

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**  
**KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ**  
**ANTROPOLOGIE**

**GENDEROVÉ STEREOTYPY A SOCIALIZACE DĚTÍ**

Bakalářská diplomová práce

Studijní program: Sociologie – Žurnalistika

**Autor:** Sára Šmídová

**Vedoucí práce:** Mgr. Martin Fafejta, Ph.D.

Olomouc 2024

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma „*Genderové stereotypy a socializace dětí*“ vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 1. dubna 2024

Podpis .....

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu své práce, panu Mgr. Martinu Fafejtovi, Ph.D. za cenné připomínky, rady a trpělivost během celého procesu tvorby bakalářské práce. Dále děkuji komunikačním partnerům za jejich čas a ochotu poskytnout rozhovor. V neposlední řadě děkuji svým blízkým za jejich podporu během celého studia.

## Anotace

<b>Jméno a příjmení:</b>	<i>Sára Šmídová</i>
<b>Katedra:</b>	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
<b>Studijní program:</b>	<i>Sociologie maior, žurnalistika minor</i>
<b>Studijní program obhajoby práce:</b>	<i>Sociologie</i>
<b>Vedoucí práce:</b>	Mgr. Martin Fafejta, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2024

<b>Název práce:</b>	Genderové stereotypy a socializace dětí
<b>Anotace práce:</b>	Cílem práce bylo zjistit do jaké míry je socializace dětí genderovaná, jaké aspekty výchovy (oblečení, hračky, zájmové aktivity atd.) ovlivňují socializaci dítěte a nakolik rodiče vnímají, že je socializace genderovaná. Teoretická část práce byla propojena s metodologickou částí, kde k získání relevantních dat bylo provedeno deset polostrukturovaných rozhovorů s jedinci ve věkovém rozmezí od 18 do 26 let. Výsledkem práce bylo potvrzení převládajících genderových stereotypů v průběhu socializace dětí.
<b>Klíčová slova:</b>	gender, stereotyp, stereotypizace genderu, socializace dětí, femininita, maskulinita, pohlaví, genderová identita, genderové role
<b>Title of Thesis:</b>	Gender stereotypes and socialization of children
<b>Annotation:</b>	The aim of the study was to find out to what extent children's socialization is gendered, what aspects of upbringing (clothes, toys, hobbies, etc.) influence the child's socialization and to what extent parents perceive that socialization is gendered. The theoretical part of the thesis was linked to the methodological part, where ten semi-structured interviews were conducted with individuals ranging in age from 18 to 26 years to obtain relevant data. The result of the work was the confirmation of the prevailing gender stereotypes in the course of children's socialization.

<b>Keywords:</b>	gender, stereotype, gender stereotyping, child socialization, femininity, masculinity, sex, gender identity, gender roles
<b>Názvy příloh vázaných v práci:</b>	Příloha č. 1: Osnova rozhovoru Příloha č. 2: Informovaný souhlas
<b>Počet literatury a zdrojů:</b>	45
<b>Rozsah práce:</b>	67 s. (101 888 znaků s mezerami)

# Obsah

<b>ANOTACE</b> .....	<b>4</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>1 GENDER</b> .....	<b>9</b>
1.1 FEMININITA A MASKULINITA .....	10
1.2 POHLAVÍ VS. GENDER .....	11
1.3 GENDEROVÁ IDENTITA .....	13
1.4 GENDEROVÁ ROLE A SOCIÁLNÍ ROLE.....	14
<b>2 METODOLOGIE</b> .....	<b>16</b>
2.1 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	16
2.2 ETIKA VÝZKUMU .....	17
2.3 VÝZKUMNÁ STRATEGIE .....	18
2.4 VÝZKUMNÝ VZOREK .....	18
2.5 METODA SBĚRU DAT .....	19
2.6 ZPRACOVÁNÍ A ANALÝZA DAT .....	21
<b>3 UČENÍ GENDERU</b> .....	<b>23</b>
3.1 TEORIE SOCIÁLNÍHO UČENÍ.....	24
3.2 KOGNITIVNĚ-VÝVOJOVÉ TEORIE.....	26
3.3 TEORIE GENDEROVÉHO SCHÉMATU S. BEM .....	28
<b>4 STEREOTYPY</b> .....	<b>29</b>
4.1 GENDEROVÉ STEREOTYPY .....	30
4.2 DEFINICE SLOV „MUŽ“ A „ŽENA“ VE SLOVNÍKU .....	32
<b>5 VÝCHOVA</b> .....	<b>33</b>
5.1 GENDEROVÁ SOCIALIZACE.....	33
5.2 VLIVY OKOLÍ NA SOCIALIZACI DÍTĚTE .....	36
5.2.1 <i>Vlivy vrstevnické skupiny</i> .....	37
5.2.2 <i>Vlivy médií</i> .....	37
5.3 OSVOJENÍ GENDERU.....	39
5.4 GENDEROVÁ ROLE DÍTĚTE.....	40
5.5 RODINA .....	42
<b>6 DĚTSTVÍ A JEHO PRVKY</b> .....	<b>44</b>
6.1 OBLEČENÍ.....	44
6.1.1 <i>Karneval</i> .....	45
6.2 HRAČKY .....	46
6.2.1 <i>Hračkářství</i> .....	46
6.2.2 <i>Problém dětské kuchyňky</i> .....	47
6.3 DĚTSKÉ HRY .....	49
6.4 KNÍŽKY A POHÁDKY .....	50
6.5 AKTIVITY A ZÁJMOVÉ KROUŽKY.....	51
6.6 DOMÁCÍ PRÁCE.....	52
6.7 RADY DO ŽIVOTA .....	53
6.8 TRESTY A USMĚRŇOVÁNÍ.....	53
6.9 KONTROLA NAD VOLNÝM ČASEM.....	55
<b>7 DISKUSE</b> .....	<b>56</b>

ZÁVĚR .....	58
REFERENČNÍ SEZNAM .....	59
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	64
SEZNAM PŘÍLOH.....	65
PŘÍLOHA Č. 1: OSNOVA ROZHOVORU .....	66
PŘÍLOHA Č. 2: INFORMOVANÝ SOUHLAS.....	67

## Úvod

V našem každodenním životě se neustále setkáváme s různými lidmi a vstupujeme s nimi do interakce. Během těchto interakcí často dochází k okamžitému přiřazení lidí do různých kategorií na základě jejich vzhledu. Nicméně, nejdůležitějším aspektem této klasifikace je přiřazení do určité pohlavní kategorie, tedy genderové kategorie. Tento proces přiřazování je často provázen očekáváním ohledně chování jednotlivců, což je důsledkem dlouhodobých genderových stereotypů, jež jsou zakořeněny již od raného věku dítěte.

Téma mé práce jsem si zvolila z osobní zkušenosti s genderovými stereotypy, které jsem zažila během své vlastní výchovy a stále je pozoruji u lidí kolem sebe. Tyto stereotypy je, podle mého názoru, důležité zkoumat, neboť ovlivňují naše jednání i v dospělosti a mohou mít vliv na výchovu našich vlastních dětí. Věřím, že je klíčové přehodnotit tradiční pohledy na chlapce a dívky a vyvarovat se genderově stereotypního přístupu v socializaci.

Cílem bakalářské práce je zjistit, do jaké míry je výchova dětí genderovaná. Dále jaké aspekty výchovy ovlivňují genderovou socializaci dítěte a nakolik rodiče vnímají, že je socializace genderovaná.

Konkrétně je mým cílem zjistit, v jaké míře rodiče vnímají genderové stereotypy a zda se jim přizpůsobují nebo se vůči nim vymezují při výchově svých dětí. Zjistit, dle čeho vybírají hračky, zájmové kroužky, oblečení atd. pro své děti. Zároveň také jak rodiče reagují na názor dítěte, které chce hračky, zájmové kroužky apod., které se dle převládajících genderových stereotypů nehodí k jeho genderové roli.

V bakalářské práci postupuji nad rámec zadání obsaženého ve formuláři k bakalářské práci. Do práce přidávám obsahovou analýzu, která se zabývá analýzou internetových stránek hračkářství a reklam v televizních programech.



# 1 Gender

Výraz označující skupiny vlastností a chování, které jsou ovlivněny kulturou, časem a spojené s mužským a ženským obrazem ve společnosti. Koncept genderu vychází od Margaret Meadové a její práce *Sex and Temperament in Three Primitive Societies* z roku 1935. Meadová zdůrazňuje rozdíl mezi biologickými charakteristikami pohlaví a sociální konstrukcí genderu a navrhuje, že pohlaví je biologickým rysem, zatímco gender je společensky utvářeným konceptem. (Sociologická encyklopedie, 2018, pojem „gender“)

Gender, jako sociální konstrukt, se vztahuje na kulturní atributy a představy, které jsou spojeny s mužským a ženským pohlavím. Gender je dynamický, mění se v čase a je výsledkem společenských změn a vztahů mezi lidmi. Liší se v kulturách i historických obdobích. Pojem gender odkazuje na rozdíly mezi ženami a muži. (ČSÚ, 2016, sekce „gender\_pojmy“)

Termín gender označuje odlišnosti mezi muži a ženami, které vycházejí z kulturních a sociálních normativních vzorců. Také lze interpretovat gender jako sociálně konstituované pohlaví (sociální pohlaví). (Gjuričová, 1997b in Janošová, 2008)

Společnost člověka nutí k identifikaci mnoha způsoby, ale jedním nejzákladnějším způsobem je, zda je muž nebo žena. Tato identifikace a rozdělení tedy na tyto dvě složky „muž“ a „žena“ má velký vliv na socializaci dětí již od narození. Ovšem, když řekneme „mám dceru“ nebo „mám syna“ poukážeme nejen na to, že je biologicky ženského nebo mužského pohlaví, ale má také přesah do sociokulturních vlastností, a to osobnostního charakteru, vzorců chování tak k prezentaci dítěte jako dívky nebo chlapce. Na základě těchto aspektů si ostatní lehce udělají představu o tom, jak daná dívka či chlapec budou vypadat, jakým aktivitám se budou věnovat a jak se budou chovat. (Renzetti & Curran, 2003)

Gender je spjat s určitou prezentací mužů a žen ve společnosti. Určité jednání, aktivity, oblékání apod. jsou připisovány většinou mužům nebo ženám.

V bakalářské práci se zabývám právě těmito genderovými stereotypy a jaký mají dopad na výchovu dětí. Zaměřuji se na genderovanost výchovy, tedy, jak rodiče rozlišují výchovu dívek a jak výchovu chlapců, jaké rozdíly dělají a jak se tyto rozdíly projevují. Hlavním bodem této práce jsou prvky dětství, tudíž jak rodiče své dcery a syny oblékali, jaké hračky jim kupovali, jaké knížky jim četli apod.

Všechny tyto aspekty jsou provázány genderovými stereotypy. Tedy co rodiče, a celkově společnost, považuje za typicky mužské a typicky ženské. Genderové stereotypy jsou provázány se sociálními rolemi, které jsou úzce spjaté s genderovou rolí, která se odráží, právě od zmiňovaných genderových stereotypů. Celé toto neustále se točící kolo ovlivňuje socializaci dětí i dospělých po celý jejich život.

V rámci této bakalářské práce jsem provedla rozhovory s osmi komunikačními. Většina z nich vyjádřila přesvědčení, že výchova dětí v jejich prostředí je silně ovlivněna genderovými stereotypy. Jejich výpovědi poskytly cenný vhled do toho, jaké aspekty výchovy jsou považovány za genderově stereotypní a jak se tyto stereotypy projevují v praxi.

## **1.1 Femininita a maskulinita**

V souvislosti s genderem se hovoří o pojmech „ženskost“ (femininita) a „mužnost“ (maskulinita). Janošová (2008) uvádí, že k ženskosti, tj. femininitě, bývají přiřazovány vlastnosti jako pasivita, soucit, odpor vůči nepříjemnému, čistota, jemnost, emocionalita, závislost, takt, vyjadřování emocí, klid, upravenost a krása, zatímco mužnost či maskulinita naopak zahrnuje vlastnosti opačné, například potlačování emocí, orientaci na práci, aktivitu, dominanci, soutěživost a vyšší společenské postavení. Zájmy považované za maskulinní zahrnují technické a sportovní oblasti, zatímco ženským zájmům jsou přiřazovány aktivity umělecké či domácí rukodělné (srov. Nakonečný, 1995 in Janošová, 2008). Janošová (2008) zdůrazňuje, že průzkumy, které publikují své

výsledky, naznačují, že skutečné genderové rozdíly jsou celkově mnohem menší, než se běžně předpokládá.

*„Maskulinitu a femininitu definujeme na základě lidského vzhledu, neverbálních projevů sociálních rolí, zaměstnání, koníčků, zájmů, sexuálního chování, biologických charakteristik a osobnostních znaků.“* (Lippa, 2009, s. 104) Bylo zjištěno, že některé charakteristiky, které byly před 30 lety považovány za femininní či maskulinní podle amerického dotazníku, nejsou v současné společnosti vnímány jako specificky femininní či maskulinní, ale jsou spíše odmítány jako obecně negativní vlastnosti. Příkladem může být agresivita, která byla považována za maskulinní vlastnost, nebo infantilita, která byla považována za vlastnost femininní. (Fajmonová, Osuský, 2004, in Janošová, 2008)

Lippa (2009) se domnívá, že existuje jádro maskulinity a femininity, které spočívá v genderově typických zájmech, což zahrnuje preference v zaměstnání, koníčcích a každodenních aktivitách, dále v genderově typickém vzhledu, který zahrnuje nonverbální projevy, způsob oblékání a péči o sebe sama, a možná i v oblasti sexuality, konkrétně v sexuální orientaci.

## 1.2 Pohlaví vs. gender

Termín pohlaví označuje anatomicko-fyziologický aspekt, kde zohledňujeme existenci charakteristik, jako jsou chromozomy, vnější genitálie, hormonální stav a sekundární pohlavní znaky. Identifikace pohlaví jednotlivce je poté determinována kombinací těchto znaků a většina populace patří do jedné ze dvou kategorií, které jsou označovány jako „muž“ nebo „žena“ (Helus, 2004).

Renzetti a Curran (2003, s. 20) tvrdí, že *„lidské pohlaví jako biologická danost (býti mužem či ženou) tu slouží jako základ, na němž lidé konstruují společenskou kategorii zvanou gender (maskulinitu či femininitu).“* Pohlaví tedy označuje biologickou odlišnost mužského a ženského těla, zatímco gender zahrnuje socio-kulturní odlišnosti. Pohlaví je úzce spjato s genderem, jelikož jedincovu pohlavní

identitu vnímáme skrze gender, který představuje. To, jak se jedinec projevuje ve společnosti, tudíž jak se obléká, chová nebo jaké hraje sociální role, společnost vnímá všemi smysly.

Gender je společenským konstruktem, který se utváří prostřednictvím interakcí mezi lidmi a jejich okolím, přičemž vychází z biologických rozdílů mezi muži a ženami. Například muži jsou v průměru anatomicky vyšší a fyzicky silnější než ženy. Tato sociální konstrukce genderu ovlivňuje to, jak lidé přiřazují jednotlivcům různé vlastnosti, postavení a hodnoty na základě jejich pohlaví. Význam těchto představ se však může lišit v závislosti na různých kulturách a společnostech, a také podléhá změnám v průběhu času v rámci jedné společnosti. (Blackstone, 2003)

*„Chlapec se nemusí učit, jak mít erekci. Musí se však učit být agresivní, ambiciózní, soutěživý a podezřívavý vůči přílišné jemnosti. Role muže v naší společnosti totiž všechny tyto věci, kterým se muž musí naučit, vyžaduje, stejně jako to vyžaduje mužská identita.“* (Berger, 2017, s. 102) Stejně tak dívka se nemusí učit menstruovat, ale musí se dle stereotypního vnímání učit starosti a péči o druhé.

Pohlaví se považuje za klíčový prvek při vnímání osobnosti, protože děti i dospělí automaticky zařazují neznámé jedince do skupin podle jejich pohlaví, i tehdy, když zařazení do kategorií nepřináší žádné informační výhody (Bennett & kol., 2000; Ito & Urland, 2003 in Ellemers, 2018).

I přes to, že genderové role se překračují pohlaví stále přetrvává jako binární kategorizace. Neustále máme tendenci porovnávat muže a ženy proti sobě, což ještě zvyrazňuje jakékoli rozdíly mezi nimi. Tato kategorizace je poté považována za výraznou, pevnou a snadno polarizovatelnou, což přispívá k formování a udržování genderových stereotypů a posiluje vnímání rozdílů mezi muži a ženami. (Ellemers, 2018)

Identity mužů a žen, a s nimi spjaté sociální role, musí naplňovat společenské očekávání, aby splňovaly společenské normy. Tyto aspekty jsou ukotveny v kultuře, ve které jedinec žije. Společnost na těchto očekáváních lpí,

protože jedině tak docílí určité formy stability. Očekávané chování mužů a žen je spojeno se stereotypy a tlak na jejich dodržování od společnosti je vysoký.

### 1.3 Genderová identita

Identita neboli totožnost je spjata s pohlavím a je nám přidělována ihned po narození. V naší společnosti je nám přiřazována buď mužská nebo ženská identita, jelikož ve společnosti, ve které žijeme je uznáváno pouze mužské nebo ženské pohlaví. „*Identita zahrnuje i hodnoty, jímž jedinec věří a na kterých zakládá smysl svého života („světonázor“, osobní ideologie).*“ (Jandourek, 2012, s. 106)

Dle Bergera (2017) je identita sociálně situována, sociálně udržována a sociálně transformována. Situována je z toho důvodu, že je formována interakcemi s ostatními jedinci v rámci určitého sociálního prostředí. Identita je udržována skrze interakce a vzájemní vztahy. A jelikož je identita dynamický proces, který se mění sociálním prostředím a časem, může být transformována neboli ovlivněna kulturou nebo společenskými změnami. Většina společností promítá biologické rozdíly mezi muži a ženami do celkového souboru přesvědčení a praktik, tyto biologické rozdíly prostupují kulturou, která ovlivňuje každou sféru lidského života (Atkinson, 2003).

S genderovou identitou souvisí vlastní sebepojetí, které si děti uvědomují již v předškolním věku. Dokáží porozumět genderovým stereotypům a co je tvoří. Na tomto základě staví i svojí vlastní identitu chlapce či dívky. Ovšem uvažování je pevně ustálené a soustřeďuje se na mužské či ženské pevné znaky a rozdíly mezi nimi často přehánějí. (Vágnerová, 2021)

Vágnerová (2021) uvádí tři body procesu diferenciacce genderové identity u dětí:

1. Dítě 3 roky – Dítě rozumí genderu jako kritériu dělení na chlapce a dívky, roli nehraje ani tak biologické pohlaví jako spíše viditelné znaky, např. jak se chlapci a dívky oblékají. Věří tomu, že když se dívka

převlékne za chlapce, stane se z ní chlapec. Neuvědomují si, že pohlaví je trvalé.

2. Dítě 4 roky – Děti už vědí, že jejich pohlaví je součástí jejich identity, je trvalé a neměnné. Uvědomují si genderovou stálost a spojují si ji s hračkami, aktivitami, oblečením i s jednáním. Jestliže, ale toto vymezení dítě nespĺňuje je ostatními dětmi zavrženo, protože kladou důraz na dodržování charakteristik spojených s jednotlivým genderem.
3. Dítě 5 let – Děti vědí, že jestliže by se dívka převlékla za Supermana její genderová identita zůstane stejná. Vágnerová to nazývá genderovou konstantností a tato konstantnost u dětí zesiluje identifikaci vzorců u jednotlivých pohlaví.

S genderovou identitou a učením se rozdílů mezi tím, co je „ženské“ a co „mužské“ úzce souvisí také sociální role, které hrajeme v rámci naší genderové role. Genderová identita představuje vnitřní a plně privátní aspekt lidské osobnosti, zahrnující genderové charakteristiky, které jedinec prožívá jako své vlastní a skládá se rovněž z genderových rolí, které rezonují s vnitřním prožíváním jednotlivce (Janošová, 2008).

Tyto projevy jsou obvykle vnímány jako autentické a vyjádření sebe sama, přičemž odpovídající část role je vnímána jako soulad se sebepojetím. I přesto, že genderová identita tvoří součást našeho já, některé její aspekty nemusí být patrné navenek. Genderová role tedy může zahrnovat vnější projevy, kterými se jedinec nemusí identifikovat. K těmto projevům může patřit i jejich používání pro dosažení sociálního uznání či projev společenské shody. (Janošová, 2008)

## **1.4 Genderová role a sociální role**

V dnešním společenském kontextu se stále ukazuje, že sociální role nejsou neutrální, ale jsou silně „genderované“, což znamená, že jsou ovlivňovány

a formovány genderovými normami a očekáváními. „*Role poskytuje vzorec, podle něhož má jednatlivec v konkrétní situaci jednat.*“ (Berger, 2017, s. 99) Gender, jako sociálně konstruovaný systém rozdělení rolí a identit mezi muži a ženami, proniká do všech sfér našeho života, což má dalekosáhlé dopady na vnímání a interpretaci našich aktivit. Při hraní jakékoliv sociální role jedinec automaticky zastává i genderovou roli. Dle Karstena (2006) chápeme roli jako soubor směrnic, předpisů a pravidel chování, určujících pohlavně specifické chování osobnosti. Genderové role jsou formovány prostřednictvím interakce jednotlivců se svým okolím a poskytují jim směrnice ohledně přijatelného chování vzhledem k jejich pohlaví (Blackstone, 2003).

Jak imitace (napodobování), tak identifikace (ztotožnění) vyjadřují sklon jednotlivce opakovat činnosti, postoje a emocionální reakce, které předvádí skutečný nebo symbolický vzor (Oakleyová, 2000). Každá společnost má předem stanovené normy a očekávání týkající se chování mužů a žen. Tato očekávání pak formují a ovlivňují sociální role, které jednotlivci přijímají a hrají ve společnosti.

Identifikace je specifickým způsobem, jak děti napodobují chování, ale také zahrnuje emocionální spojení a snaha být jako daná osoba. Typicky se děti v raném dětství identifikují s rodiči, přejímají jejich způsoby jednání a hodnoty. Například malý chlapec může napodobovat svého otce v rutinách, jako je holení, nebo dívka se může snažit po matce převzít způsob, jakým komunikuje s ostatními. Tímto procesem se učí chovat a řešit problémy podle vzoru, který je charakteristický pro osobu, s níž se identifikují. (Vágnerová, 2021)

Společenský tlak správného hraní genderové role, který je kladen na jednotlivce může být patrný v různých sférách, jako je například pracovní prostředí, rodina nebo média (Janošová, 2008). Genderové role jsou tak vytvářeny skrze systémy norem, ke kterým se váže očekávání a chování daného pohlaví, vhodné role jsou určeny v souladu s přesvědčeními společnosti (Blackstone, 2003). Mimo jiné vytváří stereotypy, které jsou spojeny s mužstvím

a ženstvím. Tlak ze strany společnosti poté nutí jednotlivce tyto normy přijímat a dodržovat.

Konkrétně média využívají sofistikované metody k podpoře genderových rolí, které se snadno šíří. Presentovaný obraz muže a ženy odráží a využívá definici genderových rolí v dané společnosti. (Oakleyová, 2000)

## **2 Metodologie**

Metodami mého výzkumu jsou kvalitativní sonda v podobě polostrukturovaných rozhovorů a obsahová analýza. Rozhovory se zaměřují na minulost, tedy jak byli participanti vychováváni. Obsahová analýza se zaměřuje na přítomnost, na analýzu internetových stránek hračkářství a toho, jak ovlivňují genderovou socializaci. Teorii bakalářské práce doplňuji výroky svých komunikačních partnerů, kdy tyto výroky určité fenomény teorie potvrzují nebo naopak vyvracejí, a také poznatky získané obsahovou analýzou.

Nutno podotknout, že rozhovory a obsahová analýza na sebe nenavazují, nelze je srovnat, jelikož, jak jsem zmiňovala výše, data z rozhovorů jsou z minulosti a obsahová analýza se týká přítomnosti. Na druhou stranu tento časový rozdíl umožňuje vhled a srovnání, jak genderové stereotypy ovlivňovaly nebo mohou ovlivňovat výchovu.

V následující části se zaměřuji na cíl výzkumu a výzkumné otázky, výzkumnou strategii, popisuji výzkumný vzorek a představuji metodu sběru dat.

### **2.1 Výzkumné otázky**

Moji konkrétní výzkumnou otázkou je: Jak genderové stereotypy ovlivňují a usměrňují socializaci dětí?

Na tuto otázku dále navazují následující otázky: Jak rodiče reflektují genderové stereotypy a odlišnosti mezi chlapcem a dívkou a reagují na



genderově nekonformní chování? Podle jakých vzorců rodiče dětem vybírají zájmové kroužky, hračky, oblečení atd.?

## 2.2 Etika výzkumu

Spolupráce s participanty ve výzkumu pramení z dobrovolnosti, důvěryhodnosti a informovaného souhlasu. Při oslovování účastníků jim je sdělena dobrovolnost účasti ve výzkumu a možnost opustit výzkum bez jakýchkoli důsledků (Mišovič, 2019). Důvěryhodnost je dalším faktorem, který je třeba zohlednit „*znamená to, že nebudou zveřejněna žádná data, jež by mohla umožnit čtenáři identifikovat účastníky výzkumu.*“ (Svaříček & Šeďová, 2010, s. 45)

Jména komunikačních partnerů jsem nahradila pseudonymy a zachovala anonymitu zmiňovaných měst během rozhovoru. V textu neuvádím informace o zaměstnání, studiu nebo jiných geografických či osobních aspektech, které by mohly identifikovat jednotlivé komunikační partnery.

Informovaný souhlas ke zpracování dat je nezbytným předpokladem pro sociálně-vědní výzkumy. Účastníci výzkumu musí poskytnout souhlas, který může být zaznamenán na diktafon nebo vyplněný ve formě písemného formuláře. (Svaříček & Šeďová, 2010)

Pro svůj výzkum jsem využila písemného informovaného souhlasu, kde informuji o tom, že identifikační a jiné údaje participantů, co nejsou součástí k dosažení cílů bakalářské práce, budou anonymizovány, rozhovor nahráván a poté přepsán, další případné využití rozhovoru bude využito pouze se souhlasem participantů apod. (viz příloha č. 2).

Je potřeba brát zřetel také na to, že některé události mohou být pro jedince traumatizující. Dle Mišoviče (2019, s.77) „*Výzkum samozřejmě nesmí účastníkům způsobovat jakoukoliv újmu nebo škodu, ani fyzickou, ani psychickou.*“ Během rozhovoru se tudíž může stát, že komunikačnímu partnerovi připomeneme nějakou těžkou situaci, v mém případě otázky č. 4 a 5 a je potřeba takovým

otázkám věnovat větší pozornost a být připraven na tzv. krizovou intervenci (Miovský, 2006).

### 2.3 Výzkumná strategie

Vzhledem k mému zájmu o zkoumání způsobů, jakým byli komunikační partneři socializováni do svého genderu a jaké stereotypy ovlivňovaly jejich volbu zájmových aktivit a hraček, jsem se rozhodla použít kvalitativní metodu ve formě polostrukturovaných rozhovorů. Tato metoda mi umožnila získat konkrétní příklady zkoumaných jevů. Kvalitativní výzkum „*vychází z toho, jak jsou různé pojmy a vztahy chápány aktéry sociální reality.*“ (Švaříček & Šedřová, 2010, s. 18)

Hendl (2023, s. 48) definuje kvalitativního výzkumníka následovně: „*V typickém případě kvalitativní výzkumník vybírá na začátku výzkumu téma a určí základní výzkumné otázky. Otázky může modifikovat nebo doplňovat v průběhu výzkumu, během sběru a analýzy dat.*“

Obsahová analýza internetových stránek hračkářství a reklam v médiích mi díky své flexibilitě umožnila sledovat, jak i v dnešní době mohou stereotypní představy ovlivňovat socializaci dětí v tom, co je připisováno mužům a ženám. Je to „*výzkumná technika pro vytváření replikovatelných a validních úsudků z textů na okolnosti vytváření jejich obsahů.*“ (Hájek, 2014, s. 111)

### 2.4 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek participantů jsem vybírala kombinovaně metodou příležitostného výběru a záměrného (účelového) výběru. Metoda příležitostného výběru se vyznačuje tím, že „*využíváme příležitostí, které se nám v průběhu realizace výzkumu nabízejí, k tomu, abychom získali účastníky výzkumu.*“ (Patton, 1990 in Miovský, 2006)

Metoda záměrného (účelového) výběru označuje postup, „*kdy cíleně vyhledáváme účastníky podle jejich určitých vlastností. Kritériem výběru je právě vybraná (určená) vlastnost (či projev této vlastnosti) nebo stav (např. příslušnost k určité sociální nebo jiné skupině).*“ (Miovský, 2006, s. 135)

Vzorkem mého výzkumu byli jedinci ve věku od 18 do 26 let, z menších měst (od 7 000 do 16 000 obyvatel), vychovávaní v úplné nukleární rodině. Vzorek byl zvolen tak, aby se výroky participantů spolu mohly srovnávat. Věková skupina účastníků byla vybrána s ohledem na to, aby dosáhla určité úrovně rozumové vyspělosti, což usnadnilo komunikaci a porozumění. Zároveň jsem zvolila věk, který umožnil, aby si účastníci byli vědomi způsobu, jakým byli v minulosti vychovávaní.

Pro obsahovou analýzu jsem vybrala tři internetové stránky hračkářství a reklamy na komerčních televizních programech.

## **2.5 Metoda sběru dat**

Jako metodu sběru dat jsem použila polostrukturovaný rozhovor. „*Polostrukturovaný rozhovor obsahuje připravené otázky, důsledně a systematicky orientované k identifikaci výzkumných témat pomocí detailních odpovědí.*“ (Mišovič, 2019, s. 84)

Polostrukturovaný rozhovor umožňuje flexibilně využít neformálního a přirozeného dialogu k motivaci zájmu účastníka v oblastech, kde klademe důraz na podrobnější zkoumání. Tento typ rozhovoru je vhodný pro studium skupin, které neprojevují výrazné odchylky ve svém chování. (Mišovič, 2019)

Během průběhu rozhovorů je přínosné využít upřesnění či vysvětlení odpovědi komunikačního partnera. Tím můžeme lépe porozumět jejich stanovisku a zjistit, zda jejich odpověď byla například myšlena ironicky nebo byla založena na nadsázce. (Miovský, 2006)

Případné komunikační partnery jsem zkontaktovala pomocí sociálních sítí nebo slovně. Informovala jsem je o svém výzkumu, přiblížila jsem účel a jak dlouho by měl rozhovor probíhat a jakým způsobem mi pomůže (Mišovič, 2019). Oslovila jsem deset jedinců (5 žen a 5 mužů), přičemž všichni souhlasili s účastí ve výzkumu. Následně jsem jim nechala volnost v tom, kdy a kde bude rozhovor probíhat, s ohledem na jejich pohodlí při zodpovídání otázek. Po provedení všech rozhovorů bylo využito pouze osmi z nich (4 rozhovory s ženami a taktéž 4 rozhovory s muži). Důvodem byl fakt, že dva participanti odpovídali velmi stručně, odmítali podávat detailní informace nebo si nevybavovali hračky, zájmové aktivity ve svém dětství a nemohli tak na otázky adekvátně odpovědět.

V připravených otázkách rozhovoru jsem přeskakovala podle toku řeči komunikačního partnera. Struktura rozhovoru a případné podotázky jsou přiloženy v příloze č.1. Do podotázek jsem taktéž zahrнула otázky, jak si participanti myslí, že by jejich rodiče reagovali na jejich genderově nekonformní aktivity.

Rozhovor byl strukturován do několika fází. V úvodní části byl specifikován účel, očekávaná doba trvání a etické zásady výzkumu. Také byl získán souhlas k nahrávání rozhovoru (viz příloha č. 2). Před přechodem k jádru rozhovoru bylo nutné nastolit obecnější téma, které následně sloužilo jako základ pro hlavní část rozhovoru. Náročnější otázky byly kladené až poté, co jsem se ujistila, že jsou pro dotazovanou osobu vhodné a byla připravena na ně odpovědět. (Mišovič, 2019)

V závěru rozhovoru bylo důležité vyjádřit komunikačnímu partnerovi, že cílem nebylo pouze získat informace, ale také se ujistit, že proběhlý rozhovor byl příjemný a že odchází s pozitivním dojmem z našeho setkání. (Mišovič, 2019)

Závěry všech rozhovorů byly pozitivní a setkala jsem se také s výrokem, že *„To byla taková sonda do mojí duše! Děkuju, užil jsem si to.“*

Obsahová analýza byla, jak bylo řečeno výše, použita k analýze internetových stránek hračkářství a reklam v televizních programech. Je

metodou zkoumání dokumentů a textů, ať už tištěných či vizuálních, s úmyslem kvantifikovat jejich obsah podle definovaných kategorií systematickým a opakovatelným způsobem. Tento přístup je velmi flexibilní a aplikovatelný na širokou škálu médií. (Bryman, 2012)

## 2.6 Zpracování a analýza dat

Kvalitativní data, která jsou navázána na matici (papír, fotografie apod.) nazýváme fixací neboli zaznamenáváním (Miovský, 2006). Pro svůj výzkum jsem zvolila metodu fixace na audiozáznam. Audiozáznam poskytuje významnou oporu při analyzování rozhovorů, nahrávka umožňuje opakované poslechy a lze se k ní kdykoliv vrátit. *„Zvukový záznam navíc zachycuje veškeré kvality mluveného slova, tedy sílu hlasu, délku pomlky, různé doprovodné zvuky či řečové vady. Tyto kvality nám záznam metodou tužka-papír nenabídne.“* (Miovský, 2006, s. 197)

Rozhovory jsem nahrávala na diktafon a následně jsem použila doslovnou transkripci, kdy jsem všechny rozhovory doslovně přepsala, odstranila výplňová slova.

Dle Mišoviče (2019, s. 131) *„pořizování a využívání přepisu představuje nedílnou součást kvalitní realizace výzkumu, zejména pro začínající výzkumníky, a znamená začátek analýzy.“*

Následná analýza poté začala výběrem kvalitních dat. Získané informace poskytly přehled o událostech a přispěly k formování, interpretaci a vysvětlení zkoumaných jevů. (Mišovič, 2019)

Pro analýzu jsem zvolila techniku vytváření trsů. *„Využívá se pro seskupování určitých výroků do skupin a k jejich konceptualizaci, provádí se na základě rozlišení zkoumaných případů, jevů, osob, místa a navazuje na běžný zvyk zařazovat věci do skupin, tříd, kategorií.“* (Mišovič, 2019, s. 140)

Přepsané výroky z rozhovorů jsem si utřídila do tří kategorií, kdy jednotlivé kategorie mají ještě své podkategorie, které se prolínají v jednotlivých fenoménech teoretické části:

1. kategorie: stereotypizace výchovy rodiči
  - a. popis rodičů
  - b. čas strávený s rodiči
  - c. usměrňování chování a tresty
  - d. rady do života
  - e. kontrola nad volným časem
2. kategorie: stereotypizace dětství a jeho prvků
  - a. oblečení
  - b. hračky
  - c. dětské hry
  - d. knížky a pohádky
  - e. aktivity a zájmové kroužky
  - f. domácí práce
3. kategorie: vhléd do vlastní výchovy rodiči

Této kategorii odpovídaly otázky č. 12 a č. 13 použité v rozhovoru s komunikačními partnery (viz příloha č. 1). Skrze tyto otázky jsem zjišťovala, do jaké míry byla jejich výchova genderovaná a jak svoji výchovu hodnotili. Otázkou „Změnil/a bys něco na výchově svými rodiči“ jsem získala ucelenější pohled na jednotlivé aspekty výchovy a často také dovysvětlení některých jevů (konkrétně např. v podkapitole č. 6.8 Tresty a usměrňování).

Otázkou „Jak byste vychovávali své děti?“ jsem získala od komunikačních partnerů porovnání mezi přístupem jejich rodičů a participanty preferovaným přístupem k výchově, abych dokázala lépe porozumět genderovým stereotypům uplatňovaným ve výchově a identifikovala je.

V obsahové analýze jsem zvolila selektivní kódování, jelikož jsem měla předem stanovené kategorie a můj zájem spočíval v identifikaci obsahu, který do těchto kategorií spadá. Selektivní kódování je dle Hájka (2014, s. 73) „*práce s kategoriemi, jejímž cílem je vybudovat zakotvenou teorii nějakého jevu.*“ Tento přístup mi umožnil zaměřit se na specifické aspekty obsahu, které byly relevantní pro analýzu, což bylo užitečné pro bližší identifikaci toho, co je považováno za chlapecké a dívčí hračky na internetových stránkách hračkářství a přiblížení témat reklam v televizi a jejich možná genderovanost.

Internetové stránky hračkářství se už samy o sobě rozlišují podle pohlaví. Zaměřila jsem se na to, jaké hračky do těchto kategorií spadají. Reklamy v televizi jsem rozřazovala podle výskytu postav mužů a žen.

### **3 Učení genderu**

Malé děti se učí genderu neuvědoměle. Ještě, než se samy označí za dívku nebo za chlapce dostanou od svých rodičů i okolí mnoho předverbálních signálů. Giddens v tomto případě zmiňuje odlišný přístup k dívkám a chlapcům nebo odlišnost vůní používaných muži a ženami. Ale také dostávají vizuální signály, jelikož odlišnosti v oblékání a účesech se u žen a mužů liší. (Giddens, 2013)

Dívky jsou často oblékané do růžové barvy a chlapci do modré barvy. Dívkám se zřídka kupují autíčka a chlapcům panenky. Dívky se učí starostlivosti a péči, chlapci se naopak učí disciplíně a samostatnosti. Ale jak se dívky a chlapci dozvídají, co přísluší jejich genderové roli a jak zjišťují, že dívky jsou dívky a chlapci jsou chlapci? Podle čeho určují a učí se, co je „ženské“ a co „mužské? Těmito otázkami se zabývalo mnoho teorií a teoretiků. (Renzetti & Curran, 2003)

Ve své práci zmíním tři nejrozšířenější teorie, kterými jsou teorie sociálního učení, kognitivně-vývojové teorie a teorie Sandry Bem, která navazuje na kognitivně-vývojovou teorii.

### 3.1 Teorie sociálního učení

Dle Wyrobkové (2007) je proces sociálního učení podstatnou částí v utváření mužské a ženské psychiky založený na přijetí genderové role a zahrnuje tři základní prvky: 1. společensky uznávaná pravidla, která určují, co je považováno za vhodné nebo nevhodné chování, 2. Dozor nebo řízení ze strany společnosti a 3. Sankce nebo odměny za nepřijatelné nebo přijatelné chování.

Teorie sociálního učení vychází z behavioristického psychologického směru, zejména z konceptu posilování neboli podmiňování a modelování neboli nápodoby. „Podle teoretiků, jako jsou Walter Mischel (1966), Bussey & Bandura (1999) a Albert Bandura (1986), lze odlišné chování mezi muži a ženami nejlépe vysvětlit pomocí dobře známých principů učení, kupříkladu klasickým podmiňováním, operantním podmiňováním a napodobováním.“ (Lippa, 2009, s. 153-154)

Nejznámější pokus v teorii klasického podmiňování provedl I. P. Pavlov ve svém experimentu se psy. Psi dostávali jídlo po zazvonění zvonku, postupem času začali po stejném zvukovém signálu slinit i přesto, že jídlo nedostali ani ho necítili. Vytvořili si tak asociaci mezi zvukem zvonku a příjmem potravy. Lippa (2009) říká, že dle Waltera Mischela, který ve svém výzkumu z roku 1966 zjistil, že klasické podmiňování se může vztahovat k teorii sociálního učení a tím pádem na pohlaví ve smyslu, že jestliže se chlapec nebo dívka budou setkávat s označením, které je zesměšňují nebo v nich budou vyvolávat negativní pocit nebudou se chtít chovat tímto způsobem. Femininní označení pro chlapce a maskulinní označení pro dívky je podmíněno k tomu, aby přineslo odmítavé reakce.

Ve svém okolí slyším, že pokud se chlapec prezentuje femininně, tudíž nesplňuje typický genderový stereotyp často je označován za „slečinku" nebo „metrouše". Stejně tak, dívka, která se prezentuje více maskulinně a nesplňuje genderový stereotyp, je nazývána jako „babochlap" nebo „mužatka". V některých



případech je jim dokonce automaticky připisována jiná než heterosexuální orientace.

Jedním z příkladu může být výpověď Marie: „*Na základní škole se jedna ze spolužaček musela nechat ostříhat, protože měla vši a začala se pak malovat, protože vypadala hodně jako kluk a ostatní se jí směli.*“

Z dívky, která měla odjakživa dlouhé vlasy byla dívka s typicky pánským střihem vlasů. Jak je vidět, ihned se setkala se značnou kritikou, a proto se začala líčit, aby podpořila svoji femininní složku identity.

Druhý typ podmiňování, který Lippa (2009) rozebírá je operativní podmiňování, ke kterému dochází, když se vědomé chování vytváří pomocí odměny a trestu, tudíž jsou chlapci i dívky neustále odměňováni a trestáni za svoje jednání a chování.

Převedením těchto teorií podmiňování do sociálního učení, koncept posilování neboli podmiňování tedy znamená, že když po chování následuje odměna, pravděpodobnost, že se toto chování opakuje, se zvyšuje. Naopak, když je chování následováno trestem, pravděpodobnost jeho opakování klesá. (Renzetti & Curran, 2003)

Konkrétněji řečeno tedy teorie sociálního učení uvádí, že děti formují své genderové identity tím, že jsou odměňovány za chování, které odpovídá očekáváním pro jejich pohlaví, a naopak jsou trestány za chování, které je s těmito očekáváním v rozporu. Tyto odměny a tresty mohou přijímat formu uznání jako je pochvala nebo napomenutí, kritika nebo výsměch. (Renzetti & Curran, 2003; Wyrobková, 2007)

Děti se učí také prostřednictvím nápodoby neboli modelováním lidí ve svém okolí jako jsou rodiče stejného pohlaví, sourozenci, kamarádi, idoly nebo medii prezentovány mužské a ženské role (Renzetti & Curran, 2003). Díky pozorování si děti osvojují vhodné chování, které odpovídá mužskému či ženskému a poté toto jednání napodobují (Atkinson, 2003).

Jak metoda podmiňování, tak metoda nápodoby jsou vzájemně provázané. Děti jsou motivovány k napodobování určitých druhů chování a trestány za napodobování jiných. Často napodobují chování těch lidí, kteří je odměňují za jejich jednání nebo napodobují autoritu, která je spojována s osobou, kterou napodobují, jak ve svém výzkumu z roku 1989 zjistila C. N. Jacklin. (Renzetti & Curran, 2003)

Také teorie sociálního učení se setkala s kritikou. Považuje dítě za pasivního příjemce okolních socializačních vlivů a že jeho chování je podmiňováno či odměňováno a trestáno, tudíž nebere v potaz, že děti samy si vytvářejí obraz sebe sama a uplatňují svá pravidla a vazbu k jednotlivým pohlavím. (Lippa, 2009; Renzetti & Curran, 2003; Wyrobková, 2007)

Raskin a Israel ve svém výzkumu z roku 1981 nepotvrdili, že děti napodobují spíše vzory stejného pohlaví, ale roli hraje také moc a síla autority, jak je již zmiňováno výše ve výzkumu C. N. Jacklin. (Renzetti & Curran, 2003)

### 3.2 Kognitivně-vývojové teorie

Kognitivně-vývojové teorie vycházejí z děl Jeana Piageta a Lawrence Kohlberga a jejich konceptem je, „že děti se učí genderu (a genderovým stereotypům) v rámci svých rozumových snah nalézt řád v sociálním světě, který je obklopuje.“ (Renzetti & Curran, 2003, s. 100) V článku z roku 1966 L. Kohlberg říká, že dětské představy o genderových rolích mají klíčový vliv na to, jak se děti motivují k přijímání maskulinního či femininního chování (Lippa, 2009). Děti jsou aktivními účastníky procesu učení se genderu a genderových stereotypů. Jejich snaha pochopit svět kolem sebe a jejich motivace k přijímání určitého chování jsou ovlivněny jejich představami o genderových rolích. Tento proces má klíčový význam pro formování jejich identity a chování v dospělosti.

Dle kognitivně-vývojové teorie si samo dítě chce osvojit genderově odpovídající vlastnosti a chování, které mu dle společnosti, ve které vyrůstá,

přísluší. Jakmile si děti tyto koncepty neboli schémata osvojí jsou velmi silně motivovány k jejich dodržování. Děti se snaží dodržet klasifikace jednotlivých genderů, tudíž co je považováno za mužské a co za ženské. (Wyrobková, 2007)

Renzetti a Curran (2003) tyto teorie ukazují na příkladu dítěte, které se ocitlo ve světě, kde je naprostým cizincem. Dítě během pozorování a interakce chce pochopit význam informací se kterými přijde do styku a rozpoznává vzory v okolí. Tímto způsobem si vytváří schémata, která si vztahují na určité skupiny lidí nebo typy jednání a jedním z nejzásadnějších schémat je pro děti vnímání pohlaví, které je ovlivněno stupněm mentální zralosti.

Dle této teorie se genderová identita vyvíjí od druhého do sedmého roku (Atkinson, 2003). Dle Kohlberga vývoj dítěte probíhá ve třech fázích a je aktivním procesem (Brannon, 1999; Doyle, Paludi, 1998; Durkin, 1995; Schaffer, 1996 in Wyrobková, 2007):

1. Identifikace dvou genderů a učení se jejich správnému rozlišování – Probíhá od 2 do 3,5 roku života, kdy dítě umí použít pojmy „chlapec“ a „dívka“ jak na sebe, tak na svoje okolí, ale gender nepovažuje za celoživotní kategorii. Dítě si spojuje s chlapci a dívkami konkrétnosti, jako je oblečení nebo účes.
2. Genderová stabilita – Probíhá od 3,5 do 4,5 roku života. Dítě je stále ovlivněno fyzickými charakteristikami genderu, ale již ve věku čtyř let si uvědomuje, že z chlapce vyroste muž a z dívky žena.
3. Stálost genderu – Probíhá od 4,5 do 7 roku života. Gender je ustálen a u dětí se vytváří genderová identita, která je založena na nezměnitelném zařazení sebe a ostatních do jedné z genderových skupin. S uvědoměním si svojí vlastní neměnné genderové role souvisí hodnocení ostatních, jelikož děti začínají hodnotit projevy chování jako žádoucí či nežádoucí pro určitý gender.

Kritických bodů u kognitivně-vývojových teorií je hned několik. Kognitivně-vývojové teorie říkají, že dítě si svou genderovou identitu osvojuje

samo a že dichotomizaci muž-žena vnímá jako formu lehké rozpoznatelnosti a přirozenosti, ovšem opomíjí fakt, že klíčovou roli v genderové socializaci hraje kultura, jak upozorňuje v následující teorii S. Bem (Renzetti & Curran, 2003). Dále teorie vysvětluje, že děti formují svoji identitu v kategorii muž nebo žena, neberou v úvahu formování identity podle náboženství, etnicity nebo národnosti (Wyrobková, 2007). Nebo také problém „slepice a vejce“, uvědomění si vlastního mužského nebo ženského pohlaví je předpokladem pro přijetí a napodobování chování, které je spojeno s tradičními mužskými či ženskými rolemi (Lippa, 2009).

### 3.3 Teorie genderového schématu S. Bem

Kognitivně-vývojové teorie doplnila psycholožka S. Bem, která navrhla alternativní teorii k procesu formování genderové identity a dle její teorie se jedinci učí konceptům daného genderu za základě své kultury, tedy společnosti, ve které žije. (Lippa 2007; Renzetti & Curran, 2003)

S. Bem ve svých publikacích z let 1981 a 1993 říká, že společnost klade důraz na rozeznávání genderu a s tím tedy související rozdíly mezi muži a ženami, za tak důležitý faktor, že se děti již od útlého věku učí vnímat, jak samy sebe, tak společnost skrze tyto kategorie, nazývá to genderovou polarizací (Wyrobková, 2007). *„Genderovou polarizací je míněno nejen, že jsou muži a ženy považováni za bytostně odlišné, ale že tyto odlišnosti ustavují jeden u ústředních principů společenského uspořádání.“* (Renzetti & Curran, 2003, s. 103)

Teorie se zabývá taky tzv. metasděleními, což je *„ponaučení o tom, co je důležité, co je oceňováno a jaké rozdíly mezi lidmi jsou z hlediska dané kultury významné.“* (Renzetti & Curran, 2003, s. 104) Metasdělení o genderu je pak latentní podoba genderové polarizace, která je doprovázena uspořádáním našeho života a života našich dětí, jako příkladem může posloužit to, když dítě

vidí svoji matku uklízet, ačkoliv dítě ví, že otec umí uklízet taky (Renzetti & Curran, 2003).

Od dětí se vyžaduje, aby klasifikovaly vše podle genderu, jako například rozhodování, zda je určitá hračka nebo aktivita vhodnější pro chlapce nebo dívky, například autíčka pro chlapce a panenky pro dívky nebo hokej pro chlapce a balet pro dívky. Postupně si děti vytvářejí představu o sobě vzhledem k jejich mužství nebo ženství. Jazyk, který obsahuje gramatický rod pro muže a ženy, také hraje klíčovou roli v tomto procesu, přičemž dětem předává dva rozdílné modely lidské identity, jako například „lékař“ pro muže a „sestra“ pro ženy. (Wyrobková, 2007)

Bem se také zabývá pojmem androcentrismus. *„Termínem androcentrismus označuje Bem jak představu, že muži jsou nadřazeni ženám, tak i obtížně vykořenitelný předpoklad, že muži a jejich prožívání světa jsou jakýmsi standardem, vůči němuž jsou ženy poměřovány.“* (Renzetti & Curran, 2003, s. 103) Androcentrismus představuje nejen myšlenku, že muži jsou nadřazeni ženám, ale také předsudek, že mužské zkušenosti a perspektiva jsou považovány za normu, podle které jsou ženy hodnoceny. Například, rozhodnutí ženy ve vedoucí pozici může být méně respektováno než rozhodnutí muže, ačkoliv výsledek bude stejný.

## 4 Stereotypy

Stereotypy, jakéhokoliv druhu, ať se jedná o ty genderové, národnostní nebo věkové, se nám na první pohled zdají přirozené, ale ačkoliv jsou často hodnoceny skepticky, jsou nezbytné, protože nám usnadňují vnímání světa. Stereotypy nám z psychologického hlediska pomáhají porozumět lidem a skupinám, které poznáváme.

Stereotypy pro nás představují užitečné kognitivní nástroje, které nám pomáhají porozumět okolnímu světu. David M. Amodio ve svém článku z roku 2014 popisuje, že když se setkáme s ostatními, naše stereotypní očekávání aktivují specifické oblasti mozku, což nám usnadňuje identifikaci, interpretaci

a zapamatování si informací o daných jedincích (Amodio, 2014 in Ellemers, 2018). Tyto stereotypy slouží jako silné filtry, ovlivňující naši pozornost, formující naše vnímání hodnotných informací a rozhodující, co si uchováme v paměti (Ellemers, 2018).

Stereotypy často vedou k sebenaplňujícím proroctvím. Naše předpoklady a očekávání o jednotlivcích ovlivňují, jak se k nim chováme. Pokud očekáváme, že se lidé budou chovat určitým stereotypním způsobem, naše chování v jejich přítomnosti může posílit jejich tendenci jednat podle těchto očekávání. (Atkinson, 2003)

#### **4.1 Genderové stereotypy**

Tím, že se od raného dětství pohybujeme v neustále se točícím kole genderových stereotypů, víme, jakými atributy se vyznačují muži a ženy. Představa o genderových stereotypech nám může pomoci v komunikaci a porozumění mezi jednotlivci. Ale naopak se k nim váží také negativa.

Genderové stereotypy mohou poskytnout rychlý odhad očekávaného chování neznámých jednotlivců, což může být užitečné. Nicméně tyto stereotypy se ukazují méně efektivními při přesném odhadu individuálních schopností a hodnocení konkrétních charakteristik jednotlivců. Často se spoléháme na tyto stereotypy, které jsou založené na příslušnosti k určité skupině, místo toho, abychom každou osobu posuzovali individuálně podle jejích vlastních schopností a vlastností. Genderové stereotypy zveličují vnímané důsledky kategorizace jednotlivců podle pohlaví, poskytují zjednodušený pohled na realitu a posilují vnímané rozdíly mezi ženami a muži. V oblastech společenského života, mužů i žen, mají genderové stereotypy dopad například na zaměstnání a výchovu. (Ellemers, 2018)

Valná většina lidí se opírá právě o genderové stereotypy, jelikož se jedná o zjednodušený popis mužů či žen a jejich maskulinity a femininity (Renzetti

& Curran, 2003). Stereotypizace pohlavních rolí prostupují každodenní interakcí mužů a žen. Týkají se schopností a vlastností, které jsou očekávané na základě pohlaví. „Stereotypy pohlavních rolí v naší společnosti přiřazují muži a ženě typické vlastnosti, které se často vzájemně doplňují jakožto protiklady, určují naše očekávání vůči jednotlivým ženským a mužským jedincům i naše jednání vůči nim v konkrétních sociálních institucích.“ (Karsten, 2006, s. 23-24)

Málo, který jedinec splňuje přesnou definici maskulinního a femininního vzorce chování a jednání. Například žena, která si vybuduje kariéru a stane se úspěšnou je nazývána „kariéristkou“ nebo je naopak oceňována. Stejně jako muž na mateřské dovolené může být okolím zesměšňován a nepochopen, jinými naopak oceněn. Na takové jedince je někdy pohlíženo příznivě, ale častěji se většinou označují jako deviantní nebo abnormální, což se také projevuje v jejich společenském zařazení a interakcích (Renzetti & Curran, 2003).

Ve svém výzkumu z roku 1997 J. M. Riggs ukazuje, že stereotyp odrazuje muže přijímat roli pečujícího otce, tedy otce na rodičovské dovolené. Muž, který opustí zaměstnání na úkor péče o své děti ztrácí důstojnost. Tato role je u mužů neoceněna a spíše tím muž v očích společnosti ztrácí reputaci. Naopak u žen, které učiní stejný krok a opustí svou práci ve prospěch rodiny, je tato volba podporována a samotné rozhodnutí je plně schvalováno. (Ellemers, 2018)

Důležité je mít na paměti, že podobné rozlišování se projevuje nejen v osobní komunikaci jednotlivců, ale i ve struktuře společnosti, ve které žijeme. Každá společnost určuje svým členům specifické vlastnosti, normy chování a vzorce interakce na základě jejich pohlaví. Například od mužů se častěji očekává, že budou fyzicky silní a neemotivní, zatímco ženám jsou často připisovány předpoklady pro péči o domácnost a emocionální podporu. Tyto normy jsou integrovány do sociálních institucí, jako jsou školy, zaměstnání nebo média. Jejich význam se projevuje v každodenním životě a utváří vnímání a chování lidí ve společnosti. (Renzetti & Curran, 2003)

Genderové stereotypy stojí v cestě rovnoměrné péči o děti a členy rodiny. Pečovatelská role ženy je ve smyslu starat se, zatímco pečovatelská role muže je zajistit rodinu po ekonomické stránce. Mimo jiné nás genderové stereotypy vedou k podceňování emocionální náročnosti péče o děti u žen a fyzickou náročnost spojenou s namáhavou prací u mužů. Tyto stereotypy také představují překážku pro ženy s úspěšnou kariérou v hledání partnera a pro muže, kteří jsou bez zaměstnání vyvolávají pocit méněcennosti. Omezení vyplývající ze stereotypů mají širší dopad i na společnost, nejen na jednotlivce. Tím, že ovlivňují psychickou i fyzickou stránku jednotlivců podílejí se tak na rodinách nebo na dostupnosti a přínosů jednotlivců na trhu práce. (Ellemers, 2018)

Genderové stereotypy nejen ovlivňují náš způsob vnímání druhých a rozhodnutí, která jim přidělujeme, ale také formují naše vlastní představy o sobě. Tyto stereotypy tvarují naši identitu, definují, jaké chování považujeme za společensky akceptovatelné, formují naše ambice a ovlivňují hodnoty, které přisuzujeme určitým výsledkům. V konečném důsledku se promítají do našeho osobního i profesního života, ovlivňují naše rozhodování a formují náš pohled na sebe i svět kolem nás. (Ellemers, 2018)

## **4.2 Definice slov „muž“ a „žena“ ve slovníku**

I české slovníky reflektují genderové stereotypy v definicích muže a ženy. Slovníkové definice také ukazují na to, jak jsou genderové identity konstruovány a stavěny do protikladu. Mimo jiné je český jazyk silně genderovaný například gramatickým rodem nebo preferencí určitého slovního tvaru podle pohlaví osoby o které se hovoří.

*„Když se dítě učí jazyk své kultury, v zásadě se zároveň učí, jako člen této kultury myslet a jak se chovat.“* (Renzetti & Curran, 2003, s. 174) Každé slovo nese význam, kterým něco označuje, popisuje nebo hodnotí. Nejen kulturní hodnoty a normy jsou základem socializace, je jimi i jazyk. Slova používaná v rámci kultur jsou



sdílená všemi jejími členy a pomáhají vytvářet společenský řád. (Renzetti & Curran, 2003)

V rámci definice ženy jsou patrné stereotypy spojené s fyzickým popisem, rodinným statutem, pracovními rolemi a manželstvím. Fyzické charakteristiky, jako „drobná“ nebo „korpulentní“, přispívají k omezenému vnímání ženského těla. Rodinný status, jako „vdaná žena“ či „mladá, vdaná žena“, může podporovat tradiční představy o ženách v rámci rodinné struktury. Pracovní role, například „žena na úklid“ nebo „najatá žena“, odrážejí genderové stereotypy spojené s určitými pracovními pozicemi pro ženy. Role manželky, prezentovaná ve frázích „vzal si ji za ženu“ nebo „pečovat o ženu a děti“, posiluje tradiční genderové role v manželství. (Slovník spisovného jazyka českého, 2011, sekce „žena“)

Naopak v definicích muže dominují stereotypy spojené s fyzickým popisem, nositelskými vlastnostmi, příklady rolí se ukazují skrze vojsko, které je typičtější pro muže, a opět v manželství. Silné charakteristiky jako „silný“, „statečný“, „energický“ a „pracovitý“ navozují tradiční představu mužské síly a odvahy. Nositelské vlastnosti jako „pravý muž“ nebo „celý muž“ podporují kladné atributy spojené s mužstvím. Role ve vojsku a podobné fráze přidávají do definice muže prvky spojené s autoritou a mužskou silou. Stejně jako u žen, role manžela ve frázích „to je její muž“ nebo „přišla se svým mužem“ opět posilují tradiční genderové role v rámci manželství. (Slovník spisovného jazyka českého, 2011, sekce „muž“)

## 5 Výchova

### 5.1 Genderová socializace

*„Socializace je proces, jehož prostřednictvím si lidé předávají a vstřebávají společenské hodnoty a normy, včetně těch, které se týkají genderu.“* (Renzetti & Curran, 2003, s. 93) Hned od narození procházejí chlapci a dívky odlišnou socializací, ačkoliv si mnozí vychovatelé této diferenciaci nejsou vědomi. Například

používání různých barev pro signalizaci rozdílů v chování k dětem různého pohlaví začíná formovat genderové vnímání dětí již v raném věku. Je podstatné zdůraznit, že proces budování genderové identity začíná u dětí dříve, než jsou schopny si být vědomy své osobnosti či genderové identity.

Genderová socializace, která formuje vnímání a přijetí genderových rolí, může být prováděna prostřednictvím různých metod a mechanismů. Tento proces může zahrnovat jak explicitní metody, jako jsou přímé odměny a tresty za chování odpovídající nebo odlišné od očekávaných genderových rolí, tak i jemné a skryté způsoby, jako je modelování chování dospělými, dětské knihy, filmy a hračky, a interakce v dětských skupinách. Například, chlapci mohou být motivováni k projevům tradičních mužských rolí odměnami, zatímco děvčata mohou být odměňována za projevy ženských rolí. Chlapci jsou mimo jiné více sankciováni za femininní chování než dívky za maskulinní chování. Dospělí, jako vzory, mohou nevědomě přenášet genderová očekávání svým chováním, což ovlivňuje vnímání dětí. Kromě toho, stereotypní zobrazení mužů a žen v dětských médiích může posilovat tradiční genderové role a normy. Tyto procesy mohou být ovlivněny také interakcemi v dětských skupinách, kde děti vzájemně posilují a internalizují genderová očekávání a normy. Celkově lze tedy říci, že genderová socializace hraje klíčovou roli v utváření genderových identit a rolí jednotlivců a je důležitá pro pochopení genderových rozdílů a nerovností ve společnosti. (Renzetti & Curran, 2003)

Dítě ani dospělého člověka si nelze představit bez genderu, protože genderové kategorie jsou klíčovými součástmi jeho sociálního začlenění. Pohlaví a gender ovlivňují, jak je dítě vnímáno v rámci rodiny i širší společnosti. Koncept genderu tvoří rámec pro individuální identitu, kdy jedinec přijímá sociální role například syna, dcery, bratra, sestry, atd a získává tak své místo v sociálním řádu.

Dle Heluse (2004) existují pravděpodobně čtyři procesy, jakými jsou děti socializovány do svého genderu:

1. **Proces formování či manipulace** – Tento jev se obvykle objevuje u dětí ve věku od jednoho roku do pěti let. Například matka obléká svou dceru do šatů vhodných pro dívky, podporuje ji v představě princezny, chválí ji za krásu a zdůrazňuje, jak se bude líbit. Naopak u chlapce se klade důraz spíše na sílu, nebojácnost a asertivitu. Tento proces má trvalý efekt, jelikož si dítě internalizuje matčin i otcův pohled na sebe sama, sleduje a hodnotí se především podle femininních či maskulinních charakteristik. Později se do procesu formování zapojuje širší rodina či sociální skupiny ve kterých se dítě nachází.
2. **Proces systematického zaměřování pozornosti** – Děti jsou často směřovány k hraní s hračkami odpovídajícími jejich pohlaví. Děvčata jsou podporována v aktivitách s panenkami, oblečky a ozdobami, zatímco chlapci jsou směřováni k autíčkům, zbraním a technickým stavebnicím. Tyto preference jsou posilovány prostřednictvím pozitivních reakcí okolí a mohou přetrvávat i v pozdějším věku. Odchylky od tradičních hraček mohou vyvolat negativní reakce a podporovat návrat k genderově specifickým preferencím.
3. **Jazykové pojmenování** – Označení jako „hodná holka“, „silný kluk“, „hezká dívka“ nebo „rychlý chlapec“ ovlivňuje obecné povědomí o genderové identitě a slouží k vytváření silného pocitu příslušnosti k danému pohlaví. Termíny jako chlapec nebo dívka jsou často používány ve specifických situacích spojených s genderovými odlišnostmi, jako například při použití toalety, aktivit spojenými s genderovou rolí nebo při rozdílnostech v oblékání, a zahrnují tak genderově specifické normy chování mezi chlapci a dívkami.
4. **Aktivizace** – Jak matky, tak otcové a učitelky v mateřské škole často předpokládají, že chlapci a dívky projeví chování odpovídající genderovým rolím. Předpokládané chování je často patrné při zapojení

děti do domácích prací, kde jsou chlapci často více zapojováni do činností, jako je vynášení odpadků nebo pomoc otci při opravách, zatímco dívky bývají více angažovány v úkolech spojených s domácími pracemi, jako je mytí nádobí nebo prostírání stolu. Tato očekávání se často projevují kolem pěti let, kdy začíná být zdůrazňována povinnost dětí v domácnosti.

Se socializací je velmi úzce spjata sociální učení. Dle Vágnerové (2021) je sociální učení založeno na nápodobě, děti se tak snaží porozumět světu kolem sebe a proto se chtějí přizpůsobit. Chtějí být stejní jako ostatní, a proto napodobují jednání lidí, které vidí ve svém okolí.

Nápodobou si dítě osvojuje vzorce chování, když uvidí, že maminka umývá nádobí, bude toto jednání napodobovat stejně tak, když uvidí tatínka, který vyměňuje žárovku. Jestliže rodiče dělají genderově stereotypní věci, dítě tak vidí vzorec, kterým si osvojuje femininní a maskulinní jednání a připisuje toto jednání k ženskému či mužskému pohlaví. (Vágnerová, 2021)

## **5.2 Vlivy okolí na socializaci dítěte**

Genderovou socializaci dětí významně ovlivňují interakce s vrstevníky a vliv hromadných sdělovacích prostředků. V procesu formování genderových rolí mají vrstevníci klíčovou roli ve vzájemném ovlivňování a upevňování genderových stereotypů. Mimo jiné i média, jako významný prvek kulturního prostředí, formují představy dětí o genderu a posilují určité vzorce chování a rolí. Tato interakce mezi dětmi a vnějšími vlivy hraje klíčovou úlohu v procesu socializace, který formuje genderové identity a očekávání.

### 5.2.1 Vlivy vrstevnické skupiny

Vliv rodičů na socializaci dětí je stírán pod vlivem vrstevnických skupin dítěte, jejíž hodnoty jsou stále více formovány prostřednictvím sociálních sítí. důsledku vlivu všeobecně pronikajících veřejných institucí je autonomie rodičů postavena do pozadí, což přináší nové výzvy pro teorii socializace, včetně procesu vytváření mužských a ženských sociálních rolí. (Možný, 2002)

V předškolním věku se děti snaží vypadat a chovat jako jejich vrstevníci stejného pohlaví. Genderový stereotyp je pro ně stálý, a proto se ho snaží za každou cenu dodržovat. Jedinci, kteří ho nedodržují jsou ostatními sankciováni. Na dodržování norem spojených s genderem kladou větší důraz chlapci. Chlapci jsou soupeřiví, často se vychloubají a snaží se o dominantní postavení. Zatímco dívky častěji směřují k vzájemné pomoci a pečování. Chlapci jsou podporováni k nezávislosti, dívky jsou naopak podporovány ve vytváření sociálních vztahů a pobízeny k vzájemné emoční podpoře. Konflikty mezi chlapci jsou spíše fyzické, mají formu měření sil nebo postrkování u dívek mají konflikty spíše verbální formu ve formě urážek hrozeb či kritiky. (Vágnerová, 2021)

### 5.2.2 Vlivy médií

Reprezentace genderu v médiích zvyšuje i stereotypní očekávání týkající se mužů a žen, často zobrazující muže jako odborníky a ženy v roli pečujících matek v reklamách, televizních seriálech i zpravodajských pořadech, mimo jiné média preferují zveřejňování fotografií obličejů a horní části těla mužů, zatímco ženy jsou prezentovány celotělovými snímky, což podporuje tendenci hodnotit ženy na základě jejich vzhledu a postavy (Matthews, 2007 in Ellemers, 2018). Paralelně jsou média zaměřena na úspěchy mužů, zejména v oblasti sportu a politiky, zatímco v případě žen se více soustředí na jejich vzhled nebo osobní vztahy (Ellemers, 2018).

Podle Asociace komerčních televizí, se k listopadu 2023, diváci starší patnácti let nejvíce dívali na televizní program ČT1 dále na televizní program Nova a Prima. (AKTV, 2023)

Na televizním programu ČT1, se reklamy ve velkém množství nevyskytují, jelikož se jedná o veřejnoprávní televizní stanici, proto jsem se zaměřila na reklamy na komerčních televizních stanicích, na stanici Nova a Prima.

Ženy se častěji vyskytovaly v reklamách na pečující kosmetiku. Reklama na Niveu se soustředí na vzhled a pleť bez vrásek (Nivea, 2023). Dále reklama na krém Lactourea jejíž slogan zní „regenerovaná pokožka, mladá pokožka“, která se také soustřeďuje na vzhled (Lactovit, 2022). V reklamě na dětskou výživu BioGaia je hlas dítěte a ženy, zde se také objevuje slogan, který říká „maminka je hrdinka“ a dále „šťastné miminko, šťastná maminka“ (BioGaia, 2024). Reklamy na pečující kosmetiku a dětskou výživu zobrazují ženy v centrální roli a podporují genderové stereotypy spojené s péčí o krásu a mateřství. Tyto reklamy mohou upevňovat očekávání a nátlak na ženy ohledně vzhledu a péči o rodinu.

V reklamách na alkohol se častěji vyskytovali muži. Reklama na Becherovku, ve které je hlas muže (Becherovka, 2024). Nebo reklama na Hanáckou vodku, kde zpívá muž (Hanácká vodka, 2020). Dále se muži objevovali v reklamách na zahradní spotřebiče, např. UNI HOBBY (UNI HOBBY, 2023). V reklamách na alkoholické nápoje a zahradní spotřebiče převažují muži jako hlavní postavy. Alkohol často bývá spojován s mužstvím a mužskou identitou. Muži se rovněž často objevují v reklamách na zahradní spotřebiče, což odráží tradiční představu mužů jako pracovníků venku a zahrádkářů. Tyto stereotypy mohou ovlivňovat způsoby, jak jsou produkty prezentovány a prodávány ve společnosti.

Ženy i muži se srovnatelně objevují v reklamách na banky nebo půjčkové kanceláře. V reklamě na Českou spořitelnu se objevuje několik mužů i žen (Česká

spořitelna, 2024). Reklama na půjčkovou kancelář Home Credit je zastoupena mužem i ženou (Homecreditcz, 2022).

Reklamy, ve kterých se vyskytují muži, ženy a děti jsou na potraviny nebo na cestovní a zážitkové kanceláře. V reklamě na Tesco je nakupující žena i muž (Tesco Česko, 2024). Reklama na obchod Billa je zastoupena ženou, mužem a dvěma dětmi (BILLA Česká republika, 2023). V reklamě na Albert se nachází rodina (Albert ČR, 2023). V reklamě na zážitkovou kancelář Slevomat je také rodina (Slevomat, 2024). Reklama na cestovní kancelář Invia je také zastoupena muži, ženami a dětmi (Invia.cz, 2024).

### 5.3 Osvojení genderu

Každý nově narozený jedinec není pouze okamžitě zařazen do jedné z pohlavních kategorií, ale též mu je ihned přidělena konkrétní genderová identita. Již v porodnicích se po narození dítěte objevují poznámky týkající se jeho vzhledu a chování, jež stereotypně odpovídají představám o pohlaví. Například chlapečkovi, který projevuje erekci, se vtipně přisoudí označení „chlapák“, zatímco děvčátko s dlouhými řasami může být nazýváno „krasavíci“. V některých případech se dokonce v nemocnicích používají různě barevné příkrývky pro chlapce a dívky. Tyto reakce představují počátek procesu internalizace genderových rolí, což má pro život dítěte zásadní význam. (Oakleyová, 2000)

Podle toho, jak se k dětem chováme a jaké genderově stereotypní chování od nich očekáváme vědomě či nevědomě pomáháme v tvoření genderové identity a začlenění do společnosti. Obecně přijímané genderové stereotypy ohledně chování dětí se promítají do očekávání jejich chování, od dívek se očekává, že budou milé, křehké od chlapců naopak, že budou živí a silní (Renzetti & Curran, 2003).

Dítě objevuje svou vlastní identitu tím, že se učí, co znamená být součástí společnosti. Jak popisuje G. H. Mead, dítě se učí zaujímat své role tím, že „přebírá role ostatních“. Hra dětí, kdy se převlékají do různých sociálních rolí, je klíčovou sociálně-psychickou funkcí, která jim umožňuje objevovat význam těchto rolí pro ně určených. Tento proces učení probíhá v interakci s jinými lidmi, ať už jsou to rodiče nebo jiní, kteří vychovávají. Dítě začíná přijímat role v reakci na „významné druhé“, což jsou lidé, kteří mají vliv na jeho sebepojetí. Postupně se učí, že jeho role nejsou důležité pouze pro tyto blízké osoby, ale také odpovídají očekáváním celé společnosti. Mead označuje tuto vyšší úroveň abstrakce sociálních reakcí jako objevení „zobecněného druhého“. Dítě se tak začíná uvědomovat, že očekávání týkající se jeho chování nejsou relevantní pouze v osobním okruhu, ale že se vztahují k očekáváním celé společnosti. Tato širší perspektiva umožňuje dítěti vytvořit si jasnější koncepci vlastní identity. (Berger, 2017)

#### **5.4 Genderová role dítěte**

Jak již bylo řečeno v kapitole 5.1 koncept genderu poskytuje strukturu pro osobní identitu, kde jednotlivec přijímá sociální role, jako jsou role syna, dcery, bratra, sestry, a tím zaujímá své místo v sociálním uspořádání. *„Děti se učí chovat podle přisouzeného pohlaví především tím, že se s nimi rozdílně zachází a jsou různým způsobem utvářeny.“* (Karsten, 2006, s. 63)

Rodiče mohou nepřímo formovat genderové chování a názory svých potomků na to, co považují za příhodné nebo nevhodné chování pro ženy a muže. Genderové chování, hraní genderových rolí, je nereflektovaně zautomatizované. I přesto, že se rodiče záměrně vyhýbají nákupu hraček s genderovým zaměřením a prohlašují, že rovnoměrně zachází se svými syny a dcerami, sdělují tato implicitní očekávání například při čtení obrázkových knih se svými dětmi. (Ellemers, 2018)



Rodiče předávají představy o vhodném chování a aktivitách pro chlapce a dívky tím, že vyjadřují pozitivnější komentáře k obrázkům dětí zapojených do činností spojených s genderovými stereotypy (Endendijk , 2014 in Ellemers, 2018).

Věková skupina dětí od čtyř do devíti let vykazuje rozdíly v genderových rolích mezi chlapci a dívkami. Dívky v tomto věku se zdají méně specificky orientovat na role, aktivity a předměty přiřazené jejich pohlaví, zatímco čtyřletí chlapci projevují jasnější povědomí o vhodných hračkách pro své pohlaví. Mezi šestým a devátým rokem některé dívky vykazují zájem o mužské role, což spíše naznačuje, že mají menší sociální zábrany ve vyjadřování zájmů druhého pohlaví, než že by se neidentifikovaly s ženskou rolí. Zároveň je pozorována tendence označit chlapce s dívčími zájmy za femininní, zatímco dívky jsou často označovány za divoké s očekáváním, že s přibývajícím věkem tyto zájmy vyrostou. Chlapci jsou od útlého dětství konzistentněji usměřováni ke své maskulinní genderové roli, s vyšší citlivostí ze strany otců než matek. (Oakleyová, 2000)

Chlapci jsou mnohem více sankciováni za femininní chování než dívky za maskulinní chování. *„Když si děvčátko hraje s autíčky, většinou to nikomu nevádí, zatímco chlapec se jistě setká s projevy nepochopení, a dokonce s výsměchem, bude-li věnovat příliš pozornosti panenkám.“* (Karsten, 2006, s. 64)

Genderové role u dětí jsou převážně formovány kulturou, jelikož jsou úzce svázány s různými sociálními stereotypy a vzory chování rodičů a lidmi okolo. Genderová identita je tedy odlišná od biologického pohlaví a je spíše vytvářena společenskými normami, očekáváními a rolemi. Například dívčí hračky jsou často spojovány s péčí o domácnost nebo mateřstvím, zatímco hračky pro chlapce jsou spojovány s akcí a dobrodružstvím. (Oakleyová, 2000)

Dle Oakleyové (2000) různé studie ukazují, děti napodobují chování, které vidí u dospělých kolem sebe, a tak jsou často přinuceny zapadat do genderových rolí stanovených společností. Tímto se potvrzuje, že gender není biologicky

podmíněný a vztah mezi genderem a pohlavím je spíše důsledkem kulturních vlivů než přirozeným jevem (Oakleyová, 2000).

Fenomén genderové role provázaný sebenaplňujícím proctví ohledně stereotypu genderu potvrdil v rozhovoru Jakub: *„Tak jako kluk musel být drsnej, protože se to ode mě čekalo.“* Jakub se musel na prvním stupni základní školy chovat „drsně“, protože kdyby se tak nechoval neplnil by svoji genderově stereotypní roli. Potvrzuje tak přesvědčení o tom, chlapci jsou „drsni“ a dívky „něžné“.

Shrnutím genderová socializace dětí hraje klíčovou roli ve formování jejich chování a představ o vhodném chování pro ženy a muže. Rodiče, přestože se někteří snaží vyhnout genderovým stereotypům, mohou nepřímo přenášet očekávání a názory na genderově specifické role, což ovlivňuje identitu a vnímání dětí v různých věkových skupinách. Tento proces formování genderových rolí má dlouhodobý vliv na osobní rozvoj jednotlivců a jejich zapojení do společenských struktur.

## 5.5 Rodina

Rodina je prvním socializačním činitelem, se kterým dítě přijde do styku. Možný (2002, s.17) uvádí, že *„Rodina se ovšem z lidského páru skládá až narozením prvního dítěte.“*

Výchova dítěte neprobíhá jednostranně, tedy jen ze strany rodičů, ale samo do něj aktivně zasahuje. Dítě je v prostředí, ve kterém se nachází sice ovlivňováno a formováno, ale do procesu výchovy zasahuje a přetváří si prostředí svým jedinečným způsobem. (Matějček, 2015)

Jak bylo řečeno v předchozích kapitolách, dítě se učí nápodobou či modelováním a rodina pro děti představuje první referenční skupinu, dle které se učí přijímat hodnoty a normy. Členové rodiny jsou pro děti modelem, jak jednat nejdříve v rámci rodiny a poté, po osvojení základních principů jednání, také v rámci celé společnosti. Dítě pozoruje a napodobuje vzorce chování spojené

s jeho genderovou identitou, za svoje jednání je odměňováno nebo trestáno, což poté podobným způsobem využívá v interakci s lidmi mimo svoji vlastní rodinu. (Vágnerová, 2021)

Napodobování svojí rodiny dosvědčuje odpověď Josefa, který říká, že v dětství napodoboval svého dědu „*Když mi bylo tak pět, dostal jsem tůčko a jezdil jsem za dědou a dělal co on.*“ Za nápodobu svého dědy byl poté pochválen.

Napodobování chování rodiče nebo prarodiče stejného pohlaví má vliv na formování genderové identity dítěte. Když chlapec pozoruje, že muži v jeho rodině vykonávají činnosti považované za maskulinní, jako jsou opravy v domácnosti, práce na zahradě nebo opravy auta, zatímco ženy se starají o domácí práce jako vaření, praní a žehlení, začíná si vytvářet představu o genderových rolích. Tento proces přispívá k udržování genderových stereotypů v rodině a společnosti.

Tento fenomén podtrhuje odpověď Jana na otázku, jaké činnosti dělali jeho rodiče: „*Mamka se starala o domácnost, učila mě třeba vařit, táta se zase staral o finance, lítal kolem baráku a učil mě přezouvat kola u auta.*“

Otcové všech mých komunikačních partnerů a partnerek učili své děti maskulinní dovednosti, zatímco matky femininní. Aktivity v rámci rodiny, co s dětmi dělají jejich matky a co otcové také přispívá k upevnování genderových stereotypů, jak je možné si všimnou z odpovědi Josefa: „*Táta mě bral na ty chlapské výlety, jako třeba na vodu, mamka zase na ty ženské jako třeba do kavárny nebo do zoo s kamarádkama.*“ A například Elišku a Evu jejich otcové učili malovat zeď, zatloukat hřebíky nebo sekat trávu na zahradě, obě tyto činnosti nazvaly jako „*klučičí*“.

Děti se tímto způsobem pokoušejí o napodobování rolí dospělých mužů a žen, přestože se to může omezit pouze na abstraktní aktivity, jako je právě zatloukání hřebíků nebo ježdění s hračkou v podobě náčiní. Pro nejmenší děti je napodobování dospělých velmi atraktivní, protože touží po tom, stát se jako dospělí a získat jejich uznání a pochvalu. Přijímání norem spojených s mužskou

a ženskou identitou tak podporuje udržování genderových stereotypů. (Vágnerová, 2021)

## 6 Dětství a jeho prvky

Dětství je klíčové období života, je prostoupeno mnoha prvky, které formují jeho podstatu. Děti se v dětství učí rozdíly mezi muži a ženami, a naučí se také role, které jednotlivá pohlaví vykonávají v rámci role genderové. *„Rozdíly mezi mužskými a ženskými charakteristikami zdůrazňují i materiály, s nimiž se malé děti setkávají, ať už se jedná o hračky, obrázkové knihy či televizní programy.“* (Giddens, 2013, s. 272)

Dětské období je charakterizováno nejen hravostí a objevováním světa okolo sebe, ale také učením se novým dovednostem a formováním osobnosti. Hračky a hry jsou důležitými součástmi dětství, které nejen poskytují zábavu, ale také podporují rozvoj motorických, sociálních i kognitivních schopností. Společně s činnostmi a aktivitami tvoří tyto prvky základ pro socializaci a sociální učení v dětství.

### 6.1 Oblečení

Jak bylo již zmíněno v předchozích kapitolách, děti se od narození odlišují barvami. Chlapcům jsou připisovány barvy jako je modrá nebo zelená a dívkám růžová nebo žlutá. Chlapci mají na oblečení motivy aut, vojáků, akčních hrdinů, zatímco dívky motivy květin nebo panenek Barbie.

Chlapci jsou i v tomto případě mnohem více sankciovaní než dívky, což vyplývá hned ze tří výpovědí:

Jakub: *„Kdybych si vzal do školy růžové tričko, budu chodit dva měsíce domu, bez kamarádů, s rozbitýmnosem.“*

Adam: *„...tak častokrát se stalo, že mi koupila [mamka] víc holčičí věci, takže jsem potom musel nejspíš vypadat vtipně.“*

Marie: „Nosila jsem, co zrovna bylo, pamatuju si, že jsem přišla v maskáčovém tričku a všem to bylo jedno.“

Lze tedy konstatovat, že chlapci jsou oproti dívkám, v otázce plnění genderových rolí, více sankciováni. To je zřejmé nejen z výroků komunikačních partnerů, jako je například Jakub, který popisuje tvrdé reakce na odchylky od genderových očekávání, ale i z Adamova vyjádření, které poukazuje na to, že v dívčím oblečení chlapec může vypadat vtipně a Marie u které nikdo neřešil, že má na sobě tričko s maskáčovým vzorem, který se častěji připisuje chlapcům. Tato nerovnost v sankcích podtrhuje existující genderové stereotypy a ukazuje, že chlapci jsou nuceni více dodržovat konvenční genderové normy než dívky.

### 6.1.1 Karneval

Děti se na karnevalech můžou stát svými oblíbenými hrdiny, vysněnými profesemi nebo si zahrát jinou roli, než jim je připisována. Karnevaly představují prostor k interakci s ostatními dětmi, kde děti reprodukují naučené normy spjaté se svým genderem. Nesouhlas se svým kostýmem projevil Josef: „Mamka mě oblíkla za Malého Prince, a to jsem strašně nenáviděl, protože jsem měl punčocháče a lesklé oblečení.“ Kostým Malého Prince neodpovídal Josefově normě naučené o genderu a necítil se v kostýmu komfortně, protože měl dívčí prvky. Komunikační partneři byli dále na karnevalech oblečení do kostýmů indiána, kovboje nebo pilota.

Každá komunikační partnerka byla alespoň jednou za princeznu a Anna šla například za berušku. Volba kostýmu princezny byla ve všech případech chtěná.

Karnevaly mohou mimo jiné také interpretovat ekonomický status rodiny, jak na tento fenomén upozornila Marie: „Spíš to bylo tak, že jsme splácali něco, co bylo k dispozici doma“.

## 6.2 Hračky

Hračky pro děti jsou často navrženy a propagovány s představami o tom, co je vhodné pro chlapce a dívky. Reklamy s hračkami jsou častěji mířené pouze na chlapce nebo pouze na dívky. Dívčím reklamám nabízejí plyšáky, panenky Barbie a chlapcům auta, super hrdiny nebo hračky na dálkové ovládání.

### 6.2.1 Hračkářství

Děti jsou od narození socializovány do jednoho z genderu, tedy zda jsou chlapci nebo dívky, a již ve věku osmnácti měsíců začínají preferovat genderově stereotypní hračky (Renzetti & Curran, 2003). Jsou si tudíž vědomé, které hračky jsou určeny pro dívky a které pro chlapce. Děti ve dvou letech si jsou už plně vědomi svého genderu a genderu ostatních, o rok později začínají i hodnotit jejich genderově stereotypní charakteristiky a formy jednání (Golombok & Fivush, 1994 in Renzetti & Curran, 2003).

Hračky určené pro chlapce jsou navrženy tak, aby podněcovaly zájem o aktivity spojené s venkovním prostředím nebo akcemi mimo domov, zatímco hračky pro dívky jsou zaměřeny na podporu činností spojených s domácím prostředím a péčí (Greenglass, 1995 in Karsten, 2006). Dětem se tak kupují odlišné hračky, kterými rodiče přímo či nepřímo dávají najevo odlišná specifika a očekávání, které podporují dětskou genderovou identitu (Karsten, 2006).

Toto tvrzení potvrzuje například Jakub: *„Hrál jsem si s autama, kuličkovkou, děda mi koupil vrtulník na ovládání a u kámoše jsem si hrál s vojáčkama.“*

Hračkářství jsou rozdělené na chlapecký a dívčí sektor, internetové stránky hračkářství jsou taktéž rozděleny do sekce „chlapec“ a „dívka“. V chlapeckém sektoru se nacházejí autíčka, autodráhy, dětské pistole, akční figurky a další dopravní prostředky jako jsou vláčky nebo letadla. Tyto hračky mají atributy síly, dobrodružství a technického zaměření. Naopak pro dívky jsou často zaměřeny hračky, které mají podporovat péči o domácnost, mateřství,

estetiku a komunikaci. V dívčí sekci se objevují panenky, miminka, kočárky nebo panenky Barbie.

Internetové stránky hračkářství *Bambule* (2024) mají růžové nebo modré podbarvení pro kategorie dívek a chlapců, což odráží genderové stereotypy a rozdělení genderů.

Na internetových stránkách hračkářství *Wikihracky* (2024) mají ve výběru „pro kluky“ mimo sekce aut, robotů, zbraní a lega pro chlapce, sekci „nářadí a dílna“, kde se nachází plastové motorové pily, kolečka, vrtačky, sety s nářadím nebo ochranné pomůcky a sekci „profese pro kluky“, kde je možné zakoupit vojenskou helmu, doktorský set kufrůk, policejní sady nebo hasičskou přilbu. Ve výběru „pro holky“ mají internetové stránky *Wikihracky* (2024) mimo sekci panenek, lega pro dívky sekci „domácnost“, kde se nachází kuchařské sety, pračka, žehlička, myčka nebo nádobí a sekci „profese pro holky“, kde se také nachází doktorský set a kuchyňka jako u chlapců, dále se tu nachází kosmetický set nebo nehtové studio. Tímto rozdělením se odráží tradiční genderové stereotypy a očekávání ohledně zájmů a rolí k jednotlivým pohlavím.

Internetové stránky hračkářství *Pompo* (2024) obsahuje v sekci pro dívky kategorii „krášlení“, kde se nacházejí sady na líčení, vyrábění šperků nebo dělání nehtů, což reflektuje stereotypní vnímání spojené s představou, že ženy o sebe pečují a dbají na svůj vzhled.

Veškerá tato stereotypní rozřazování mohou ovlivňovat rozvoj dětí a jejich vnímání toho, co je vhodné a přijatelné pro jejich pohlaví.

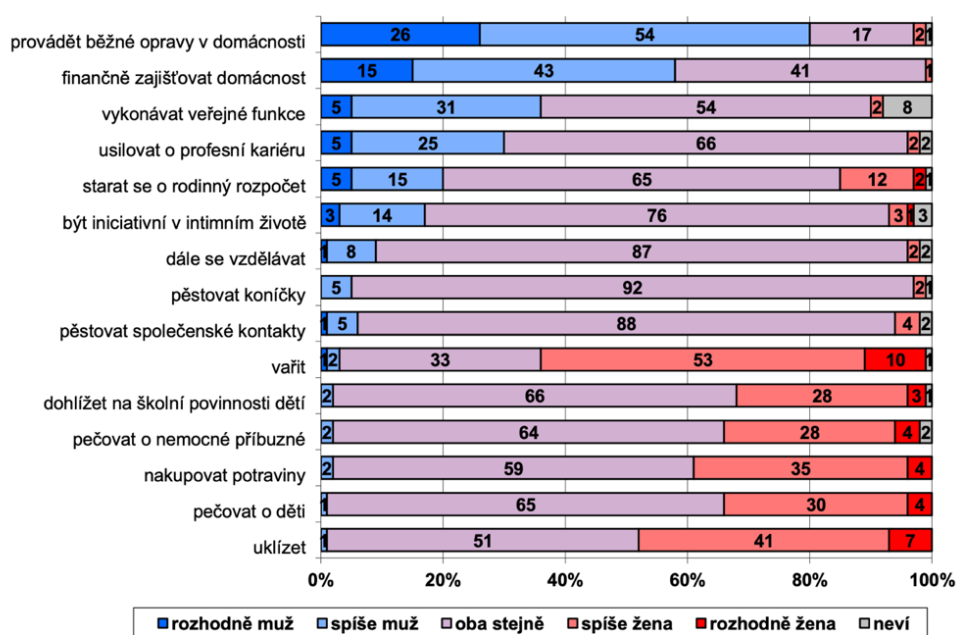
### **6.2.2 Problém dětské kuchyňky**

Nejzajímavější hračkou, kde se dá velmi dobře pozorovat rozdílnost při vnímání činnosti spjaté s genderovým stereotypem byla dětská kuchyňka. V chlapeckém oddělení v internetovém hračkářství *Wiki* (2024) byla kuchyňka pod sekci „profese pro kluky“ zatímco v dívčím oddělení byla kuchyňka pod samostatnou sekci „kuchyňky a vaření“ a také pod sekci „domácnost“, kde mimo

jiné byla plastová pračka, úklidový set (složený z koštěte a smetáčku), mikrovlnka, nádobí, pračka nebo žehlička.

Proč je stejná hračka v rozdílné sekci? Odpověď na tuto otázku nám může vysvětlit průzkum veřejného mínění z února roku 2020.

Podle průzkumu z roku 2020 ohledně domácích povinností, na otázku, kdo by měl v rodině vařit, reagovali respondenti následovně: 1 % odpovědělo, že „rozhodně muž“, 2 % „spíše muž“, 33 % „oba stejně“, 53 % „spíše žena“, 10 % „rozhodně žena“ a 1 % „neví“ (CVVM, 2020).

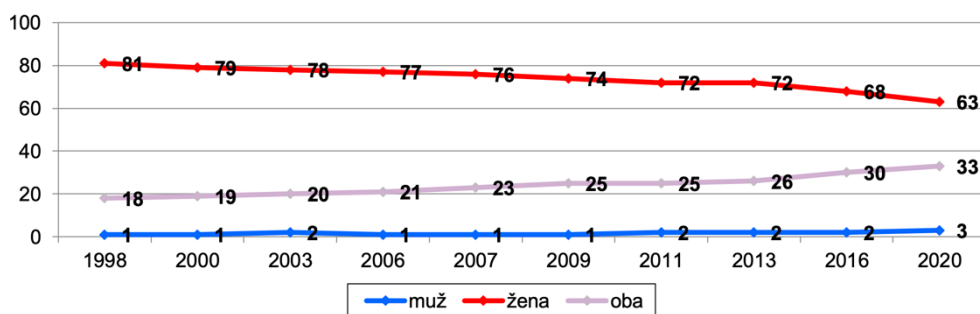


Pozn.: Položky v grafu jsou řazeny sestupně podle dosaženého skóre souhlasu s tím, že činnost v rodině má vykonávat muž.

Obrázek 1: Názory na rozdělení činností v rodině (v %) (Zdroj: CVVM, 2020)

Pokud seskupíme kategorie „rozhodně muž“ a „spíše muž“, zjistíme, že 3 % veřejnosti vnímá vaření v rodině jako mužskou činnost. Naopak, když seskupíme kategorie „rozhodně žena“ a „spíše žena“, vyplývá, že 63 % veřejnosti považuje vaření v rodině za činnost ženskou (CVVM, 2020).





Obrázek 2: Názory na rozdělení činností v rodině – vařit (v %) (Zdroj: CVVM, 2020)

Vyplývá tedy, že genderové stereotypy stále hrají významnou roli ve vnímání rodinných rolí. Respondenti v průzkumu veřejného mínění převážně přisuzují přípravu jídla ženám, což odráží tradiční představy o genderových rolích v domácnosti. Tato představa se odráží i na hračce v podobě kuchyňky, kdy u dívek představuje domácí činnost a u chlapců profesi.

Na otázku, zda dětská kuchyňka, je dívčí či chlapecká hračka, jsem dostala následující odpovědi:

Adam: „Myslím si, že se na to hodně lidí kouká, takže to je spíš jako holčičí hračka, ale za mě je to dost neutrální hračka a plno kluků si s tím v dětství hrálo stejně jako já a rodiče mi ji pak koupili i domů.“

Jan: „no k ní [kuchyňce] jsem pouštěl holky, to je jasný, my [kluci] si tam nehráli.“

Marie: „Řekla bych, že spíš dívčí hračka.“

### 6.3 Dětské hry

Děti se prostřednictvím interakce a aktivit ve skupině učí přijímat a rozumět sociálním rolím, které jim jsou přisuzovány v rámci kolektivu. Tyto role mohou zahrnovat různé formy chování, očekávání a povinností v různých situacích, a hry jsou prostředkem, jak tyto role zkoumat, porozumět jim a přizpůsobovat se jim.

Dle výroku Marie se také ve hrách na role se objevuje stereotypní vnímání jednání chlapců a dívek: „Ve školce jsme si s holkama hodně hrály na rodinu, byla jsem maminka, dcera někdy pes a kluci co tak vím ... ti si hráli na policisty a lupiče.“

Mohlo by se zdát, že dívky upřednostňují hry s jinými dívkami a chlapci s jinými chlapci.

Ovšem toto tvrzení se vyvrátilo, jelikož děti často zaměřují svoji pozornost „přeshraničním aktivitám“, což znamená, že se snaží překročit hranice mezi oblastmi určenými pro opačné pohlaví a zapojit se do aktivit, které jsou s tímto pohlavím spojené – tedy že chlapci dělají aktivity spojené s dívkami a naopak (Thorne, 2023; Goodenough, 1990 in Renzetti & Curran, 2003)

Příkladem může být Eliška, která se svým starším bratrem hrála počítačové hry: *„Hrála jsem hodně střilečky (...) přišla jsem si strašně hustá, protože najednou z těch růžových věcí jsem přešla k tomu, jak tam někdo střílí a jezdí s tankem... to mě bavilo.“*

## 6.4 Knížky a pohádky

Děti svoji genderovou roli objevují mnoha způsoby, ať už je to kontakt s vrstevníky, hry s nimi nebo skrze již zmiňované hračky. Vlivným prostředkem k utváření genderových rolí je ale také dětská literatura, tyto knihy jsou plné genderových stereotypů a typických sociálních rolí, které ovlivňují myšlení dětí od raného věku (Oakleyová, 2000).

Ve vzdělávacích materiálech, jako jsou učebnice a čítanky pro děti na základních školách, jsou mužské a ženské postavy často vykreslovány na základě genderových rolí, budí tak v dětech pocit, že společnost je strukturována na základě pohlaví (Oakleyová, 2000). Potvrzení předchozího tvrzení přinesla Marie, která se setkala se stereotypizací genderových rolí na základní škole: *„Pamatuju si, že v čítance, asi ve třetí třídě, byl nějaký text, kde maminka dělala všechny ty ženské věci jako je praní a vaření a že tatínek zase opravoval věci a jezdil autem.“*

Pohádky v televizi jsou také velmi efektivním nástrojem při utváření sebezpečí dětí. České klasické pohádky ať už v knižní podobě tak v té vizuální

odrážejí tradiční role mužů a žen. Ženy jsou často vnímány jako pasivní bytosti, čekající na svoji záchranu, muži jsou naopak vnímáni jako stateční.

Na tento fenomén upozornila např. Eliška: „...to jsou ty klasické pohádky, kde jsou genderové stereotypy a stereotypy vlastně úplně ve všem.“

Všech osm participantů v dětství sledovalo klasické české pohádky, jako jsou Lotrando a Zubejda, Princezna ze mlejna, Z pekla štěstí, O statečném kováři a další. V těchto pohádkách se objevují genderovými stereotypy, kde hlavní mužské postavy jsou vykreslovány jako stateční hrdinové, kteří bojují s draky a zachraňují princezny. Naopak ženské postavy často zaujímají pasivní roli a čekají na záchranu.

## 6.5 Aktivity a zájmové kroužky

Jak vyplývá z předchozích kapitol, chlapci jsou popisováni jako živý, odvážní, silní se zájmem o technické činnosti. Dívky naopak jako jemné, empatické, pečující a se zájmem o krásu. Tyto stereotypy se odrážejí v zájmových aktivitách volených pro chlapce i dívky.

Většina mých komunikačních partnerů mužského pohlaví byla v dětství podporována v účasti na tradičně mužských zájmech, jako je hokej, florbal, nebo by jejich rodiče přijali s radostí, kdyby se rozhodli pro aktivity považované za maskulinní, jako je například box. Naopak, typicky považované ženské zájmy by sami neupřednostnili, čemuž nasvědčuje odpověď Jana na otázku, zda by začal dělat box či balet: „on [otec] mě hodně tlačit do nějakého boxu, to by se mu líbilo (...) a balet... pro mě to není chlapskej sport.“

Na otázku týkající se případného odporu rodičů vůči rozhodnutí začít tancovat jsem obdržela konzistentní odpovědi od všech komunikačních partnerů: „Podle mě by jim to bylo jedno a kdybych to chtěl dělat, podpořili by mě.“ Na tuto odpověď bylo ale následně navázáno, tím, že tuto aktivitu dělat nechtěli, jako v předchozí odpovědi Jana.

Odmítnutí typicky maskulinních aktivit u dívek je méně časté než u chlapců, což opakovaně naznačuje, že genderové stereotypy mohou mít silnější vliv na chlapce než na dívky při formování jejich zájmů a preferencí. Tento jev je podpořen odpovědí Anny na otázku ohledně toho, zda by rodiče měli problém s tím, kdyby se začala věnovat boxu: „*Myslím, že v pohodě, protože v době, kdy jsem začala hrát florbal nás [holek] bylo málo, a tohle byl zrovna případ, kdy já jsem přišla jako trošku rarita a rodiče s tím neměli problém, takže si myslím, že ani s boxem by nebyl.*“

Další dvě komunikační partnerky se věnovaly aktivitám typičtějším pro dívky, jako je tanec, kosmetický kroužek nebo gymnastika. Na otázku, zda by je rodiče podpořili v bojových sportech jsem dostala odpověď, že by jim to nejspíš vůbec nevadilo.

Jedna komunikační partnerka a jeden komunikační partner se věnovali aktivitám jako je jízda na kole nebo běh, které podle jejich slov „*nejsou pohlavně vyhraněné*“. Tato skutečnost poukazuje na to, že některé z aktivit nejsou stereotypně vyhraněné jako aktivity pouze pro muže nebo pro ženy.

## 6.6 Domácí práce

Také domácí práce hrají klíčovou roli ve formování genderového sebepojetí dětí. Často se stává, že různé oblasti domácích prací jsou přiděleny dětem podle jejich pohlaví. Například dívky bývají často pověřovány úkoly v kuchyni nebo péčí o rostliny v zahradě, zatímco chlapci se často dostávají k pracím s technickým zaměřením, jako je manipulace se šroubky nebo opravy. (Karsten, 2006)

Příkladem může být Adam: „*S tátou jsem dělal chodník nebo takové zručné práce.*“ Nebo Eliška: „*S mamkou jsem okopávala skalku rostlin na zahradě.*“

Při zkoumání domácích prací prováděných rodiči komunikačních partnerů během jejich dětství byly většinou zaznamenány podobné aktivity. Matky se častěji věnovaly vaření, úklidu, pomoci se školními úkoly a péči

o oblečení dětí. Naopak otcové byli častěji zapojeni do oprav domácích spotřebičů, staveb na zahradě, údržby automobilů a podobně.

## 6.7 Rady do života

Mluvené slovo je důležitým činitelem během socializace dítěte. Používané fráze, slovní obraty nebo ustálené slovní spojení mohou podporovat genderové stereotypy. V radách do života mohou někteří rodiče více či méně předávat normy a očekávání týkající se chování a genderových rolí svým dětem.

Evě rodiče od dětství říkali následující: *„měla bych se podle nich [rodičů] naučit vařit, že jinak mě nikdo nebude chtít a že to budu do budoucna potřebovat, a to samé i se žehlením, praním a dalšími domácími činnostmi.“*

Janův výrok ohledně rad od rodičů byl následující: *„Mamka byla ta, která mě vychovávala doma a dávala mi takový ty lekce, jak se učit, vařit, prát atd. a taťka je ten, co mi dával rady do života, zkušenosti, odbornosti, finance nebo ponaučení do života.“*

Z odpovědi Evy vyplývá, že dle jejich rodiče je důležité, aby se naučila domácím činnostem, jelikož je bude potřebovat do budoucna, tento postoj tak naznačuje, že kladou důraz na plnění tradiční genderové role. Z výroku Jana je zřejmé, že v rodině matka poskytovala rady ohledně chodu domácnosti naopak otec rady týkající se budoucnosti nebo profese. Jan tudíž dostával i nestereotypní rady ze strany matky, jako je péče o domácnost. Postoj rodičů k domácnosti je tak polarizovaný na mužskou a ženskou dimenzi, který ukazuje stereotypní činnosti.

Rodiče ostatních komunikačních partnerů a partnerek se zaměřovali spíše na školu nebo na obecnější rady, častými výroky byly: *„dobře se uč, ať se máš dobře“*, *„lepší nad tím mávnout rukou“* nebo *„spolehej se hlavně na sebe“*.

## 6.8 Tresty a usměrňování

Jak je zmiňováno výše, mluvené slovo je velmi důležitým aspektem výchovy, ovšem činy na ně navazující mohou mít také významný dopad na

formování osobnosti a interakci mezi lidmi, a to v souladu s genderovými stereotypy.

Děti jsou od útlého věku chváleny za činnosti, které rodičům a poté v rámci celé společnosti, připadají správné. Naopak jsou trestány, jestliže dělají věci, které nejsou vnímané za správné. Usměrnování dětí probíhá v rámci každé kultury jinak, jelikož každá kultura má jiné hodnoty a normy vhodného či nevhodného chování a tyto hodnoty a normy se propisují i do stereotypního vnímání, jak trestat a usměrnovat chlapce a dívky.

Komunikační partneři častěji uváděli, že byli v minulosti potrestáni fyzickým trestem, jako bylo například, že „dostali na zadek“ nebo facku. Tuto formu trestu neinterpretovali negativně, ale spíše tresty vnímaly jako prostředek usměrnění, často s názorem, že by sami v dané situaci udělali totéž nebo že to pro ně bylo přínosem.

Jakub: *„někde jsem hodil petardu, kde jsem neměl... něco jsem zapálil, co jsem neměl... prostě klukoviny, no tak vzala [mamka] vařečku a dala mi přes zadek (...) nemyslím si, že na tom bylo něco špatně. Myslím si, že mi to pomohlo trošku usměrnit.“*

Jan: *„Nedotáhl jsem pořádně jedno kolo nebo jeden šroubek u auta, tak mě taťka profackoval, protože by se mohlo něco stát a už jsem si to pamatoval... Takže taková ta zodpovědnost, že chybama se člověk učí.“*

Naopak komunikačním partnerkám bylo vyčíněno spíše slovně nebo tresty jako bylo domácí vězení.

Eliška: *„Nejprve se snažili o nějakou domluvu, ale když už to byl nějaký vyhrčenější konflikt, tak bych řekla, že se hodně zvyšoval hlas.“*

Anna: *„Šla jsem na akci, kam jsem neměla a přišlo i pár dalších takových průserů, tak mi to bylo slovně vyčíněno a pamatuju si, že jsem dokonce i jeden víkend měla domácí vězení.“*

## 6.9 Kontrola nad volným časem

Kontrola dětí ve volném čase na základní škole, tzn. do patnácti let, se u komunikačních partnerů nijak zvláště nelišila. Zásadní odlišnosti začaly s nástupem na střední školu, kdy rodiče mých komunikačních partnerů a partnerek měli větší strach o své dcery než o své syny. Například Eva, která byla velmi hlídána říká, že: *„i v osmnácti jsem je [rodiče] musela celkem dost přemlouvat, aby mě někde pustili, myslím, že měli až moc přehnaný strach o mě... pořád mi říkali, že jsem holka, že by to bylo jiný, kdybych byla kluk.“* Což později vyústilo i k hádkám a zákazům chodit ven.

Velmi podobnou situaci zažila i Anna, která svoji situaci srovnává se svým starším bratrem: *„Co se týče párty a pouštění ven v sedmnácti/osmnácti letech tak o něj neměli zdaleka takový strach, jako o mě, takže tam hrálo roli to, že se o mě báli jako o holku.“*

Komunikační partneři byli hlídáni svými rodiči méně, oproti komunikačním partnerkám, toto tvrzení podporují výroky např. Adama: *„Na střední škole mě vlastně nehlídali prakticky vůbec, měl jsem se jim sem tam ozvat.“* Nebo Josefa: *„S porovnáním s kamarádkou od vedle [z vedlejšího domu] jsem si mohl už v patnácti přijít později než ona.“*

## 7 Diskuse

Cílem výzkumu bylo zjistit, do jaké míry je výchova dětí genderována. Jaké aspekty výchovy ovlivňují genderovou socializaci dítěte a nakolik rodiče vnímají, že socializace je genderovaná.

Genderové stereotypy procházejí všemi aspekty výchovy a rodiče mých komunikačních partnerů si vědomě i nevědomě uvědomovali stereotypy spojené s genderem.

V následující části, stručně shrnu odpověď na výzkumné otázky vyplývající z celé práce.

### **VO1: Jak genderové stereotypy ovlivňují a usměrňují socializaci dětí?**

Genderové stereotypy ovlivňují a usměrňují socializaci dětí v oblasti osvojení genderu, genderových rolí a identit, trestů, usměrňování a kontroly nad volným časem.

Jelikož byla komunikačním partnerům od narození připisována jedna ze dvou genderových identit, byli na základě této identity socializováni. Chlapci byli více oceňováni za projevy „mužských“ charakteristik, zatímco dívky za projevy „ženských“ charakteristik. Participanti se učili a formovali svoji genderovou identitu interakcí s okolím, zejména s rodiči a blízkou rodinou, čímž jim rodiče vědomě i nevědomě předávali očekávání spjaté s genderovou rolí. V genderové roli se poté projevoval také vliv vrstevnických skupin a médií, které měly na komunikační partnery postupně větší vliv jak rodina.

V oblasti trestů v minulosti byli chlapci častěji trestáni fyzicky a dívky slovně. Tyto rozdíly vycházejí z genderových stereotypů vhodného chování pro chlapce a dívky. V kontrole nad volným časem se projevovala genderová stereotypizace v tom, že chlapci měli obvykle větší volnost než dívky, ty byly více hlídány.



**VO2: Jak rodiče reflektují genderové stereotypy a odlišnosti mezi chlapcem a dívkou a reagují na genderově nekonformní chování?**

Rodiče mých komunikačních partnerů genderové stereotypy reflektují nejvíce ve výběru aktivit, hraček a oblečení pro své syny a dcery. Na genderově nekonformní chování mých komunikačních partnerů by jejich rodiče reagovali se souhlasem a podporou, viz odpovědi na otázku, jak by rodiče reagovali na žádost dělat bojové umění (v případě dívek) nebo tance (v případě chlapců) v kapitole 6.5.

**VO3: Podle jakých vzorců rodiče dětem vybírají zájmové kroužky, hračky, oblečení atd.?**

Rodiče komunikačních partnerů vybírali zájmové kroužky, hračky, oblečení atd. spíše podle očekávání spojeného s genderovými stereotypy. Vzorce spojené s genderovou stereotypizací se vyskytují v celé společnosti a působí na rodiče během celé výchovy. Hračkářství přispívají k rozřazování hraček a aktivit na dívčí a chlapecký sektor a rodiče tak vybírají podle těchto kategorií. Stejně tak dětská literatura a pohádky ovlivňují genderový stereotyp a vnímání co je pro dívky a co pro chlapce.

Vzorce se tedy objevují hned v několika sektorech jako jsou hračkářství a jejich internetové stránky, v médiích, pohádkách apod. Prostupují tak celou společností a vnímání rodičů tak může být snadno zkresleno.

## Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se věnovala tématu Genderová stereotypizace a socializace dětí. Cílem práce bylo zjistit do jaké míry je socializace dětí genderovaná, jaké aspekty výchovy ovlivňují socializaci dítěte a nakolik rodiče vnímají, že je socializace genderovaná. Teoretická část práce byla propojena s metodologickou částí, kde k získání relevantních dat bylo provedeno deset polostrukturovaných rozhovorů s jedinci ve věkovém rozmezí od 18 do 26 let. Pro následnou analýzu propojenou s teoretickou částí bylo vybráno osm z nich.

Práce je strukturována do jednotlivých kapitol. První kapitola se zaměřuje na obecný koncept genderu, zatímco druhá kapitola představuje metodologickou část a analyzuje metody výzkumu. Následující kapitola pojednává o učení genderových rolí a prezentuje základní teoretické přístupy k tomuto tématu. Další část se věnuje genderovým stereotypům a zdůrazňuje význam genderově zabarveného jazyka, přičemž další kapitola se soustředí na výchovu a popisuje proces socializace dítěte v kontextu genderových rolí a vlivů okolí. Šestá kapitola podrobněji zkoumá prvky dětství a reflektuje na zkušenosti a vyprávění účastníků výzkumu.

Jak naznačuje text práce a následná diskuse, proces socializace dětí začíná již v raném věku a je ovlivněn genderovými stereotypy, které vedou k odlišnému zacházení s chlapci a dívkami. Toto se projevuje nejen v nabídce hraček, ale také v preferovaných aktivitách, včetně účasti na zájmových kroužcích. Navzdory tendenci rodičů učit děti činnostem přiřazovaným stereotypně mužům i ženám, účastníci výzkumu během dětství více upřednostňovali konformní normy příslušející danému genderu. Tedy, že si chlapci volili mužské aktivity i přes učení ze strany matky ženským aktivitám, a naopak dívky ženské aktivity i přes učení ze strany otce mužským aktivitám.

## Referenční seznam

AKTV. (2023). *Sledovanost TV v listopadu: ČT se těsně vrátila do čela, nejvíc si polepšila Nova*. Citováno 15. února 2024. Dostupné z: <https://www.aktv.cz/ct-se-v-listopadu-tesne-vratila-do-cela-nejvic-si-polepsila-nova/>

Albert ČR. (2023, Listopad 3). *Ať Vánocům kraluje radost z jídla! Albert* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6-7oJornwQ8>

Atkinson, Rita L. (2003). *Psychologie*. Praha: Portál.

Becherovka. (2024, Březen 13). *Becherovka Orange & Ginger | Osvěžující novinka* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=F0Fr2X3KNPI>

Berger, Peter L. (2017). *Pozvání do sociologie: humanistická perspektiva*. Brno: Barrister & Principal.

Blackstone, A. (2003). *Gender Roles and Society in Human Ecology: An Encyclopedia of Childer, Families, Communities, and Environments*, (s. 335-338). Dostupné z: [https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=soc\\_facpub](https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=soc_facpub)

BILLA Česká republika. (2023, Listopad 14). *Vánoce podle Vašich představ | BILLA* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=FXN1F657Ras>

BioGaia CZ. (2023, Listopad 23). *TV reklama BioGaia Protectis kapky 10 ml 2024* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=IYhV3tD-hdY>

Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford; New York: Oxford University Press.

CVVM. (2020). *Názory veřejnosti na roli muže a ženy v rodině – únor 2020*. Citováno 20. února 2024. Dostupné z: [https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c2/a5181/f9/ov200331.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5181/f9/ov200331.pdf)

Česká spořitelna. (2024, Leden 25). *Česká spořitelna: Finančně zdravější* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=C19hw3iHSWE>

ČSU. (2016). *Gender: základní pojmy*. Citováno 17.1. 2024. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/gender/gender\\_pojmy](https://www.czso.cz/csu/gender/gender_pojmy)

Ellemers, N. (2018). *Annual Review of Psychology, Gender Stereotypes*, 69:275-298. Dostupné z: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-psych-122216-011719>

Giddens, A. (2013). *Sociologie*. Praha: Argo.

Hanácká vodka. (2020, Leden 13). *Hanácká vodka Matěj Ruppert – Pure Dance Spirit – TV spot 30s* [online video]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=CCGMscP\\_v4Y](https://www.youtube.com/watch?v=CCGMscP_v4Y)

Hájek, M. (2014). *Čtenář a stroj: vybrané metody sociálněvědní analýzy textů*. Praha: Slon.

Heluz, Z. (2004). *Dítě v osobnostním pojetí: obrat k dítěti jako výzva a úkol pro učitele a rodiče*. Praha: Portál.

Hendl, J. (2023). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.

Home Credit. (2022, Květen 19). *Home Credit – Flexibilní půjčka – Kolo 15s* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=wwQPYKloDT0>

Invia.cz. (2024, Leden 3). *Invia: radost začíná u nás, léto 2024* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=1AGfsdfs5RE>

Jandourek, J. (2012). *Slovník sociologických pojmů*. Praha: Grada Publishing.

Janošová, P. (2008). *Dívčí a chlapecká identita: vývoj a úskalí*. Praha: Grada.

Karsten, H. (2006). *Zěny – muži: Genderové role, jejich původ a vývoj*. Praha: Portál.

LACTOVIT CZ. (2022, březen 30). *Stačí pokožku hydratovat, aby vypadala mladě?* [online video]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=2\\_Rocan2FoA](https://www.youtube.com/watch?v=2_Rocan2FoA)

Lippa, Richard A. (2009) *Pohlaví: příroda a výchova*. Praha: Nakladatelství Academia.

Matěječek, Z. (2015). *Po dobrém, nebo po zlém?* Praha: Portál.

Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada.

Mišovič, J. (2019). *Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor*. Praha: Slon.

Možný, I. (2002). *Sociologie rodiny*. Praha: Slon.

NIVEAČeskarepublika. (2023, Květen 2). *NIVEA Q10: Objevte Expertní sérum pro vyplnění vrásek* [online video]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=7\\_pJeu4jAGU](https://www.youtube.com/watch?v=7_pJeu4jAGU)

Oakleyová, A. (2000). *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál.

Pro holky. (2024). *Bambule*. Citováno 16. února 2024. Dostupné z: <https://www.bambule.cz/pro-holky/>

Pro holky. (2024). *Pompo*. Citováno 16. února. Dostupné z: <https://pompo.cz/hracky-pro-holky/>

Pro holky. (2024). *Wikihracky*. Citováno 16. února. Dostupné z: <https://www.wikyhracky.cz/pro-holky>

Pro kluky. (2024). *Bambule*. Citováno 16. února 2024. Dostupné z: <https://www.bambule.cz/pro-kluky/>

Pro kluky. (2024). *Pompo*. Citováno 16. února. Dostupné z: <https://pompo.cz/hracky-pro-kluky/>

Pro kluky (2024). *Wikihracky*. Citováno 16. února. Dostupné z: <https://www.wikyhracky.cz/pro-kluky>

Renzetti, Claire, M. & Curran, Daniel, J. (2003). *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum

Slevomat. (2024, Březen 8). *Slevomat – Kdo hledá, najde hvězdný týden extra slev* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=kJjuzUaWNEY>

SSJC. (2011). Slovník spisovného jazyka českého. Ústav pro jazyk český AV ČR. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz>

Švaříček, R., & Šedřová, K. (2010). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál

Tesco Česko. (2024, Leden 10). *Poznejte benefity aplikace Tesco Clubcard | Tesco Česká republika* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=xO73c3frmzM>

UNI HOBBY. (2023, Březen 8). *MAFL – Rozumíme českým kutilům | UNI HOBBY* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=VLGwRO0mmX0>

Vágnerová, P. & Lisá, L. (2021). *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum.

Wyrobková, A. (2007). Genderový vývoj: nejvýznamnější teorie a výzkum. *Československá psychologie*, *L1(2)*, 141-152. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/235714506?sourcetype=Scholarly%20Journals>

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Názory na rozdělení činností v rodině (v %) (Zdroj: CVVM, 2020)..... 48

Obrázek 2: Názory na rozdělení činností v rodině – vařit (v %) (Zdroj: CVVM, 2020) 49



## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Osnova rozhovoru**

**Příloha č. 2: Informovaný souhlas**

## Příloha č. 1: Osnova rozhovoru

### 1 část

1. Jaké bylo tvoje dětství s rodiči?
2. Jak bys popsal/a své rodiče?
3. Kolik času s tebou rodiče trávili?
  - a. Jak dlouho s tebou tvoje mamka/taťka byl/a doma po narození?
4. Jakým způsobem rodiče usměrňovali tvoje chování?
5. Když jsi něco provedl/a, jak jsi byl/a potrestán/a?
  - a. Byli rodiče překvapení tvým jednáním? Jak tvoji rodiče přistupovali k problému?
6. Vzpomínáš si jaké rady do života ti dávali tvoji rodiče?
7. Vybavuješ si, jakou ti rodiče dávali volnost?
  - a. Myslíš si, že jsi byl/a hlídaná více nebo méně?

### 2 část

8. Do jakých zájmových kroužků jsi chodil/a?
  - a. Preferovali tvoje rodiče nějaký? -> Nutili tě do nějakých kroužků?
  - b. Jak by reagovali tvoji rodiče, kdybys přišla s tím, že chceš začít dělat box?
  - c. Jak by reagovali tvoji rodiče, kdybys přišel s tím, že chceš na hraní panenku?
9. Vzpomínáš si, do jakého oblečení tě oblékali rodiče?
  - a. Vzpomeneš si, za co ses oblékal/a na karneval?
10. Jaké hračky ti rodiče kupovali, popř. jaké jsi dědil/a po svých sourozencích/známých?
11. Pamatuješ si jaké knížky ti rodiče kupovali/četli?

### 3 část

12. Změnil/a bys něco na výchově svými rodiči?
13. Jak bys vychovával/a holku a jak kluka?
  - a. Dělal/a bys rozdíly ve výchově?

## **Příloha č. 2: Informovaný souhlas**

### Informovaný souhlas o zpracování osobních údajů

Na základě mého nejlepšího vědomí a svědomí potvrzuji, že jsem souhlasil(a) se zpracováním mnou poskytnutých informací v průběhu rozhovoru pro účely tvorby bakalářské práce. Souhlasím s nahráváním rozhovoru a následným přepisem. Souhlasím s tím, že tyto informace mohou být využity v souladu s cíli bakalářské práce a budou zachovány s ohledem na zásady ochrany osobních údajů.

Rozumím, že v rámci bakalářské práce bude mé jméno a další identifikační údaje anonymizovány. Dále beru na vědomí, že jsem byl(a) informován(a) o tom, že jakékoli další využití nebo zveřejnění mých informací bude prováděno pouze se mnou předem dohodnutým způsobem a s mým souhlasem.

Dne \_\_\_\_\_

Podpis \_\_\_\_\_