „příliš velké libido“? Znamená to sex jednou měsíčně (což by některým ženám stačilo až dost), nebo jednou za hodinu (což nám někdy připadá zoufale málo) a navíc to nejde použít jako výmluva. „Zahnul jsem ti, protože mám vysoké libido,“ nezní zdaleka tak dobře jako „Zahnul jsem ti, protože u mě lékaři diagnostikovali závislost na sexu.“

e) *Je to nedostatek vůle a morálních zábran?*

Podle další teorie se hypersexuál nedokáže ovládnout podobně jako my, když jdeme kolem KFC. Jasně že bychom se bez těch kuřat obešli, ale vůně je prostě příliš omamná. Stačilo by zatnout zuby, polknout sliny a jít dál, jenže to prostě nedokážeme. Hypersexuál si podobně neumí odříct neustálé oslovování žen (když se to umí, ,dá' prý každá třetí až pátá), vysoký účet za rychlé připojení na FreeFoto a Xhamster a permanentku do swingersklubu.

f) *Je to nutkavá porucha chování?*

Mimochodem, hypersexualita se často pojí s emoční nestabilitou, impulzivitou a neschopností ovládat emoce. Právě proto se ostatně říká, že „nejlíp šukají hysterky“.

g) *Je to psychická kompenzace?*

Představte si, že trpíte sníženým sebevědomím, v dětství vás kluci nevzali do party, v pubertě jste měl obličej plný uhrů, a holky s vámi proto nechtěly nic mít...Nebo jste dívka s velkým zadkem, malými prsy a špekem na břiše, která moc krásy nepobrala.

...

Každý z nás má v životě nějakou podobnou bolístku a kdo tvrdí, že ne, ten jich má hned několik. Vnitřně dospělý člověk nad tím mávne rukou, zatímco nezralý hlupák se snaží „všem ukázat“. Takoví ,kompenzáci' pak své mindráky řeší workoholismem, chlastáním, přežíráním nebo třeba tím, že obsesivně balí a ojíždějí další a další partnery. Připomínají pána, který přišel k psychiatrovi s prosbou o lék na svou chamtivost. „Pane doktore, ale hlavně ať je těch prášků móóóc, móóóc, móóóc!!!“ křičel.

h) *Je to genetická mutace?*

Když bude nositelkou mutace, je skvělá na nezávazný románek s častým a divokým sexem na neobvyklých místech. Když nositelkou mutace nebude, jde o ideální kandidátku na věrnou manželku, která vám nebude „zanášet“. Možná to ale zvládnete i bez testu. Mutaci genu DRD4 dědíme po rodičích. Pokud je tedy její otec děvkař

a matka běhna, bude nejspíš taková i ona, a naopak. Ale pozor, platí to jen s určitou pravděpodobností.

Příloha G

BREZINA, I. Čtení myšlenek. *Maxim*. 2014, roč. červen 2014, č. 6, s. 81-84.

Narostl jí špek!

A bud'me rádi, že telepatie nefunguje. Umíte si představit, jak děsivým místem k životu by byl svět, kdybyste si s partnerkou navzájem „viděli do hlavy“? Nic byste před sebou neutajili, podobně jako obyvatelé Orwellovy Oceánie nic neutajili před slídivým okem a uchem Velkého bratra. Partnerka by vaše myšlenky četla stejně, jako policejní technici přesně slyšeli, jaké levárny a podfuky si v pražské galerii U Myšáka domlouvá lobbista Roman Janoušek se státním zástupcem Liborem Grygárkem. Partnerka by okamžitě poznala nejen vaši nevěru, ale už samotnou „nevinnou“ touhu být jí nevěrný. Pak by vám samozřejmě zakázala číst Maxim a snít o sexu se všemi těmi nádhernými ženami z našich stránek. A taky by si ve vaší hlavě přečetla myšlenky typu „Hm, nějak jí narostl špek...“ nebo „Už trochu stárne...“, případně „Až teď vidím, že je vlastně blbá jak deštník v ponorce.“ Děsivé!

Příloha H

MARŠÁL, A. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. květen 2014, č. 5, s. 81-84.

NEPÁROVÉ ZBOŽÍ

Ženy se nám snaží vmluvit, že život bez nich by byl děsný. Ale historie ukazuje, že když chcete něčeho dosáhnout, se ženami to nepůjde.

ADAMOVIČ, Ivan. Jak kolik? *Maxim*. 2014, roč. září 2014, č. 9, s. 38-43.

Když spolu dva začnou chodit, dříve nebo později se vynoří zvědavá otázka: Kolik jich měl(a) přede mnou? Nejdříve to je jen taková myšlenka. Postupně ale může mohutnět, až se z ní stane neúprosný mozkový červotoč. A nakonec musí ven. Obvykle si na to tazatel přichystá chvíli, kdy je partner nejbezmocnější, tedy krátce po sexu. V takové chvíli se myšlenky jen líně plouží, je vám všechno jedno, jste duchem i tělem pořád ještě trochu mimo, ideální sérum pravdy. „Brouku, kolik jsi jich vlastně měla přede mnou?“ zeptáte se jakoby ledabyly, polohlasem, s pohledem upřeným do stropu. A brouček, netušící, že právě leze do natažené pasti, vysloví cifru, která celý pěkně temperovaný večer spláchne ledovou sprchou. Taková malá ice bucket challenge.

...

Takže sedm, dokonce i deset, je docela standardní počet. Trochu jiný obrázek ovšem získáte, když se podíváte na diskuzní servery, jako třeba eMimino.cz, kde jsou ženy na sebe ochotné vyslepičit ledacos.

...

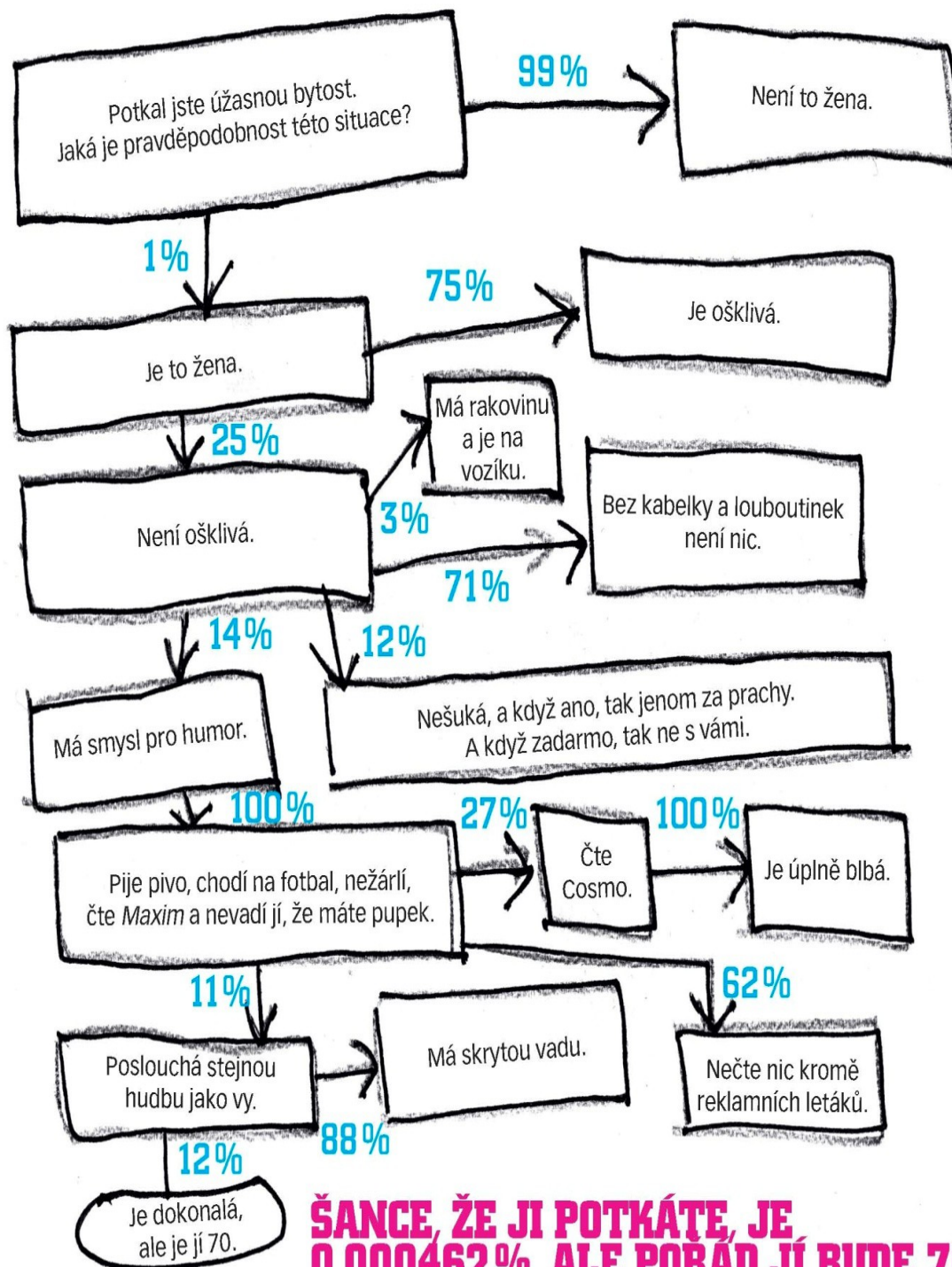
A teď, pánové, přiznejte se: proč by vám mělo vadit, že vy jste postupně vystřídali šest holek a vaše holka dvacet chlapů? Nepřipadáte si trochu jako nějaká trapná patnáctka, která pronásleduje svého prvního kluka v jeho teprve druhém vztahu výčitkami a dotazy, jestli to s jeho ,ex“ bylo lepší než s ní?

...

Nejjistější je samozřejmě sbalit pannu. Je příjemné být pro tu svoji první a jediný. Ale jak dlouho ji to bude bavit, než ji zvědavost nedá? Vyšší skóre u vaší slečny můžete naopak využít k posílení sebevědomí: Měla jich třicet, ale teď je se mnou!

Příloha CH

Můžete potkat ideální ženu? In: *Maxim* [online]. 2014, 12.12 2014 [cit. 2015-04-12].
Dostupné z: <http://www.maxim.cz/maxim-radi/maxim-radi/muzete-potkat-idealni-zenu>



BÍLEK,P. Jak si najít holku. *Maxim*. 2014, roč. leden 2014, č. 1, s.69-73.

Jestliže se nechcete dostat do velmi nepříjemných situací, jestliže nechcete zahodit své schopnosti, plány a sny a jestliže nechcete žít ve lži, nikdy si žádnou holku nehledejte. Jak říkal psycholog a spisovatel Bohuslav Brouk, „slušný člověk je vždy a vždy sám a sám.“ Možná namítnete, že přeháníme, ale furt lepší přehánět, než vás nabádat k něčemu, co může skončit noční můrou, z níž se lze jen těžko probudit.

Pokud si přece jen chcete najít ženu pro dlouhodobější vztah, tj. víc než na tři měsíce, doporučujeme provést pečlivý výběr, který výrazně sníží pravděpodobnost možných nepříjemností.

...

Nemá vaše dívka syndrom kočičího mňoukání?

Zápach nepřekoná ani křesťanská láska k bližnímu.

Opustí vás, když se vyspíte s jinou ženou? Neměla by.

Příloha I

KALOUS, J. Staré krámy. *Maxim*. 2014, roč. červenec 2014, č. 7, s. 50.

Vrchol pouťového nevkusu a vyprázdňenosti, něco jako fialové sako, bílé ponožky, Kameňák II, plastová okna a Michal David dohromady. Svatba v době, kdy na rozdíl od minulosti nemá žádný hodnotný základ a kdy se polovina párů stejně rozvede? Proč?

MARŠÁL, Adam. Staří mládenci. *Maxim*. 2014, roč. 2014, č. 5, s. 81-84.

Je-li manželství důvod, aby vám někdo něco zakazoval, je lepší žádné neuzavírat.

Ženy se vdávají, protože chtějí mít potomky a rodinu. Muži zmámení sexem často začnou vidět svět jejich očima a přijmou ženské cíle za své. To jsou ty chvíle, kdy si o vás vaši kamarádi v hospodě začnou říkat, že se chováte jako debil. Muži mají své sny, cíle a zájmy. Po svatbě už na to není čas a jediným cílem je, aby byla vaše partnerka spokojená. Míra její nespokojenosti narůstá úměrně času, který věnujete čemukoli jinému než uspokojování jejich potřeb. Dá se samozřejmě předpokládat, že by vám tolerovala kapelu, včelaření, nebo výzkum sinic, ale jenom v případě, že byste tím vydělával násobky průměrného platu.

...

Zatímco starým mláďencem může být i muž, který si užívá sexu jak utržený, v případě staré panny je to přesně naopak.



Život začíná ve **třiceti**

marianne

NOVÁ SEZONA
Něžné kožešiny,
hřejivé svetry
a spousta
třpytu

Svatba? Ne, děkuju

Jací jsou dnešní
muži a proč se
nechtějí ženit

„Ženy jsou silnější než muži,“

říká Jana Preissová
+ s Jeanem Paulem
Gaultierem o stylu
a Františkem Koukolíkem
o tom, že štěstí je tak
trochu náhoda

Na vlastních nohách

Jak překonat strach a začít
pracovat sama na sebe

Indiánské léto je tady

Vydejte se do Vídně, vařte ve dvou
a hlavně si konečně užijte neděli!

Malé velké trápení

Mezi pětadvaceti
a padesáti lety
se velikost pórů
zdvojnásobí. Víme,
jak je zmenšit

ŘÍJEN 2014 • 6990 Kč/2,89 €

9 771213 142009 10

Příloha K

Titulní strana Maximu

