

Obraz otcovské role v médiích

Bc. Jana Vrátníková Butorová

Diplomová práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jana VRÁTNÍKOVÁ BUTOROVÁ, DiS.**

Osobní číslo: **H08317**

Studijní program: **N 7507 Specializace v pedagogice**

Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Obraz otcovské role v médiích**

Zásady pro vypracování:

Uvedení do problematiky – analýza literárních pramenů, teoretická východiska.

Příprava výzkumu, výběr a charakteristika výzkumného souboru.

Provedení výzkumu metodou obsahové analýzy.

Zpracování a vyhodnocení výsledků výzkumu metodou zakotvené teorie.

Shrnutí a stanovení závěrečných stanovisek.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

BURGESSOVÁ, A. Návrat otcovství: Jak se stát moderním otcem. Vyd. 1. Brno: Jota, 2004. ISBN:80-7217-296-4.

BURTON, G, JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Vyd. 1. Brno: Barrister&Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J. Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie. Vyd. 1. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.

ZOJA, L. Soumrak otců: Archetyp otce a dějiny otcovství. Vyd. 1. Praha: Prostor, 2005. ISBN 80-7260-145-8.

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Helena Řeháčková

Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce:

21. ledna 2011

Termín odevzdání diplomové práce:

29. dubna 2011

Ve Zlíně dne 21. ledna 2011



prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.
děkan



Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně

.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užití či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíádně k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá fenoménem otcovství a jeho pojetím v médiích – časopisech. Zamýšlí se nad rolí a přínosem otců ve výchově dětí v kontextu současných dvou protichůdných tendencí – vzrůstající participací otců v rodinách v protikladu k jejich mizení z rodin. Popisuje genderové stereotypy, které se objevují nejenom v rodinách, ale také v médiích. Praktická část je zaměřena na obsahovou analýzu časopisů, konkrétně časopisů pro muže, časopisů pro rodiče a společenských týdeníků s cílem zjistit, jaká témata související s otcovstvím se v časopisech objevují a jakým způsobem jsou zde muži v otcovské roli zobrazováni. Výsledky obsahové analýzy jsou následně zpracovány metodou zakotvené teorie.

Klíčová slova: otcovství, gender, genderové stereotypy, krize otcovství, aktivní otcovství, média, obsahová analýza, metoda zakotvené teorie.

ABSTRACT

This study discusses fatherhood from a media perspective, specifically through magazines. It reflects on the role and the contributions of fathers in their children's upbringing in the context of two contradictory tendencies: on one hand, fathers are disappearing from families and on the other, fathers are becoming more involved in family life. Both gender stereotypes which are reproduced the media and those which continue to resonate with families are outlined in the study. Using content analysis of men's, parenting and lifestyle magazines, the purpose of the study is to discover the images of fathers and the contexts in which they are presented. Finally, the results of the analysis are interpreted with methods of grounded theory.

Keywords: fatherhood, gender, gender stereotypes, crisis of fatherhood, active fathering, media, content analysis, grounded theory method.

Za pomoc a podnětné připomínky k diplomové práci děkuji Mgr. Heleně Řeháčkové, Bc. Katce Kastnerové a RNDr. Vladimíru Zbrankovi. Poděkování patří také mé rodině, která mi byla při psaní diplomové práce velkou oporou.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

„Stejně jako děti v naší blízkosti rostou k dospělosti, tak my v prožitcích s nimi zrajeme k životní moudrosti“ (Matějček, 1994).

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	14
1 GENDER A GENDEROVÉ STEREOTYPY	15
1.1 MUŽI VERSUS ŽENY	15
1.2 VYMEZENÍ POJMŮ POHLAVÍ A GENDER	15
1.3 GENDEROVÉ STEREOTYPY	16
1.3.1 Genderové stereotypy v rodině.....	17
1.3.2 Genderové stereotypy v médiích.....	17
2 OTCOVSTVÍ JAKO RODIČOVSKÁ ROLE	19
2.1 CO ZNAMENÁ BÝT RODIČEM	19
2.1.1 Význam rodičů pro život dítěte	20
2.1.2 Rodičovství jako životní bohatství.....	20
2.2 ROLE OTCE VE VÝVOJE DÍTĚTE.....	21
2.2.1 Komplementarita rolí otce a matky.....	21
2.2.2 Význam otce pro vývoj dítěte v raných letech.....	22
2.2.3 V čem jsou otcové ve výchově dětí nezastupitelní.....	23
2.2.4 Významnost otcovské role ve výchově chlapců	24
2.2.5 Významnost otcovské role ve výchově dívek.....	24
2.2.6 Mužská přirozená agresivita jako otcův vklad	25
2.2.7 Jsou si otcové vědomi svého významu?	26
3 KRIZE OTCOVSTVÍ	27
3.1 ZTRÁTA OTCŮ JAKO DŮSLEDEK HISTORICKÉHO VÝVOJE	27
3.1.1 Historický exkurz do vývoje otcovství.....	27
3.1.2 Dopad socialismu a revoluce na vývoj českého otce	29
3.2 VÝZNAM VÝVOJOVÉ PSYCHOLOGIE V POJETÍ OTCOVSKÉ ROLE	30
3.3 NEJASNÉ VYMEZENÍ OTCOVSKÉ ROLE	31
3.3.1 Postavení matky a otce v domácnosti	31
3.3.2 Žena jako expert na rodinu a domácnost.....	32
3.4 PŘÍČINY ZTRÁTY DNEŠNÍCH OTCŮ	33
3.4.1 Otec jako živitel.....	34
4 NOVÉ OTCOVSTVÍ.....	36
4.1 OTCOVÉ PEČOVATELÉ.....	36
4.2 MOŽNÉ ZMĚNY V SYSTÉMU OTCOVSKÉ PÉČE	37
4.2.1 Navrhované změny.....	37
4.2.2 Otcovství jako společná záležitost mužů i žen	39
4.3 ŽENA JAKO PŘEKÁŽKA NA CESTĚ K NOVÉMU OTCI	39
4.4 NOVÁ Hnutí MUŽŮ	40
4.4.1 Hnutí za práva otců na děti pro rozvodu.....	41

4.4.2	Liga otevřených mužů.....	41
4.4.3	Pozitivní změny v myšlení mužů.....	42
4.5	SBLÍŽENÍ SOUKROMÉ A VEŘEJNÉ SFÉRY.....	42
5	MÉDIA	44
5.1	SMYSL A FUNKCE MASMÉDIÍ.....	44
5.2	MÉDIA JAKO PŘÍČINA SPOLEČENSKÉ ZMĚNY	45
5.2.1	Účinky médií.....	45
5.2.2	Obsah médií.....	46
5.3	GENDER A MÉDIA.....	47
5.3.1	Stereotypy v médiích.....	48
5.3.2	Situace v České republice.....	50
II	PRAKTICKÁ ČÁST	52
6	TEORETICKÝ ÚVOD DO VÝZKUMU	53
6.1	METODOLOGIE VÝZKUMU.....	54
6.1.1	Výzkumná otázka	54
6.1.2	Výzkumný vzorek	54
6.1.3	Zpracování výzkumu metodou zakotvené teorie.....	55
6.1.4	Interpretace dat.....	56
7	OBSAHOVÁ ANALÝZA ČASOPISŮ	57
7.1	FORMEN.....	57
7.1.1	Obsahová analýza.....	57
7.1.2	Shrnutí.....	59
7.2	ESQUIRE	59
7.2.1	Obsahová analýza.....	59
7.2.2	Shrnutí.....	61
7.3	DĚTI A MY.....	61
7.3.1	Obsahová analýza.....	62
7.3.2	Shrnutí.....	64
7.4	BETYNKA.....	65
7.4.1	Obsahová analýza.....	65
7.4.2	Shrnutí.....	73
7.5	RODIČE.....	73
7.5.1	Obsahová analýza.....	74
7.5.2	Shrnutí.....	77
7.6	REFLEX.....	77
7.6.1	Obsahová analýza.....	77
7.6.2	Shrnutí.....	82
7.7	RESPEKT	82
7.7.1	Obsahová analýza.....	82
7.7.2	Shrnutí.....	83
8	ZPRACOVÁNÍ ANALÝZY METODOU ZAKOTVENÉ TEORIE	84

ZÁVĚR	88
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	90
SEZNAM OBRÁZKŮ	94
SEZNAM TABULEK	95
SEZNAM PŘÍLOH	96

ÚVOD

Svoji diplomovou práci jsem pojmenovala *Obraz otcovské role v médiích*. Toto téma jsem zvolila proto, že mám pocit, že přestože je zřejmé, že otec hraje nezastupitelnou úlohu ve výchově dětí a jeho význam je stejný jako význam matky, není otcovské roli věnováno tolik pozornosti jako roli mateřské.

„Širší diskuse na téma otcovství nastolila druhá vlna feminismu a pozornost mu věnovali nejen ženy-feministky, ale také muži – v daném kontextu pro-feministicky či feministicky orientovaní. Od 70. let minulého století je tedy možné zaznamenat nárůst bádání na téma otcovství a otců hlavně v USA a západní Evropě a s nimi spojených diskusí, které postihují především dvě kontradiktorické tendence – vzrůstající participaci otců v rodinách vs. jejich mizení z rodin“ (Coltrane, 2006 in Maříková, 2010, s. 29).

O dnešní západní kultuře se stále více hovoří jako o „společnosti bez otců“. V době, kdy feministické hnutí postupně sílilo, muži spokojeně spali na vavřínech. Nyní pomalu procitají a zjišťují, že realita kolem se proměnila. Takzvaný hlad po otci je dnes všeobecně považován za nejdůležitější pojem západní mužské psychologie (Suchý, 2010). „Krise otcovství“ a fakt, že muži jako otcové ztrácí svoji roli je aktuálním tématem, kterým je potřeba se zabývat.

Na první pohled by se mohlo zdát, že dané téma nijak nesouvisí se sociální pedagogikou. Není tomu tak. Chybění otce v rodině se promítá do vývoje chlapců i dívek. Pokud si jako sociální pedagogové uvědomíme souvislosti s krizí otcovství, může nám to pomoci lépe chápat své klienty, ať již ve věku mladistvých či jejich otců.

Rodiny s jedním rodičem (téměř vždy to bývá matka) samy o sobě nejsou patogenní. Mohou mít horší organizaci a disponovat skromnějšími finančními prostředky. Problém však představuje doba dospívání dětí. Matka, i když má otcovské charakteristiky, stojí před nevládnutelným úkolem (Zoja, 2005). Teenagerovské party se převážně vytvářejí z chlapců, kteří, buď vyrůstají bez otce, nebo postrádají jeho citovou podporu. Smyslem jejich chování (který si však oni sami neuvědomují) je vyprovokovat dospělé muže, aby si jich všimli. To je hybná síla, kterou chápou také dobří policisté (Biddulph, 2007).

Krise otcovství se však neprojevuje pouze ve vztahu k dětem, její následky nacházíme i u dospělých mužů, kteří jsou postmoderní dobou frustrováni. Existují důkazy, že během

dvacátého století i počátkem století jedenadvacátého muži specificky trpěli. V čele statistik sebevraždy, předčasných úmrtí, úrazovosti a závislostí stojí muži. A trpící muži mají sklon působit utrpení druhým. Fyzické násilí vůči manželkám, sexuální zneužívání dětí, rozvody, morální úpadek v politice – to vše nasvědčuje tomu, že se s muži děje něco neblahého (Biddulph, 2007).

V devadesátých letech dvacátého století začali spisovatelé a komentátoři na celém světě poukazovat na to, že chlapcům a mladým mužům v naší společnosti fatálně chybí: otec, moudré vedení starších mužů a procesy, které by jim pomohly dospět ve zralé muže. Energii a nadání mužů, které jsou nyní nasměrovány na nenasytnost, obchod, militarismus a pouhé vydělávání peněz jsou zapotřebí k naléhavějším úkolům (Biddulph, 2007). Naše společnost stojí před velkým úkolem pomoci nalézt mužům jejich místo ve společnosti, v rodině a pomoci jim obnovit sebeúctu. Hledání otce není jen problémem individuálním. Musí hýbat celou společností (Zoja, 2005).

Na druhé straně již zaznamenáváme ve společnosti změnu. „Měníci se muži“ jsou představováni jako otcové, kteří se aktivně podílejí nejen na výchově svých dětí, ale také na péči o ně, na domácích pracích a činnostech, které jsou s rodinou spojeny, nepatří však k těm zábavným. V českém prostředí se nám mohou v souvislosti s aktivním otcovstvím vybavit iniciativy hnutí, která bojují za práva otců na děti (po rozvodu) (Aktivní otcovství, 2008). Tito muži pomáhají svým ženám nejenom v domácnosti, ale i s dětmi. Přebalují, koupají, krmí své potomky, někteří jsou dokonce s dětmi na rodičovské dovolené. Otcové se mnohem více zapojují do péče o děti než dříve – navštěvují se svými partnerkami kurzy pro těhotné, účastní se porodů, doprovázejí své děti k lékařům, diskutuje se o „otcovské dovolené“ – volnu pro „čerstvé“ tatínky, kdy v zahraničí již tato pomoc rodině existuje.

Další významnou otázkou je zakořenění genderových stereotypů ve společnosti, které mohou znesnadňovat změnu myšlení a postojů. Propojení tématu diplomové práce se sociální pedagogikou nalézáme i tady. Pokud chápeme sociální pedagogiku v jejím širším pojetí jak ji definují Kraus a Poláčková (2001), kdy se sociální pedagogika zaměřuje na „celou populaci ve smyslu vytváření souladu mezi potřebami jedince a společností, na utváření optimálního způsobu života v dané společnosti“. Význam sociálních pedagogů zde vidím ve snaze o změnu myšlení ve společnosti, v podpoře myšlenky aktivního otcovství, umožnění sladění profesní dráhy s péčí o děti prostřednictvím různých projektů, kampaní a vzdělávání.

Na změně postojů a myšlení ve společnosti se podílí mnoho faktorů. Domnívám se, že významnou roli v šíření nových cest, přístupů a postojů k výchově dětí i rozdělení rolí v rodině a domácnosti mohou sehrávat média.

Média jsou schopna změnit to, jak se lidé dívají na svět, jak myslí, tím, že modifikují jejich postoje k druhým lidem, k nejrůznějším tématům. Základním prostředkem tohoto vlivu je pravděpodobně sklon médií předvádět stereotypizovaný pohled na společnost a její členy, jenž může ovlivnit to, jak lidé nahlíží na různé sociální skupiny i sami na sebe. Mají moc předávat lidem nové poznatky a dovednosti, rozšiřovat hranice jejich poznání i strukturu postojů a přesvědčení (Burton, Jiráček, 2001). Historiky, antropology a sociology zajímá obsah médií jako svědectví o hodnotách a přesvědčeních konkrétní doby, místa nebo sociální skupiny. Úžeji k danému tématu pak to, do jaké míry se nové mediální texty, které odmítají rodovou (gender) stereotypizaci pokoušejí přinést pozitivní vzory, které by mohly mít nějaký „posilující“ účinek (McQuail, 2009).

Myslím si, že právě časopisy mohou ženám „vnuknout“, že otcové jsou pro vývoj dětí důležitým zdrojem, že je tedy správné chtít od otců svých dětí „více“. Že se nemusí cítit provinile, pokud chtějí čas pro sebe a muže nechají o své děti pečovat, přebalovat a krmit, že se mohou vrátit do práce, apod. A zrovna tak mužům mohou ukázat, že již od narození jsou pro své děti velmi důležitými a potřebnými a přispět tak k vytvoření nové modernější role otce.

Ve své práci se zaměřuji na média, konkrétně na časopisy s cílem zjistit, jakým způsobem a zda vůbec se tématu otcovství dotýkají a jaká témata související s otcovstvím preferují. Časopisy různého zaměření podrobují obsahové analýze s využitím metody zakotvené teorie.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 GENDER A GENDEROVÉ STEREOTYPY

Otcovství je genderovou rolí, která je spojena s mnoha genderovými stereotypy a předsudky. V úvodu tedy vymezme pojem gender a genderové stereotypy.

1.1 Muži versus ženy

Každý ví, že muži a ženy se navzájem liší. Odlišnosti mužů a žen jsou podmíněny mimo dispozic a biologických zvláštností také sociálními a kulturními vlivy. Mluví se o sociálním pohlaví v protikladu k biologickému pohlaví a o genderových rolích, které se ukazují jako nesamozřejmé (Gjuričová, Kubička, 2009).

Za tímto věděním však stojí řada otázek: Jak se muži a ženy odlišují? Do jaké míry? A jaký to má význam pro to, jak jsou přijímáni ve společnosti? První dvě otázky jsou záležitostí faktu, třetí otázka je záležitostí hodnot. Fakta však nelze od hodnot vždy oddělit a právě jejich styčná plocha hraje zásadní roli v diskusi o rozdílech mezi pohlavími (Oakleyová, 2000).

1.2 Vymezení pojmů pohlaví a gender

Mužství nebo ženství určuje, jaké schopnosti máme a jaké ne. Pro nás z toho plynou povinnosti a očekávání, kterým musíme dostát. Společnost předpokládá, že jde o věc přirozenou a že to nemůže být jinak. Snaha postavit se proti tomuto faktu je snahou postavit se proti přirozenosti. Pohlaví je nepochybné a nezpochybnitelné. Nestavíme jej (nekonstruujeme ho), ale stavíme na něm. S hlediska sociologie tomu tak není. Sociologie se snaží nepochybné (pohlaví) oddělit od zpochybnitelného (genderu) (Fafejta, 2004).

Pro mužství a ženství je možno používat dva výrazy „pohlaví“ a „gender“. Jaký je rozdíl mezi těmito dvěma pojmy? Mají téměř stejný rozsah neboli denotaci, ale zcela jiný obsah (konotaci) (Gjuričová, Kubička, 2009).

Pohlaví

Oakleyová (2000) vymezuje pojem pohlaví (anglicky sex). Je užíván tam, kde se hovoří o biologických rozdílech mezi mužem a ženou. Zahrnuje v podstatě všechno, co odlišuje muže a ženu na biologické úrovni. Jde o rozdíly, které jsou z kulturně-společenského hlediska a jeho vývoje konstantní.

Gender

„Termínem gender označujeme kulturní a sociální stereotypy a očekávání, které se pojí k jednotlivým pohlavím“ (Fafejta, 2004, s. 30). Gender poukazuje na to, jak je mužská a ženská identita různorodě prožívána a konstruována, jaká očekávání se k ní pojí, jaké má mužství či ženství role (Gjuričová, Kubička, 2009).

Ze sociologického pohledu je na genderu podstatné, že je ho možno coby sociální konstrukt měnit. Není pevný, závazný je pouze na základě sociálních norem. Jedná se o roli, ke které každý může přidávat vlastní obsah. Není dopředu určeno, jaká jeho podoba je správná nebo špatná. Přitom je nám vštěpován již od narození a stává se součástí naší identity (Fafejta, 2004). Gender je proměnlivý jak historicky, tak z hlediska individuální historie a možností (Gjuričová, Kubička, 2009).

1.3 Genderové stereotypy

„Lidé často podléhají tzv. genderovým stereotypům, tedy zjednodušujícím souhrnným popisům a pravidlům, určeným ženám a mužům. Často se jedná o předsudky a mylné představy o „správném“ či „přirozeném“ chování a obecném posuzování jedinců na základě jejich příslušnosti k určitému pohlaví bez hlubší specifikace toho, co je těmto jedincům vrozené a co získali výchovou, jaké jsou jejich individuální vlastnosti, schopnosti, názory, představy o životě apod.“ (Aktivní otcovství, 2008, s. 8). Úskalím tohoto rozlišování je radikální oddělení ženských a mužských znaků, tedy představa, že normální a správná žena nevykazuje žádné rysy mužství a stejně tak muž nevykazuje rysy ženské. Předpokládá se, že všechny příslušnice a příslušníci daného pohlaví sdílejí v zásadě stejné zájmy, hodnoty, potřeby, životní styl apod., a tvoří tak jakousi ucelenou skupinu, která nepřipouští různorodost (Aktivní otcovství, 2008).

V naší kultuře 20. století jsou otec a matka pojímáni jako dvě rozdílné, avšak doplňující se osoby. Zatímco otec má plnit instrumentální roli (živitele a ochránce) a roli symbolickou (nositel původu, autority), role expresivní, citová je vymezena ženě. Zatímco muž se nemá projevovat emocionálně, žena starající se o domov má být milující, jemná, „mateřská“ – má zabezpečovat citové potřeby členů své rodiny (Maříková, 2004).

1.3.1 Genderové stereotypy v rodině

Nejvíce působící genderové stereotypy jsou spojeny s představami o postavení a úloze žen a mužů v rodině, jejich podílem na výchově a péči o děti, a také se zabezpečením chodu domácnosti. Přestože muži mají zákonem uznanou možnost zůstat s dětmi na tzv. rodičovské dovolené, zůstávají několik nadcházejících let s dětmi v drtivé většině ženy. Tato skutečnost je dána právě stereotypní představou o poslání a přirozené úloze žen-matek, má však spojitost i s menšími průměrnými výdělky žen. Stejný důvod (nižší mzda) je většinou zásadním argumentem pro muže, kteří se rozhodnou zůstat s malými dětmi na rodičovské dovolené v případě, že větší výdělek má netradičně žena (Bosáková, Frank, 2005).

Také problematika domácích prací a zajišťování chodu domácnosti souvisí s tradičními rolmi mužů a žen. Ve většině rodin jsou domácí práce náplní volného času matky po té, co se vrátí z klasického placeného zaměstnání. Hodně mužů doma „pomáhá“, ale zbývá jim mnohem více volného času na jejich koníčky a záliby. Problémem je zdánlivá „neviditelnost“ domácích prací, kdy není přesně zřejmé, kdo ji dělá, ale přesto je to nejčastěji žena a ostatní členové domácnosti jí s ní pouze pomáhají (Bosáková, Frank, 2005).

Zmíněný zažitý stereotypní předpoklad, že žena se na rozdíl od muže odebere na rodičovskou dovolenou, bude zůstat doma s nemocným dítětem a po práci se bude věnovat péči o domácnost a děti, je pro ženu velkým handicapem na pracovním trhu. Na druhé straně jsou muži také diskriminováni, neboť se dopředu předpokládá, že se péče o dítě nebudou účastnit a leží na nich břímě finančního zabezpečení rodiny. Současná situace tedy ztěžuje mužům možnost starat se o dítě, a to nejen z důvodů finančních, ale také kvůli obavám z posměchu a z diskriminace v zaměstnání. Muži, který čerpá rodičovskou dovolenou, může být znesnadněn další postup či odnímány platové výhody (Bosáková, Frank, 2005).

1.3.2 Genderové stereotypy v médiích

Není pochyb o tom, že média jsou jednou z významných socializačních institucí, neboť jsou schopna ovlivňovat mínění lidí (Genderové stereotypy v médiích a jazyce, 2008).

Jejich poselství obsahující genderové stereotypy má silný dopad na představy o postavení žen a mužů ve společnosti. Bohužel prostřednictvím médií může docházet k prohlubování předsudků a stereotypních představ. (Bosáková, Frank, 2005)

Média přisuzují jednotlivým pohlavím určité vlastnosti a vzorce chování a zároveň prezentují takové společenské modely, které lidé chápou jako obecně platné. Na základě těchto charakteristik vzorů „ženskosti“ a „mužskosti“ vznikají a upevňují se předsudky a rozdílný přístup k mužům a ženám v naší společnosti. Chlapcům patří modrá, dívkám růžová, klukům auta, holčákům panenky, ženám kosmetika a sexy prádlo, mužům pivo a rychlá auta. Média tak posilují a reprodukuje stereotypní, společensky uznávaný obraz ženy a muže, zároveň ale tento obraz i sama vytvářejí. Nutno podotknout, že následkem sexistického nazírání na ženy a posilování jejich propojení zejména se soukromou sférou (rodina, domácnost), má toto „škatulkování“ negativní dopady i na stereotypní vnímání mužů a zdůrazňování jejich úlohy ve sféře veřejné (zaměstnání, politika) (Genderové stereotypy v médiích a jazyce, 2008).

Úkolem této práce je zjistit, jaké genderové stereotypy, příp. zda vůbec se objevují v současných časopisech, určených pro různé typy odběratelů.

2 OTCOVSTVÍ JAKO RODIČOVSKÁ ROLE

Narozením prvního dítěte se z manželství/svazku muže a ženy stává rodina. Partneři začínají přijímat nové úkoly spojené s rolí otce a matky. Rodina složená z manželského páru a jejich přímých potomků je základní jednotkou známou ve všech lidských společnostech. (Langmeier, Krejčířová, 1998). Vznikla kdysi v pradávnych dobách, kdy se člověk ještě moc málo podobal tomu, jaký je dnes. A vznikla nejen z přirozeného pudu pohlavního, ale především z potřeby své potomstvo ochraňovat, učit, vzdělávat a připravovat pro život. (Matějček, 1994)

2.1 Co znamená být rodičem

Rčení, které říká, že muž má postavit dům, zasadit strom a zplodit syna je obecně známé. Potřeba formovat a přetvářet okolní svět je člověku k užitku nebo potěšení, ale potřeba zplodit děti slouží k zachování lidstva (Matějček, 1994).

Maříková (2004) uvádí dva přístupy k základu rodičovství.

Biologický základ rodičovství

Matka a otec jsou bezesporu nejdůležitějšími osobami v životech většiny z nás. Bez nich bychom nebyly na světě my – jejich děti. Říkáme, že je „přirozené“ být matkou či otcem, že je přirozené mít děti. Jaký význam má v této souvislosti výraz přirozený? Mělo by to být to, co je nám dáno „od přírody“, tzn. to, co nám bylo vrozeno instinktivně, nebo geneticky.

Rodičovství jako sociální konstrukt

Když se ale podíváme zpět do minulosti a do jiných kultur, utvrdí nás to spíše v tom, že rodičovství je přes svůj jistý biologický základ spíše sociálním „produktem“ (konstrukcí), neboť ospravedlňuje určité vzorce chování muže (otce) a ženy (matky) v dané kultuře. Společnost a kultura nám coby rodičům „vymezuje“, zda děti mít či nemít, kolik a případně v jakém věku je vhodné je mít a kdy už se to naopak zase „nehodí“, jak se máme jako matky a otcové chovat. Určuje, co je přípustné, co je a není tolerovatelné mužům a ženám v jejich rodičovských rolích.

Suchý (2010) upozorňuje, že základ mateřství je spíše instinktivní, naproti tomu je otcovství projevem záměru a vůle. Ve zvířecím světě je to jev neznámý, ale v lidském světě se muž skutečně rozhoduje, zda bude lidskému mláděti otevírat cestu do světa, chránit ho, podpo-

rovat a budovat vzájemný vztah. Otcovství je tedy z tohoto pohledu kulturně-společenský produkt, pro který přírodní zákony příliš neplatí. A když se otec jednoduše rozhodne, že své otcovství nepřijímá, nemůže mu v tom prakticky nic zabránit.

2.1.1 Význam rodičů pro život dítěte

Dítě ke svému vývoji potřebuje mimo zabezpečení primárních potřeb, stabilní prostředí a přítomnost stabilních osob (rodičů), na jeho vývoji vysoce citově angažovaných. Rodiče svým vlivem určují životní dráhu dítěte – dítě si z rodiny odnáší představu o manželství a rodině, o hodnotové hierarchii, o pracovním uplatnění. Tyto programy přehodnocuje a ponechává si z nich to, co považuje za pozitivní, to si zachovává až do konce života. Pokud by neexistovalo mezi rodiči a dětmi intenzivní pouto, neměly by tyto programy zakotvení, protože nikomu jinému by nezáleželo na tom, aby si je dítě osvojilo a aby je naplňovalo (Matoušek, 1993).

2.1.2 Rodičovství jako životní bohatství

Uspokojování základních psychických potřeb není jednostranný proces (tj. od rodičů k dítěti), probíhá i v opačném směru, totiž od dětí k rodičům. Děti svou existencí a svým soužitím s rodiči stejně tak přirozeně a účelně uspokojují psychické potřeby svých dospělých vychovatelů (Matějček, 1994). Dítě dospělému umožňuje přesahovat horizont vlastního života. Starost o členy rodiny je více než starost o sebe, tím náš život dostává nenahraditelnou dimenzi. To, co děláme, má větší cenu, pokud je to zhodnoceno a přímo zužitkováno rodinou. Dospělý je rodinou potvrzován v roli sexuální a v roli rodičovské – obě role jsou základem dobrého sebehodnocení. Všem členům rodiny, dětem i dospělým, rodina poskytuje domov. V něm člověk odkládá veřejné role. Je zde možná vysoká míra otevřenosti a sdílení. Rodina umožňuje svým členům zpracovávat všechny druhy traumat, které je potkávají. Umožňuje sdílet radost (Matoušek, 1993).

Děti nám otvírají budoucnost. Pokud máme děti, nejen že se nenudíme, ale neustále se s nimi díváme dopředu – stále se na něco těšíme a něčeho se obáváme. Sotva se něco splní, už jsou tady nové úkoly a nová nebezpečí a s nimi i naše nová očekávání a napětí. Jakožto rodiče s dítětem získáváme také zkušenosti a poznatky, kterých bychom jinak sotva dosáhli. V žádné učebnici se nedovíme, co je radost a uspokojení z toho, že se má naše dítě k světu, je zdatné a zdravé, že je druhými oceňováno a mají je rádi. Na druhou stranu se ovšem také

nedovíme, co je to úzkost, když je nemocné, co je zklamání, když se mu něco nedaří a co je to za bolest, když je vůči nám „nevděčné“ atd. Stejně jako děti v naší blízkosti rostou k dospělosti, tak my v prožitcích s nimi zrajeme k životní moudrosti (Matějček, 1994).

2.2 Role otce ve vývoje dítěte

„Zásadní otázka, která se při konceptualizaci otcovství vynořuje je, zda otcovství představuje specifický sociální fenomén, resp. zda otcové disponují nějakými specifickými a jedinečnými charakteristikami či schopnostmi, které mají vliv na styly jejich péče a výchovy a odlišují v konečném důsledku jejich dopady na vývoj dítěte od těch mateřských, či nikoli“ (Maříková, 2010, s. 29).

Autoři zabývající se otcovstvím, kteří se během celého minulého století pokoušeli ospravedlnovat roli otců, považovali za samozřejmou představu otcovství coby jasně vymezené „rodové“ činnosti. O otcích se prohlašovalo, že mají svou hodnotu ne proto, že jsou individuality, či snad že jsou muži, ale proto, že to, jak se chovají ke svým dětem je „jiné“ (Burgessová, 2004). Otcové jsou součástí prostředí a jako takoví mají významný vliv na psychologický vývoj svých dětí (Warshak, 1996). Lidský svět je ženský a mužský. Ať chceme nebo ne, otec se od chvíle, kdy dítě začne vnímat svět kolem sebe, stává pro svého potomka zástupcem jedné poloviny lidstva (Matějček, 1994). Otcovská péče o děti je tedy základní součástí struktury lidského života, je základní součástí výchovy synů i dcer (Biddulph, 2007).

2.2.1 Komplementarita rolí otce a matky

Vklad obou rodičů ve výchově nespočívá jen v jejich jedinečnosti, ale také v jejich spojení, pointa je v doplňování se: otec oceňuje chlapcovy schopnosti a touhu prosadit se, ale je to matka, kdo ho naučí zacházet s bolestí a porážkou. Matka chlapce pochválí za to, že sestřičce půjčil hračku, zatímco otec bude spíše nadšený z jeho prvního pořádného kopnutí do balónu. Zatímco matka dbá na jeho pravdomluvnost, čestnost a pomoc druhým, otec oceňuje jeho sílu, dravost a schopnost vítězit. Matka spíše chrání a pečuje, otec stanovuje hranice a určuje pravidla. Matčina náruč konejší, otcova působí spíše jako pevný val před nepřáteli (Suchý, 2010).

Otcovské chování se může odlišovat od chování matek kupříkladu tam, kde se jedná o „citlivost vůči dětem“. Právě touto emocionální i fyzickou vzdáleností od svých dětí

byl po mnoho desetiletí vysvětlován odlišný rodičovský styl otců. Útržkovitější znalosti o schopnostech dětí prý způsobují, že otcové děti bezděčně stimulují nad rámec jejich očekávaného dosaženého úspěchu, a tím pro ně vytvářejí most, který je spojuje s vnějším světem. Navíc každodenní nepřítomnost (údajně) otcům umožňuje, aby byli chladně racionální, a vytvářeli tak protiklad „emocionálních“ matek (Burgessová, 2004).

Otcové jinak než matky na dítě mluví, nosí jiné věci do bytu, dívají se na jiné programy v televizi, něco jiného mu ukazují a jiným jeho projevům se smějí. A dítě dobře poznává, co dělá radost jednomu a co druhému. Co je v rodině životní role mateřská a co otcovská. U matky dítě hledá ochranu a prožívá více intimity – od otce očekává více aktivity a zpravidla i více zábavy a legrace. S každým z nich si povídá o něčem jiném. Jedna psychologická studie shrnuje své výsledky v moudré poznání, že „matka vede dítě k člověku a otec k lidem“ (Matějček, 1994).

Jednostrannost výchovy při chybění jednoho z rodičů je zřejmá, a je to samozřejmě mnohem častěji otec, kdo chybí (Suchý, 2010). Ztráta muže v rodině znamená, že se dítěti ztrácí základní příležitost k rozvíjení a kultivaci potenciálu daného jeho pohlavím. Ale neplatí to jen pro chlapce. Také dívky potřebují mužské vzory ve svém nejbližším životním prostředí, aby v interakci s nimi kultivovaly a osvědčovaly svou ženskost (Matějček, 1994).

2.2.2 Význam otce pro vývoj dítěte v raných letech

Zjistilo se, že otec je významný, nejen když jsou děti starší, ale i v raných letech. Četné studie potvrdily, že nemluvnata vytvářejí úzká citová pouta i se svými otci a že se tak děje přibližně v tutéž dobu, kdy se formují tato pouta k matkám. I když otec a matka obvykle hrají v životě dítěte rozdílné role, „rozdílné“ neznamena více nebo méně důležité (Warshak, 1996).

Vědomí identity, vlastního „já“ se lépe a dříve utváří tehdy, pokud dítě žije ve vztahu trojstranném (já-ty-on) než pouze ve vztahu dvojstranném (já-ty). Jeli dítě jenom s matkou (já-ty), jde vlastně o jeden vztah se dvěma póly. Je-li tu však i otec, zažívá dítě jeden takovýto dvoupólový vztah k matce, druhý k otci a navíc je svědkem třetího vztahu mezi matkou a otcem. Z tohoto trojúhelníku mu vyvstane vědomí vlastní svébytné osoby (Matějček, 1994). Vřelý pozitivní zájem o dítě má pro něj značný význam od samotného narození. Děti, kterým se tohoto požehnání dostane v prvních čtyřech týdnech života, podávají v den svých

prvních narozenin lepší výkon než jejich vrstevníci (Burgessová, 2004). Děti, jejichž rodiče se v péči o ně střídají, si navyknou dočasné nepřítomnosti jednoho z nich a pociťují pak méně úzkosti při separaci (Warshak, 1996).

Psychologické výzkumy (u nás prováděné bohnickým výzkumným týmem) přesvědčivě ukázaly, že společná starost o dítě, a zvláště zangažovanost muže na péči o dítě od samého začátku, je velice silným, ne-li nejsilnějším činitelem rodinné soudržnosti a stability, a tedy prevencí rodinných rozvratů a rozvodů (Matějček, 1994).

2.2.3 V čem jsou otcové ve výchově dětí nezastupitelní

Otcové se dovedou zcela kompetentně starat o své děti, čím více tak činí, tím více z toho mají děti prospěch. Zaujatí, vělí, pečující otcové dávají svým dětem výhody v různých oblastech psychologického vývoje (Warshak, 1996).

Chlapci i děvčata žijící se svými otci si víc váží sami sebe. Mají lepší výsledky ve škole, déle studují, získávají vyšší kvalifikaci a snadněji nacházejí zaměstnání. Méně často se stávají oběťmi sexuálního zneužívání či násilného útoku a samy nemívají tolik problémů se zákonem. Dívky jsou méně často znásilněny, později získávají první sexuální zkušenosti, v méně případech otěhotní v dospívání. Dívky bez otce jsou „povolnější“ a více se snaží mužům vyhovět než dcery, které se díky otcově lásce a úctě cítí být v bezpečí. Chlapci bez otců nebo ti, jejichž otcové se doma moc nevyskytují, mají mnohem častěji násilnické sklony a dostávají se do potíží, mají horší prospěch ve škole a v dospívání se častěji stávají členy part či gangů. Rodiny bez muže jsou obvykle chudší a děti z těchto rodin se na společensko-ekonomickém žebříčku častěji posunou dolů než nahoru (Biddulph, 2007).

Dospívající, kteří mají dobré vztahy se svými otci, berou vážně své povinnosti, s větší pravděpodobností udělají to, oč jsou rodiči požádáni, a jsou méně omezeni tradičně vymezenými rodovými rolemi. Chlapci mají méně problémů s chováním ve škole a dívky jsou samostatnější, veselejší a šťastnější a mají chuť stále zkoušet něco nového. U dospělých mužů i žen je jejich empatické chování k ostatním ukazatelem vysoké míry péče otce v jejich dětství. Podíl otce na výchově také velmi významně ovlivňuje to, zda děti v dospělosti dosáhnou vyššího vzdělání a sociálního postavení než jejich rodiče. Děti, kterým se otec věnuje, nejen lépe prospívají ve škole – sociálně i akademicky – ale mají i vyšší IQ (Burgessová, 2004). U dětí, kterým se jejich otcové hodně věnovali, dávali jim

najevo svou lásku častými citovými projevy a určovali přiměřená omezení, se snáze vytvořil pocit mohutnosti vlastních schopností. Nejen že tyto děti přijímají odpovědnost za své chování, ale mají i tendenci chovat se více odpovědně. Napodobují odpovědné chování, které vidí u svých otců (Warshak, 1996).

Otcové jsou pro své děti přínosem v mnoha ohledech – coby pečovatelé, kamarádi, živitelé, ochránci, pedagogové a životní vzory – a také se k nim dokážou až neskutečně emociálně připoutat. To znamená, že je bezvýhradně milují a zůstanou jim věrní až do konce života (Burgessová, 2004).

2.2.4 Významnost otcovské role ve výchově chlapců

Představte si, že by nějaká dívka byla obklopena pouze muži, vyrůstala by s otcem a také všichni její učitelé a opatrovníci by byli muži – nedělali bychom si snad starosti, zda z ní vyroste normální žena? A přesto je stejná absence kontaktu s příslušníky svého pohlaví normální zkušeností milionů chlapců (Biddulph, 2007).

Od druhé poloviny padesátých let znají psychologové souvislosti mezi nedostatečným vztahem otec – syn a delikvencí mládeže. U typického delikventa buď vztah k otci vůbec neexistoval, nebo byl velmi slabý nebo špatný. Z domovů, kde otec chyběl, pochází neúměrně mnoho delikventů. Souvislost mezi antisociálním chováním a nedostatečnou otcovskou péčí neznámá, že všechny neuspokojivé vztahy mezi otcem a synem nutně povedou k delikvenci, nebo že pozitivní vztah k otci zaručuje, že dítě se antisociálnímu chování vyhne. Ve hře je také mnoho jiných faktorů, včetně ekonomické situace a kvality vztahu chlapce k jeho matce. Ale věrlý, angažovaný a pečující otec je stráž proti antisociálnímu chování, zatímco otec neplnící rodičovské funkce pravděpodobnost delikvence zvyšuje. Otcův zájem, podpora a dosažitelnost jsou pro syna také zřetelnou výhodou ve společenském styku se ženami. Šance mladého muže na úspěšnost jeho manželství je větší, zažil-li věrlý a úzký vztah se svým otcem a viděl-li harmonický vztah mezi svými rodiči (Warshak, 1996).

2.2.5 Významnost otcovské role ve výchově dívek

Podíl otce na sociálním vývoji dcery je nejvíce patrný v adolescenci, kdy dívky začínají navazovat vztahy s chlapci. Otec může mít vliv pozitivní i negativní. Dívky, které mají ke svým otcům věrlý vztah a cítí se jimi akceptovány, se budou pravděpodobně cítit více v pohodě a s potřebnou mírou sebedůvěry ve vztazích k příslušníkům opačného pohlaví

(Warshak, 1996). Dcery od svých otců potřebují, aby jim poskytli určité specifické věci, a jednou z nich je afirmace, ujištění – pocit, že je otec oceňuje a obdivuje, ale nikdy jim neškodí ani je nezneužije. Díky němu je dívka schopná rozmlouvat a sdílet vzájemný obdiv s „bezpečným“ mužem. Při rozhovorech s otcem a jinými staršími muži má možnost získat jistotu a pocit vlastní hodnoty, takže ví, že „nepotřebuje“ hned prvního ctitele, který jí přijde do cesty. Nedocenitelné je také realistické pochopení mužských předností i slabých stránek (Biddulph, 2007). Dobře přizpůsobené ženy většinou vyrůstaly v prostředí, kde mohly pozorovat pozitivní vztah mezi svými otci a matkami (Warshak, 1996).

Pouhá přítomnost otce však nezaručuje, že jeho vliv bude pozitivní. Někteří otcové jsou vůči duševnímu zdraví svých dcer zcela destruktivní. Mám na mysli situace, kdy se otec provinil týráním nebo pohlavním zneužitím své dcery (Warshak, 1996).

2.2.6 Mužská přirozená agresivita jako otcův vklad

Zoja (2005) poukazuje na tzv. „otcovský paradox“. Muž musí být zároveň otcem i bojovníkem. Nemůže, na rozdíl od matky, dělat jen jednu z těchto věcí. Dítě, které vidí otce jen ve zbroji, jej nepozná. Dítě, které ho ve zbroji nespatří nikdy, jej nerozpozná jako otce. Každý člověk disponuje určitou mírou agresivity a má schopnost bránit se. Společnost se stará o to, aby si dítě tuto bojovnou kvalitu osvojilo prostřednictvím identifikace s otcem. Důvodem není domnělá agresivní přirozenost otce, ale dlouhodobá mužská specializace na agresi, která vytvořila téměř nezměnitelný obraz v kolektivním nevědomí.

Podobný názor uvádí i Suchý (2010): Archetypem muže je válečník. Také křesťanský postoj uvádí, že vlastnostmi muže-otce jsou ochrana, síla a autorita. Mužova agresivita (samozřejmě pokud není patologická) stanovuje hranice a vyvolává v dítěti pocit bezpečí – když bude nejhůř, táta mě ochrání. Když spadnu z kola (nebo ze všech svých životních pozic), táta mi pomůže znovu vstát na nohy. Muži mají své děti adekvátním způsobem bránit. Otec by měl reprezentovat sílu a ochranu. To, zda se této role zhostí, či ne, může mít pro jeho děti zásadní význam (Biddulph, 2007).

Ženy i děti potřebují, aby byli muži při ukázkování potomků alespoň rovnocennými partnery. Zejména výchova chlapců vyžaduje určitou dobře míněnou bojovnost, aby pochopili, co se od nich žádá. Muži, kteří jsou se svou mužskostí spokojeni, si toto měření sil užívají. Necítí se při něm ohroženi a nemají stejný pocit vyčerpání, jaký prožívají ženy kvůli tomu,

že jsou na děti „tvrdé“. Existuje i další důvod, proč by měli být otcové přísnější. City matky k dítěti jsou v první řadě láskyplné a dítě je opětuje. Musí-li víc ukázněvat matka, a zejména dělá-li to záporně a kriticky, dítě by z toho mohl vyvodit závěr, že ho nemá ráda. Pokud však otec odvádí svůj díl práce, matka se uvolní, cítí podporu a může pak být méně chladná nebo přísná. Vezme-li si dítě „na starost“ otec – pevně a jasně si s ním promluví o tom, co je a co není přijatelné, a posílí svá slova nenásilnými, ale pevnými důsledky, pak je jeho manželka schopná se uvolnit a být vlídnější. Tím není myšleno, že rozdělení rolí má být černobílé, ale že rovnováha se má spíše naklonit k tomu, aby byl přísnější otec. Oba partneři musejí dělat obojí. Pokud totiž otec neprojevuje svému synovi či dceři lásku a zájem, jeho ukázněvání nebude účinné (Biddulph, 2007).

2.2.7 Jsou si otcové vědomi svého významu?

Pokud má otec tak velký vliv na svou rodinu, lze očekávat, že jeho nepřítomnost doma bude značně nepříznivá pro psychologický vývoj jeho dětí. A lze i očekávat, že jej děti budou s bolestí postrádat (Warshak, 1996).

Otázkou je, zda jsou si vůbec muži vědomi, jak nezastupitelnou a významnou úlohu sehrávají ve vývoji dětí a zda si přínos mužského pohledu na svět uvědomují také matky. Je potřeba se zamýšlet nad tím, jakým způsobem by se dala daná situace zlepšit, jaké konkrétní kroky by bylo možno realizovat a zda – v kontextu této práce by do řešení mohla být zahrnuta i média.

3 KRIZE OTCOVSTVÍ

Luigi Zoja se ve své knize *Soumrak otcovství* podrobně věnuje fenoménu „mizejícího otce“. Otec se podle něj stal raritou, luxusem. Své tradiční psychologické funkce naplňuje stále méně. Jeho materiální povinnosti přejímá matka, případně instituce. Otcovský obraz se rozkládá, ale vytrácí se i konkrétní osoba otce. Žijeme skutečně v historickém období nepřítomných otců? Alarmující výsledky mnohých výzkumů hovoří o ztrátě otce jako o nebývalém zlu (Zoja, 2005).

Otcové jsou pro svou rodinu významným zdrojem, ale bohužel často málo využívaným zdrojem. Jedním z nejsmutnějších zjištění ve výzkumech otcovství je fakt, že i v úplných rodinách není naprostá většina otců doma dost času na to, aby svým dětem ze sebe předala to, co by mohla. Tak je možné vysvětlit rozčarování některých velmi úspěšných otců, kteří se vracejí domů k dětem, které milují, ale kteří cítí, že s nimi mají nepochopitelně málo společného (Burgessová, 2004).

3.1 Ztráta otců jako důsledek historického vývoje

Kořeny ztráty otců můžeme nalézt v dějinách, které otcům vzaly jejich tradiční postavení. Význam otce a jeho postavení v rodině, stejně jako očekávání a normy kolem dobrého otcovství, se v historii vyvíjely spolu s proměnami společností, v rámci kterých otcové zaujímali své postavení v rodinách. Podobně jako každá jiná sociální role byla i tato vždy definována a formována mnoha společenskými a kulturními faktory, které vytvářely a ovlivňovaly statut otců ve společnosti a v rodině, včetně jejich práv a povinností, které z role otce vyplývaly (Aktivní otcovství, 2008).

3.1.1 Historický exkurz do vývoje otcovství

Kmenový a vesnický způsob života umožňoval otcům a synům žít a pracovat v těsné blízkosti. Otcové, strýcové i dědové mladíky učili své práci nebo obchodu, a zároveň i tomu, jak se stát mužem. Chlapci byli dennodenně, od rána do večera, obklopeni muži, kteří je aktivně (a obvykle s potěšením) povzbuzovali a zaučovali. Do sytosti mohli vstřebávat chování, styl či tón hlasu desítek dostupných mužských vzorů a tito muži se k nim chovali tak, jak bylo potřeba: pevně a láskyplně. Pak se však tohle všechno začalo nebývale měnit. Přešlo se k zemědělství, začala vznikat města a před pouhými šesti generacemi přišla průmyslo-

vá revoluce, která všechno navždy změnila. Vesničané byli vystěhováni, aby uvolnili půdu pro výrobu vlny, která byla výnosnější než obilí. Výroba vlny však vyžadovala už jen zlomek pracovní síly, zatímco města potřebovala tovární dělníky, úředníky, horníky i nádeníky. Lidem nezbývalo než na změnu přistoupit, nebo zemřít hladu (totéž se dnes odehrává v Asii i jinde) (Biddulph, 2007).

Průmyslová revoluce

Vše se tedy změnilo s počátkem průmyslové společnosti. V průběhu posledních dvou století ztratil muž téměř všechny své tradiční role. Přestal být nenahraditelným ochráncem a pečovatelem, přestal děti vychovávat a předávat jim morální zásady, již nadále nebyl nezpochybnitelnou hlavou rodiny. Od konce 18. století začíná narůstat zodpovědnost matky za domácnost, výchovu dětí a péči o ně. Počátkem 19. století je stále ještě hlavní zodpovědnou osobou za dítě jeho otec, avšak v průběhu století dochází k postupným změnám. Důsledkem ekonomického rozvoje, který nutil otce pracovat po celý den mimo domov, došlo k radikálnímu oddělení pracovního a domácího prostředí spojeného s jasným oddělením pohlaví a rolí v rodině. Rodina dostala zcela nový charakter. Z otce se stává vzdálená osoba, o jejíž práci děti téměř nic neví. Domácí sféra začíná být doménou matky, včetně výchovy a péče o děti. Zodpovědnost za děti přechází postupně na matku. Během pouhých několika desítek let se svět rozdělil na dvě nesoudržné sféry, které už téměř mezi sebou nekomunikují: na soukromou sféru rodinného krbu pod vedením matky a na veřejnou a profesionální sféru, která je výsadní doménou mužů. Muži pozbývají svůj vliv na výchovu dětí a ztrácejí s nimi kontakt. Ženy začaly být postupně považovány za bytosti vybavené všemi potřebnými vlastnostmi k výchově dětí obou pohlaví, a nakonec společnost dospěla k názoru, že matky dokáží lépe uspokojovat potřeby malých dětí lépe než muži. Nakonec i sféra vzdělávání, která dříve byla zcela doménou otce, se stala jedním z úkolů matky. Otci sice zůstal formální statut hlavy rodiny, ale vychovateli se definitivně staly matky. Muž zasahoval do výchovy spíše už jen v případech, kdy z nějakého důvodu selhala matčina autorita. Tím, že se místo realizace mužů přesunulo především do pracovní sféry vzdálené od domova, muži také začali hledat smysl svého mužství více mimo domov. Méně se už vztahovali k hodnotě domova a rodičovství, pro jejich sebeurčení začaly být postupně důležitější individuální ambice a pracovní úspěch. Otcovství se stalo méně důležitou sociální rolí (Aktivní otcovství, 2008).

Tak došlo k tomu, že „otec má pro své děti čím dál více peněz, ale čím dál méně času. Penězi platí život svých dětí, ale v jejich životech je sám platný málo“ (Zoja, 2005, s. 191).

Světové války

Také světové války oloupily miliony dětí o otce. A zároveň to byly první války, které miliony bývalých vojáků připravily o jejich děti (Zoja, 2005). Mnoho mužů, kteří se vrátili z války, mělo pocit, že se o svou zkušenost nemohou s nikým podělit, což patrně narušilo komunikaci v mnoha rodinách (Burgessová, 2004). Tito muži se už nedokázali znovu stát otci. Pro rodinu se tím příliš nezměnilo: otec nepřišel o život ve válce, ale cestou domů (Zoja, 2005).

Vývoj otcovství po válce

Nová generace otců v Evropě a v Americe po druhé světové válce napřela všechny síly ke zlepšení profesních možností svých dětí. Toto přání bohužel odrazilo spíše jejich nedostatečnou sebeúctu a vedlo k rozkolu s jejich potomky. Celá generace dělníků si doslova odtrhávala chleba od úst, aby jejich děti mohly studovat na univerzitě. Nikdo však nepředvídal, že sociální vzestup nezřídka rozbije pouto mezi generacemi. Syn s univerzitním diplomem se stydí za svého nevzdělaného otce dělníka. Včera vděční, dnes nevděční – získali snad něco, zač mohou být vděční? V materiálním smyslu získali. Peníze však nahradily vyzdvižení, požehnání a iniciaci, to jest svět symbolů, duchovní dary a kontinuitu generací. Synové vědí, že jim otec chtěl zajistit komfort. Otec jim ale nebyl vzorem dospělého muže. Chtěl, aby jeho synové byli jiní než on, a sám sebe tím popřel (Zoja, 2005).

3.1.2 Dopad socialismu a revoluce na vývoj českého otce

Podle sociologů byli čeští muži formováni výrazně odlišně od svých západních kolegů. Proměny rolí se tu neděly postupně a zezdola jako na Západě, ale naráz, „shora“ – komunistickým dekretem o „osvobození“ ženy (Lauder, 2007).

Muže z bývalého socialistického bloku postihlo prokletí komunismu a znárodnění, které „zasáhlo muže v samém jádru jejich identity a sebevědomí“. Se socialistickou transformací společnosti nadto přestala existovat nebo ztratila svůj význam řada profesí (obchod, podnikání, svobodná povolání), jež byly dosud tradičními doménami mužské seberealizace (Suchý, 2010).

Ve svých důsledcích to znamenalo, že podstatnou část svého významu ztratily i vzory mužského chování. Jediní muži s kariérou a postavením – komunističtí funkcionáři – byli podle Wagnerové (in Lauder, 2007) „novou formou otců“, nepožívali však zvláštní vážnosti. Jak říká Wagnerová – „vyjádřeno v terminologii zbožných vztahů, cena muže klesla“, a to přesto, že stále vydělávali více než ženy a společnost fakticky řídili. Pak přišla revoluce a umělé bariéry padly. Podle sociologů se tedy paradoxně klasické „dominantní“ mužství – orientované na kariéru, vyjadřované majetkem – v Česku znovu s plnou silou „probudilo“ právě po listopadu. Muži přehodili výhybku a začali dělat kariéry, vydělávat peníze, mizeli z rodin a nechali manželky a děti v satelitních městečkách (Lauder, 2007).

3.2 Význam vývojové psychologie v pojetí otcovské role

Do dějin výrazně zasáhla také vývojová psychologie, která na dlouhou dobu ovlivnila pojetí a význam otcovské role. Dlouhá léta se poukazovalo na to, že muži nikdy nemohou být schopnými pečovateli jako ženy, neboť k tomu nejsou od přírody vybaveni. Tento mýtus se rozšířil díky vývojové psychologii (Aktivní otcovství, 2008).

Sigmund Freud a kult mateřství

Kult mateřství by si během dvacátého století neudržel svůj vliv, kdyby neměl intelektuální zázemí. Toto zázemí mu poskytla kniha Sigmunda Freuda z roku 1940. V této knize Sigmund Freud mateřskou roli označil jako „jedinečnou, bezparalelní, ustanovenou nezměnitelně na celou dobu života jako první a nejmocnější objekt lásky a prototyp všech pozdějších vztahů lásky“. Freud toto své tvrzení opřel o svou interpretaci kasuistik pacientů (Warshak, 1996).

Studie Johna Bowlbyho

Světová zdravotnická organizace (WHO), vyburcovaná rostoucím počtem zpráv o škodlivých důsledcích toho, co bylo nazýváno „mateřskou deprivací“, zadala studii významnému psychoanalytikovi Johnu Bowlbymu. Dr. Bowlby uvedl své přesvědčení, že „vztah dítěte k matce ... je za běžných okolností nejdůležitějším vztahem“ ve zprávě z roku 1951. Toto prohlášení mělo samo o sobě „dalekosáhlé důsledky“. Bowlby vědecky posvětil kult mateřství tím, že závažné potíže hospitalizovaných dětí připsal na vrub jejich separaci od matek. To mělo později za následek, že psychologové odrazovali rozvedené otce od večerních návštěv jejich batolat, aby pomohli dětem vyhnout se „separační úzkosti“. Tím podstatně ome-

zili přístup rozvedeného nebo svobodného otce k jeho malým dětem a zavedli praxi, která trvá do dneška. Sám termín „mateřská deprivace“ byl nevhodný, neboť tyto studie popisovaly děti, které byly připraveny o kontakt se svými matkami, ale i otci. Kdyby si tuto skutečnost badatelé uvědomili již v roce 1950, politika svěřování dětí se mohla vyvinout tak, aby chránila vztah dítěte k oběma rodičům. Kult mateřství dominoval v práci dětských psychologů po dvě desetiletí. Vliv otce na jeho děti byl zcela ignorován. V roce 1975 byla situace tak extrémní, že Michael Lamb, mladý psycholog z Yaelovy univerzity, pracující jako Bowlbyho pokračovatel, napsal vlivný článek, ve kterém pojmenoval otce „zapomenutými přispěvateli k vývoji dítěte“. Tento článek přinesl plody koncem sedmdesátých let a v osmdesátých letech, neboť odborníci v oblasti dětského vývoje byli náhle elektrizováni zkoumáním vlivu otce na život jeho dětí. Patnáct let výzkumu bylo revolucí ve způsobu, jakým psychologové začali pohlížet na relativní podíl otců a matek. Zjistilo se, že otec je významný, nejen pro děti starší, ale i v raných letech (Warshak, 1996).

3.3 Nejasné vymezení otcovské role

Obsah rodičovských rolí podléhá různým společenským tlakům a samo pak zpětně vyvolává určitý nátlak na muže a ženy, jakým způsobem mají jako rodiče fungovat. Obsah mateřského a otcovského chování není tedy jednou provždy daný a neměnný. V průběhu historie se vyvíjí a mezi jednotlivými kulturami se liší (Maříková, 2004).

Dnes jako by se od muže žádalo příliš mnoho: aby stál na vlastních nohou, ale byl zároveň ochotným partnerem své ženy a aktivním a zapojeným otcem svých dětí (Biddulph, 2007). Problémem je, že v současném západním světě neexistuje shoda o ideální podobě mužské role, která by byla celospolečensky přijatelná (Janošová, 2008).

3.3.1 Postavení matky a otce v domácnosti

Poslání žen je mnohem jasněji vymezeno, protože jejich role v současnosti již neprochází takovými změnami jako role mužů. V posledních desetiletích se hovoří o krizi mužské role, o pocitech dnešních mužů, jejíž příčinou jsou již výše zmíněné změny ve struktuře domácnosti a v pozici mužů v ní. Muži v ní např. tráví mnohem méně času než ženy. Současným trendem naší společnosti je zvyšování počtu hodin strávených v zaměstnání, jehož vlivem (a také vlivem úbytku bytových prostor ve městě) vymizelo domácí kutilství. Živitelé rodin jsou často nuceni výrazně omezit nebo se zcela vzdát svých dosavadních zálib, které umož-

ňovaly vyvážit jejich eventuální nižší spokojenost v zaměstnání. Tyto aktivity většinou dovolovaly, aby se na nich společně s otci podílely i děti. V současnosti se situace v mnoha rodinách postupně přibližuje modelu, v němž muž tráví naprostou většinu dne, někdy týdne, v zaměstnání a doma především odpočívá a stává se tak trochu hostem ve vlastním domě. Děti otce většinou obdivují (je pro ně sváteční autoritou), ale často nemají příliš jasnou představu o jeho denních aktivitách (Janošová, 2008).

Je možné, aby si dnešní dítě představovalo svého otce jako hrdinu nebo bojovníka za dobrou věc, když o něm ví jen to, že se věnuje benchmarkingu a reengineeringu? Co vlastně dělá celé dny otec, který je key account manager a co to pro jeho potomka může znamenat (Suchý, 2010).

3.3.2 Žena jako expert na rodinu a domácnost

Matka se na druhé straně stává tou, která řídí domácnost, kde musí umět čelit nepředvídatelným událostem a je nucena stát se expertem i na řešení problémů, jež jsou jinak jednoznačně považovány za doménu mužů. Vědomí, že zvládá obě náročné role, tedy chod domácnosti, péči o děti a své zaměstnání, jí dodává sebevědomí. Tyto faktory vedou k větší dominanci žen uvnitř domácnosti (Janošová, 2008). Záležitosti dětí organizují převážně jejich matky, a to i v případě, že pracují na plný úvazek. Téměř vždy dětem kupují oblečení, hračky, plánují jejich volný čas, připravují svačiny a obědy, chystají tašky do školy, dohlížejí na plnění domácích úkolů. Přestože jsou otcové často „hlavami“ rodin, kde oba rodiče vydělávají peníze, ve většině případů jim kontakt s dětmi zprostředkovávají matky (Burgessová, 2004).

Děti jsou tedy mnohem více přítomny při matčiných každodenních činnostech spojených s péčí o domácnost, které mají zcela konkrétní obsah. Dívky se tak učí v interakci s matkou spontánně jednotlivým dovednostem a přijímají tak přirozenou cestou některé složky své rodové role, kdežto chlapci tuto možnost v interakci s otcem mají zřídka (Janošová, 2008). Nedostatek mužských podnětů při výchově chlapců vytvořil ve struktuře rodiny obrovskou trhlinu, které jsme se však přizpůsobili a začali se domnívat, že je normální. Na fakt, že chlapci by mohli otcovu přítomnost potřebovat mnoho hodin denně, a ne pouze minut, a že strýcové a dědové hrají zásadní roli v psychickém zdraví mužů, se zapomnělo. V mužském vývoji vznikly hluboké a nebezpečné mezery (Biddulph, 2007). Následkem této

situace se model otce v očích dětí podobá mapě, která znázorňuje základní obrys, ale chybí jí většina detailů (Janošová, 2008).

3.4 Příčiny ztráty dnešních otců

Ve středních a vyšších vrstvách trpí děti maladaptací a postrádají otce buď proto, že se rodiče rozvedli, anebo prostě proto, že otcové příliš pracují (Zoja, 2005).

Časové zaneprázdnění otců

Dělníci, kteří se na začátku industrializace stali oběťmi situace oddělující otce od dětí, postupně dosáhli zlepšení a mohli trávit více času se svou rodinou. Ve vyšších sociálních pozicích nastal opačný vývoj. Tito otcové se rozvádějí snáze než jiní. Společensky výše postavený otec kdysi vlastnil půdu nebo továrnu a spravoval je z blízké vily, kde žil se svou rodinou. Dnes má jeho moderní obdoba, ať již generální ředitel, podnikatel nebo bankéř, mnohem složitější život. Už si sám neurčuje časový rozvrh, pracovní doba je nepravidelná, prodlužuje se a zabírá i volný čas. Služební cesty odvádějí tohoto otce daleko od domova (Zoja, 2005).

Mezigenerační proměny

Zoja (2005) dále dodává, že komunikace s dětmi se problematizuje i v kulturním smyslu, protože v těchto sociálních vrstvách probíhají proměny nejrychleji. Otec už nemůže děti naučit svému povolání, neboť profese se v průběhu jedné generace zásadně mění. Nemůže už své děti uvést do určité sociální skupiny, protože rodina často mění bydliště, a navíc se tyto skupiny díky globalizaci rozplývají. Nemůže dětem už ani zprostředkovat hodnoty, protože ty se relativizují.

Opuštění rodiny jako řešení

Dalším problémem je také to, že dnešní muži zásadně a viditelně nebojují za záchranu svých vztahů se svými ženami a dětmi. Sbalit kufry a zavolat právníkovi ve chvíli, kdy se objeví první manželské potíže, se stalo jakýmsi samozřejmým koloritem současného partnerského soužití, což ostatně statistiky s padesátiprocentní rozvodovostí potvrzují více než výmluvně (Suchý, 2010).

Ztráta rituálů

Moderní společnost se také ráda vzdává rituálů, což celé situaci rozhodně neprospívá. Svátba je považována za přežitek. Vánoce jsou pro děti „to, jak dostanou hodně dárků“ a smrt jsme přesunuli do nemocnic, protože tam není moc vidět (Suchý, 2010).

Dnes si již málo uvědomujeme hodnotu rituálů a mužské role. Pro kultivaci muže, pro přechod od pouhého plazení k otcovství, bylo vždy třeba určitých rituálů, v kmenových kulturách to byla couvaje, v Římě pater familias pozvedající dítě, což znamenalo: „Toto dítě jsem nejen zplodil, ale budu se o ně i starat.“ Otec pronášel modlitbu u stolu, krájel chleba a žehnal dětem v celých dějinách západní kultury. Tyto rituály dnes již neexistují. Muž dokáže provést kvalitativní skok k duchovní dimenzi: myslí na dítě a vytváří rituály, které nezvratně, konkrétně a veřejně sdělují jeho záměry. Otcovské jednání souvisí s plánem, který se může uskutečnit až postupem času. Požehnání, vyzdvižení a iniciace představují otcův plán, druhé zplození. Otcovství je kulturním výtvozem, a proto zánik iniciace a ztráta otců představuje dvě stránky téže věci. Obraz otcovského požehnání spolu s pozvednutím a iniciací nám pomáhají pochopit v symbolických pojmech vnitřní prázdnotu dnešních dětí. Otcům se vytýká, že mlčí, když dítě s velkým úsilím něčeho dosáhne, mlčí ne kvůli věci samotné, ale proto že chtějí získat uznání sami pro sebe. Otcova neschopnost rituálně slavit symbolické přechody v životě dítěte tragicky ochudila osobní život ve 20. století. Můžeme kupovat ty nejdražší věci, ale neumíme už někomu udělat radost, která nic nestojí. Nesmíme si myslet, že otcové mlčí se zlé vůle. Mlčí, protože nevědí, co se po nich žádá a kdy. Mlčení plyne z nesmírného iracionálního studu. To, co se má odehrávat ve slavnostních chvílích se nakonec neděje nikdy. Otec chce děti sociálně „pozvednout“ na vyšší stupeň a dělá všechno pro to, aby žily blahobytněji než on. To však postrádá jakoukoli symbolickou hodnotu. Prostě se poukáží peníze na bankovní konto, s jehož pomocí může syn šplhat vzhůru po sociálním žebříčku. Materiálně bohatneme, psychicky chudneme a nechápeme, že mystérium je intenzivnější a smysluplnější než jeho odhalení. Muži se vzdali otcovství tím, že zavrhlí symbolickou dimenzi (Zoja, 2005).

3.4.1 Otec jako živitel

Postava živitele se ve 20. století v Americe i v Evropě ustálila. Identita otce závisí dnes stále více na jeho pracovním úspěchu. Tržní ekonomika jej podporuje a nechává jen malý prostor požadavkům psychologie a feminismu. Takovýto otec věnuje dětem minimum času, ale

v podstatě se za to necítí provinile. Pocity viny má naopak tehdy, když propásne šanci zbohatnout. Dítě posuzuje svého otce pomocí abstraktního výpočtu toho, co koupil a co prodal, ale otcův návrat domů už emočně neprožívá. Proměna učitele v živitele není jen přechodem od jedné role ke druhé, pro dítě odlišné jen tím, že otce odvádí z domova. Dříve byl otec duchovní a metafyzickou veličinou. Od té doby je jen biologickým otcem, obstarává pouze materiální zabezpečení v roli živitele. Muž se cítí posuzován na základě úspěchu – jako pracovník i jako rodič. To vysvětluje situaci rozvedených otců. Rozvodem otcové zpravidla ztrácejí své děti. Otec chápe ztrátu dětí jako trest. Ne trest za morální chybu, kterou by bylo možno napravit, ale za vlastní neschopnost (Zoja, 2005).

Zojův názor, že muži jsou posuzováni na základě úspěchu, odpovídá myšlence z první kapitoly, která upozorňuje na genderové stereotypy, kdy ženy jsou zpravidla spojovány se sférou soukromou, zatímco muži se sférou veřejnou. Výzkum oblasti genderových stereotypů (a nejenom těch, které se vyskytují v médiích) a jejich dopad na utváření společenských vztahů a postojů vůči ženám a mužům je jistě žádoucí.

4 NOVÉ OTCOVSTVÍ

Jestliže bylo chování otců v minulosti velmi rozmanité, není tomu jinak ani dnes. „Otcové“, říká anglický odborník na otcovství doktor Charlie Lewis (in Burgessová, 2004) „nejsou homogenní skupinou, ale tento pojem v sobě zahrnuje široké spektrum, počínaje muži, kteří vyprodukují sperma a se svými potomky se nikdy nesetkají, a konče malou skupinou otců, kteří se o své děti starají sami“.

Otcovství může mít mnoho podob. Od nepřítomného otce, přes tradičního přísného otce živitele až po ...„mateřského“ otce? Je slovo mateřské s otcovstvím neslučitelné? Asi by mělo být, neboť matka a otec tvoří dva protiklady. Ale musí tomu tak být? I muži mohou oplývat dovednostmi a vlastnostmi, které označujeme jako mateřské. Neboť v tomto významu není slovo „mateřský“ vázáno na ženské pohlaví, stejně jako „mateřský jazyk“ nemusí pocházet výhradně od matky. Slovo mateřský vyjadřuje onu blízkost, vztah, kterou k jazyku (nebo dítěti či rodiči) cítíme (Aktivní otcovství, 2008).

4.1 Otcové pečovatelé

Aktivní otcovství v jeho tradičním smyslu dobře známe. Tatínek vezme o víkendu děti na výlet, zatímco maminka vaří, syna vezme na fotbal a dceru do ZOO na zvířátka. V jistém smyslu bývá někdy za aktivní otcovství považováno i to, že otec investuje většinu svého času do finančního zajištění rodiny, ačkoli je v podstatě doma fyzicky nepřítomný. „Měnící se muži“ jsou představováni především jako otcové, kteří se aktivně podílejí nejen na výchově svých dětí, ale také na péči o ně, na domácích pracích a činnostech, které jsou s rodinou spojeny, nepatří však k těm zábavným. Obecněji je za tento typ muže považován ten, kdo je tolerantní a vstřícný k ženám, feminismu, ale také k ostatním „jinakostem“, objevily se i texty prezentující výzkumy mužů v profesích spojených s ochranou životního prostředí. Pečovatelští otcové své rodičovství sdílejí s partnerkou, připojí se k ní, nezůstávají v roli „pomocníka“ – do níž se pasují muži někdy sami, jindy jsou tam odsunuti ženským pokolením (Aktivní otcovství, 2008).

Navzdory zakořeněným přesvědčením se může stát pro dítě primární osobou v podstatě kdokoli, kdo dítěti poskytuje prostor pro vytváření emočního pouta – matka, otec, sourozenec, babička, dědeček, adoptivní matka či otec. V minulosti, kdy byla mnohem více rozšířena praxe chův, bylo zcela běžné, že pro děti byla v raných letech nejvýznamnější osobou

právě chůva (Aktivní otcovství, 2008). Je zřejmé, že otcové, kteří jsou hlavními pečovateli o své děti, smazávají hranice mezi otcovstvím a mateřstvím, z čehož vyplývá něco velmi zajímavého. Rodičovské styly nejsou determinovány pohlavím, ale situací, a rozdíly vznikají nikoli na základě času, který otec tráví se svými dětmi, ale na základě množství času, který s nimi tráví o samotě, a na základě stupně zodpovědnosti, kterou nese za jejich každodenní život (Burgessová, 2004).

4.2 Možné změny v systému otcovské péče

Partnerské vztahy, proměny rodičovství nebo hledání rovnováhy mezi prací, rodinou a osobním životem jsou témata, jež se i v českém prostředí stále častěji objevují v souvislosti s obratem aktivní otcovství (Aktivní otcovství, 2008).

Lidé podávají coby rodiče nejlepší výkony, pokud jim vyhovuje to, co si sami zvolili. Rodiny se postupem času mění a očekávání se mohou měnit v závislosti na majetkových poměrech, rasové příslušnosti či místě bydliště. Za současných okolností jsou však možnosti otců velmi omezené (Burgessová, 2004).

4.2.1 Navrhované změny

Zpochybnění zavedených představ o otcovství

Mnohé z ekonomických a sociálních změn, které začínají nutit muže k tomu, aby přehodnotili své funkce, jsou ještě "v plenkách". Součástí celého systému otcovské péče se musí stát postupné osvojování dovedností a vytvoření podpůrné sítě, což nelze udělat přes noc. Změna se musí odehrát na mnoha úrovních. Je potřeba zpochybnit a rozšířit zavedené představy otcovství a zviditelnit každodenní realitu soukromého otce. Oba rodiče si budou muset uvědomit, že ztrácí jedinečnou příležitost, když děti neustále nabádají k tomu, aby „neotravovaly tátu“, když ženy pracují do zemdlení nebo když hledají pečovatele jinde, ač mají k dispozici otce. A také když je nezajímají alternativní názory na výchovu dětí. I na první pohled bezvýznamné stereotypy, například že auto pokaždé řídí muž, zatímco matky vzadu baví batolata v autosedačkách, vytlačují otce z rodiny ven a drží je permanentně mimo rodinné dění (Burgessová, 2004).

Sladění pracovních a rodinných potřeb

Individuálních změn lze dosáhnout pouze prostřednictvím změn strukturálních. Tak aby mohli otcové sladit potřeby vyplývající z práce a z rodinného života, a je zřejmé, že příznivá rodinná politika bude muset také zohlednit muže (Burgessová, 2004).

Výchova k otcovství

Rodičovské postoje se připravují celým předchozím životem, a ne teprve když mají lidé své první dítě v náručí. A vše začíná právě zkušeností dítěte s vlastními rodiči. Děti, které prožily pěkné dětství a měly pěkný domov, s větší pravděpodobností vytvoří pěkný domov svým dětem (Matějček, 1994). S výchovou k rodičovství se tedy musí začít mnohem dříve. S mužským rodičovským potenciálem je třeba zacházet s respektem a sexuální výchova (a výchovu vztahů) by se měla učit i v chlapeckých skupinách. Muži by měli mít k dispozici kvalitní hormonální antikoncepci, která jim umožní regulovat vlastní plodnost a dovolí, aby každé dítě bylo chtěné – chtěné otcem i matkou. Vztah mezi rodičem a dítětem by neměl být závislý na vztahu mezi rodiči. Zatím je tomu mnohdy tak, že rozpad partnerství vyvolá i rozpad rodičovství (Burgessová, 2004).

Účast muže na těhotenství a porodu

Jako nutné se jeví přepracovat legislativu týkající se celého těhotenství a porodu. Hned od počátku by se měl zapojovat i otec, předporodní vyšetření a kurzy by se měly nabízet i v nestandardních hodinách, pro otce by se měly organizovat zvláštní rodičovské kurzy a po porodu by do poraden měli chodit oba rodiče. Celé prostředí by mělo být více nakloněno otcům, na zdech by neměly viset jen obrázky dětí a maminek a personál by se měl začít chovat k mužům i ženám stejně. Uvnitř komunit by bylo potřeba cíleně oslovovat přímo otce a měly by být brány v úvahu jejich obavy, očekávání a pracovní doba (Burgessová, 2004).

Rozvodová řešení

Po odloučení a po rozvodu by ženy musely v rodných listech dětí uvádět jména otců, hrozily by jim pokuty a uvěznění, pokud by se pokoušely zabránit otci v kontaktu s dětmi. Musely by o děti bojovat před soudem s muži, kteří by měli stejnou šanci na jejich opatrovnictví jako ony samy. Kdyby měli nesezdaní muži stejná práva jako muži ženatí a pokud by se v případě rozvodu za normu považovala spíše střídavá péče než opatrovnictví svěřené mat-

ce, ženy by se musely připravit na to, že pokud si budou zahrávat s početím, budou také muset akceptovat svého sexuálního partnera jako právoplatného rodiče svého dítěte na dalších zhruba dvacet let stejně tak, jako dnešní muži riskují, že když nepoužijí kondom, budou muset dalších dvacet let platit alimony (Burgessová, 2004).

4.2.2 Otcovství jako společná záležitost mužů i žen

Není tato nová představa otcovství pouze sociální konstrukt? Samozřejmě že je: proč bychom měli najednou měnit staleté zvyklosti? Ale musíme si uvědomit, že jak samotné otcovství, tak i mateřství jsou zkonstruovány sociálně a že procházejí pravidelnými změnami, jimiž se přizpůsobují změnám sociálním (nebo je samy podporují) (Burgessová, 2004). Dlouhodobé řešení nespočívá v tom, že ženy budou bojovat proti mužům, ale v tom, že muži i ženy budou bojovat společně proti nesmyslným zvyklostem, které zdědili (Biddulph, 2007). Pokud se otcové budou více zapojovat do péče o děti, pečovatelské stereotypy nebudou spojovány výhradně se ženami. Sníží se tak diskriminace žen a setře se rozdíl v rizikosti mezi zaměstnanci a zaměstnankyněmi. Trend aktivního otcovství znamená pro muže i pro ženy možnost svobodněji volit své životní strategie a rozhodovat se podle svých potřeb a ne zažitých stereotypů. „Aktivní otcové“ si lépe dovedou představit, co obnáší sféra tradičně připisovaná ženám, což zvyšuje vzájemnou toleranci a také soudržnost rodin. Pozitivní dopad aktivního otcovství pro celou společnost je spatřován v tom, že větší zapojení mužů do péče o dítě napomáhá prolínání dosud podle pohlaví stereotypně rozdělené veřejné a rodinné sféry. Pro stát pak mohou být pozitivní dopady aktivního otcovství v tom, že rozložení péče mezi oba rodiče usnadní ženám návrat na trh práce (Kubálková, Kundra, 2009).

4.3 Žena jako překážka na cestě k novému otci

Překvapivě to někdy mohou být ženy, kdo lpí na osvědčených rozdělených rolích, jsou rády zabezpečeny úspěšným mužem, jež garantuje status i jí (Aktivní otcovství, 2008).

Často se věří, že otcové jsou biologicky naprogramováni k tomu, aby se nijak zvlášť nepodíleli na výchově svých potomků, což má dalekosáhlé následky. Tato víra je živena neochotou mnohých žen vtáhnout hlouběji své muže do péče o jejich dítě a také neochotou mnohých mužů snažit se v ní prosadit, jako by taková investice byla pro ně jen plýtváním času (Burgessová, 2004). Sociálně-vědní výzkumy odkrývají tzv. materna gatekeeping, což je

nechuť matek převést část odpovědnosti za domácí práce a péči o děti na muže, otce. Nálepka „krkavčí matka“ může být dostatečnou výhrůžkou k tomu, aby se většina žen vzdala některých výhod, které přináší nové rozdělení rolí v rodině a naopak reprodukovala tradiční formu s jasně vymezenými pozicemi – matka pečovatelka, muž živitel. Změny v oblasti rovných příležitostí tedy nemusí blokovat muži svou neochotou o děti pečovat, ale neochota žen děti mužům svěřit. Tato neochota nemusí být vedena nedůvěřivostí ve schopnosti mužů, ale jednoduchou snahou vyhnout se společenskému odsouzení (Aktivní otcovství, 2008). Biddulph (2007) uvádí, že ženy by se měly jasně vyjádřit, co od svých manželů očekávají, neboť muži automaticky předpokládají, že jejich největším příspěvkem do rodiny je jejich schopnost vydělat peníze.

Pro ženy je aktivní účast otců na péči o děti a domácnosti velkou výzvou. Výrazné zapojení mužů do výchovy a vzdělávání dětí, které je nezbytné pro rozšíření definice otcovství, může pro ženy znamenat ztrátu pozic v oblastech, které dnes de facto ovládají. Musely by se vzdát své nadvlády nad dětmi a uznat, že otcové jsou v rodičovství rovnocennými partnery. A také se vyrovnat s tím, že i ony se stanou živitelkami (Burgessová, 2004).

Jindy však může být partnerka hybatelkou změny partnerových návyků, jež si přinesl „od maminky“. Mnohdy jde o pestrou kombinaci a dlouhá vyjednávání mezi oběma partnery, kteří si přinesli do vztahu vlastní představy o tom, co je normální a správné, či možné (Aktivní otcovství, 2008).

4.4 Nová hnutí mužů

V současné době existují různá hnutí, která se zabývají mužskou otázkou. Hnutí mužů není reakcí na ženské hnutí. Je to jeho chybějící polovina. Úkolem hnutí mužů je přesvědčit, že mužství je v naprosté většině pozitivní, život chránící silou, a přičinit se o tom, aby to platilo ještě víc (Biddulph, 2007).

Clatterbaugh (1990, 1997) vnímá mužská hnutí jako souhrny určitých socio-politických perspektiv. Způsob života, kterým muži žijí, jak chápou sami sebe a jak je vidí ostatní jsou pro život a postavení mužů ve společnosti důležité a mají svůj politický rozměr. Naznačují, kudy by se měla společnost ubírat. Upozorňuje, že studií, které se pokusily charakterizovat pohledy na muže a maskulinitu a zařadit je do kategorií, je málo. Situace ve společnosti se

také neustále mění, skupiny mužů mění své principy a priority, některé zanikají a jiné vznikají a situaci je třeba znovu mapovat.

4.4.1 Hnutí za práva otců na děti pro rozvodu

V českém prostředí se nám mohou v souvislosti s aktivním otcovstvím vybavit iniciativy hnutí, jež se perou za práva otců na děti (po rozvodu) (Aktivní otcovství, 2008).

Ve více než devadesáti procentech případů svěřují soudy po rozvodu děti matce. Tuto praxi kritizoval i ombudsman Otakar Motejl. Navíc někteří muži tvrdí, že stát je diskriminuje ještě jednou – a to když jim nepomáhá vídat děti alespoň občas, a stěžují si, že soudy při vyřizování takových stížností postupují pomalu (Lauder, 2007).

Jeich aktivity jsou jistě chvályhodné. Podjatost soudních rozhodnutí v případě svěřování dětí do péče po rozvodu matkám se zdá do očí bijící. Jenže tato hnutí z ní často viní ženy. Dokud budou hnutí za práva otců přistupovat ke svému problému z tohoto úhlu, dokud budou zanedbávat širší strukturní hledisko, nemohou očekávat výrazný posun v řešení svého klíčového problému (Aktivní otcovství, 2008).

4.4.2 Liga otevřených mužů

Významným mužským hnutím u nás je Liga otevřených mužů (LOM), kterou založil Martin Jára s kolegy Michalem Vybíralem a Václavem Šnebergrem. Jedná se o neziskovou organizaci, která pořádá „dílny“ či akce pro otce. Mluví se zde s muži o nich samých, o jejich problémech, o tom, jací jsou a jací chtějí či naopak nechtějí být. Kromě ligy se tématem „kam kráčí dnešní muž“ zabírají již nějaký čas psychologové a psychiatři a také pár osobností z církevních kruhů. Zakladatel hnutí Martin Jára si uvědomil, že čeští muži o sobě příliš nemluví. Nemluví o svých otcích ani dětech. A přitom otázek k zodpovězení je víc než dost – proč zdejší muži častěji páchají sebevraždu než ženy, proč více upadají do závislostí všeho druhu, proč se nestarají o své zdraví, a proto trpí nemocemi a umírají na ně mnohem dříve než ženy, proč české soudy svěřují děti téměř výhradně do péče matek a jak se muži potýkají s tím, když nemohou své děti vídat vůbec. Proč v průzkumech veřejného mínění stále drtivě vede klasický pohled na rodinu – muž má žít, žena se má starat o domácnost, přestože tento model už nemá v praxi oporu několik desetiletí (Lauder, 2007).

Pravděpodobně prvním krokem, který budou muset muži udělat, chtějí-li jako otcové uspět, je zbavit se některých starých vzorců chování (Biddulph, 2007). Otcové si musí svým způsobem svoje otcovství zasloužit, musí se na ně připravit, musí na něm pracovat v pravý čas – a ne teprve až když už je pozdě (Matějček, 1994). Moderní otec zaměřený na svou profesionální dráhu se s těmito problémy musí potýkat. Muži ukazují svou lásku tím, že těžce a dlouho pracují. Děti to však neocenují, protože netouží po penězích, ale po jejich přítomnosti. Požadují sice počítačové hry nebo módní kalhoty, ale tráví-li dostatek času se svým tátou, brzy na tyhle náhražky zapomenou (Biddulph, 2007).

Muži postupně přicházejí na to, že pravda je někde mezi – že chtějí a mohou být stále mužní (zodpovědní za rodinu, budující kariéry), ale zároveň empatičtí, citliví a vnímaví (Lauder, 2007).

4.4.3 Pozitivní změny v myšlení mužů

I v České republice je vidět, že se cosi mění. A nový muž se klube. A objevíme ho, porovnáme-li život dnešních dospělých mužů s jejich otci. Rozdíl mezi generacemi se možná ukazuje na malém detailu – zatímco starší generace mají za univerzální téma k hovoru řeči o někdejší povinné vojenské službě, většina dnešních třicátníků od vojny osvobozených profesionální armádou už začíná mít jiné společné téma – jaké to bylo u porodu, jestli jejich manželka či přítelkyně rodila jejich potomka do vody či klasicky, apod. (Lauder, 2007).

Mnozí muži si vytkli pozitivní program šťastnějšího a zdravějšího života. Dosah takové změny je však ve skutečnosti mnohem širší. Všude je vidět, že v citové oblasti se muži zbavují svých pout: tlačí kočárky, objímají děti i sebe navzájem, jsou schopni dát průchod svému smutku na pohřbech a poskytovat i přijímat emoční podporu v neštěstích, jsou uvolněnější v souvislosti s homosexualitou a transsexualitou. Kladou si rovněž otázky ohledně své úlohy ve společenském soukolí, aktivněji se zapojují do nonkonformních hnutí a veřejného života a odmítají být pouhou chodící peněženkou (Biddulph, 2007).

4.5 Sblížení soukromé a veřejné sféry

Společnost se u nás dělí na dvě rozdílné sféry. Mělo by dojít k jejich „sblížení“ reformulací požadavků na rodičovské role i změnou organizace pracovní sféry. Ta je ještě stále „mužským“ světem, organizovaným spíše podle požadavků, potřeb a nároků mužů než žen-

pracujících matek, resp. rodičů obecně – kupříkladu rozvržením pracovní doby, její větší flexibilitou, variabilitou pracovních úvazků, apod. Ani rodina a domácnost by neměla uniknout podstatným změnám. Jsou formulovány nové požadavky, nová očekávání vůči roli otce, ale i matky. Od otce se očekává větší citová zainteresovanost a angažovanost, větší pochopení a vcítění se do „ostatních“ (členů rodiny). Jsou na něj kladeny nároky především v citové rovině. Od ženy-matky se očekává samostatnost, rozhodnost, schopnost zabezpečit sebe i své děti (díky roli pracující matky). Očekává se i vyšší míra partnerství mezi rodiči, která je formulována v požadavku rovnoměrného sdílení rodičovských rolí – a to nejen při faktickém výkonu prací, při nichž v podstatě mohou být rodiče zastoupeni i zvenčí, ale hlavně u povinností (zodpovědnosti) a práv. Nároky na role obou rodičů se k sobě přibližují, matka a otec, muž a žena by měli být ve svých rolích více zástupní (Maříková, 2004).

Významným zdrojem v přiblížení rodinné a veřejné sféry by mohla být média. Tématicky by se mohla zaměřovat na propagaci aktivního otcovství, informovat o mužských hnutích a jejich aktivitách. Otcovství proměnit v „mužskou“ záležitost.

5 MÉDIA

Stejně jako předcházející etapy vývoje industriální společnosti byly nazývány dobou parního stroje, elektřiny či automobilu, lze současnou společnost, která je doslova zahlcena informacemi, charakterizovat atributem informační nebo komunikující. Jednou ze základních tezí sociální komunikace, která naplňuje tyto její charakteristiky je: není možno nekomunikovat, nepředávat si informace a nějak se nechovat (Kraus, Poláčková, 2001).

5.1 Smysl a funkce masmédií

Masmédia plní v životě člověka celou řadu rozmanitých funkcí. Činí tak samozřejmě s rozdílnou intenzitou a účinkem, ale i s rozdílnými důsledky. Masové komunikační prostředky cílí nejen výhradně k člověku, ale podílí se i na utváření vnějšího světa, protože vypovídají o myšlenkovém ovzduší a názorových střetech doby, o které informují. Jsou zhmotněným živým dokladem dialogu autora sdělení s jeho společností. Na základě určitého modelu člověka a světa, který vytvoří v představách svých adresátů, dosáhne toho, že se příjemce do modelu vžije a vcítí tak, že konfrontuje prožitky jiných s prožitky svými, modelovou situací se situací svou a otevírá se jejich vlivu (Kraus, Poláčková, 2001).

Zásadním předpokladem vztahujícím se ke společnosti i ke kultuře je skutečnost, že mediální instituce se v zásadě věnují produkci a distribuci vědění. To umožňuje přisuzovat smysl našim zkušenostem se sociálním světem, přestože „chápání významu“ se projevuje relativně autonomními a odlišnými způsoby. Informace, obrazy a ideje, která média zpřístupňují mohou být pro většinu lidí hlavním zdrojem uvědomování si sdíleného uplynulého času (historie) a současného společenského postavení. Média do jisté míry konstituují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby veřejného, sdíleného společenského života. Slouží také jako rozhodující zdroj standardů, modelů a norem (McQuail, 2009).

Mnohá sdělení v médiích se týkají našeho životního stylu, naší sebereprezentace, našich názorů a hodnot (Burton, Jiráček, 2001). Jsou zdrojem zábavy a jsou také prostředkem pro komerční komunikaci. Analytici médií poukazují na to, že média hrají důležitou roli v genderové socializaci a ve vnímání našeho postavení ve společnosti. Když hovoříme o genderových stereotypch v médiích, jedná se především o pravidelnosti v zobrazování určitých témat. Média mají vliv na to, jak jsou vnímány role žen a mužů a jaké jsou obsah-

vé významy slov žena a muž. Vliv médií na jedince ve společnosti je dán možností ovlivnit proces stereotypizace (Kubálková, 2009).

Pokud jde o hodnoty a ideje, přebírají média vliv, který dříve měli rodiče, náboženství, škola, sourozenci a kamarádi. Důsledkem toho je, že jsme na médiích závislí prakticky v celé oblasti našeho širšího „symbolického prostředí“ (McQuail, 2009).

Média jsou neoddiskutovatelně spjata se vznikem veřejnosti v počátcích moderní společnosti a veřejnost je hlavním garantem její otevřenosti. Otevřenost má pak dvojí význam: znamená jednak kulturní sebereflexi a zpětnou vazbu a jednak kontrolu občanské a politické plurality. Jinak řečeno, je nástrojem kultivace a demokratizace společnosti. Média jsou tedy nejenom produktem, ale především podmínkou otevřené společnosti (Havelková, 1998).

5.2 Média jako příčina společenské změny

Zásadní otázka týkající se směru a síly vztahu mezi masovou komunikací a změnami, které se odehrávají ve společnosti, zní ve stručnosti takto: Jsou masová média příčinou, nebo výsledkem společenské změny? Důležitým aspektem procesu, jímž média přispívají k sociální a kulturní změně, je jejich schopnost definovat situace, otevírat úhly pohledu a šířit povědomí o sociálních skupinách. Média tak mají sklon vytvářet „kolektivní paměť“ dané národní společnosti za nepřítomnosti rozsáhlých historických vědomostí. Média sestavují všechny prvky do více či méně soustavných a opakujících se vyprávění, která se stávají sekundárním zdrojem představ, jež lidé chovají o vlastní společnosti a o svém místě v ní (McQuail, 2009).

5.2.1 Účinky médií

Média jsou schopna změnit to, jak se lidé dívají na svět, jak myslí, tím, že modifikují jejich postoje k druhým lidem, k nejrůznějším tématům. Mají moc předávat lidem nové poznatky a dovednosti, rozšiřovat hranice jejich poznání i strukturu postojů a přesvědčení (Burton, Jiráček, 2001). Nutno dodat, že masmediální vliv si obvykle málo uvědomujeme. Masmédia svým předkládaným materiálem působí většinou na lidskou emocionalitu, jeho „poselství“ však není podrobena následné rozumové reflexi, takže bývá přijímáno víceméně nevědomky a nekriticky (Janošová, 2008).

Často platí, že účinky masové komunikace vedou k dalším účinkům. Asi nejvíce matoucí stránkou výzkumu účinků je rozmanitost a komplexnost tohoto fenoménu. Běžně se rozlišu-

jí účinky *kognitivní* (týkající se poznávání a tvorby názorů), *afektivní* (vztahující se k postojům a pocitům) a *dopady na jednání*. Účinky médií jsou však často proměnlivé a vzájemně se ruší. Typickým znakem složitých společností je také to, že se často rozvíjejí podle několika různých vývojových linií současně (McQuail, 2009).

Burton a Jiráček (2001) upozorňují, že příjemce není možné vnímat jen jako masu izolovaných a nediferencovaných jedinců, neboť uvnitř publika existují určité sociální vazby a vztahy, které do určité míry ovlivňují, jak je mediální materiál zpracován a interpretován. Z toho vyplývá, že poselství mediálního textu není dané, definitivní a sdílené všemi, ale že si ho různí lidé mohou vykládat různě.

Je ale velmi obtížné předvídat účinky médií nebo po určité události dokázat, že se skutečně projeví. Je nepravděpodobné, že média jsou hnací silou zásadní dlouhodobé změny. Spíše působí jako prostředník, svým obsahem odrážejí změny ve společnosti a poskytují prostředky k diskusi a přizpůsobení změnám (McQuail, 2009). Burton a Jiráček (2001) dokonce tvrdí, že skutečné účinky médií nelze žádným způsobem určit. Přesto je dle mínění citovaných autorů studium účinků médií významným zdrojem poznání společnosti, jejího uspořádání, vzájemných interakcí jednotlivců i institucí a ve všech rozvinutých společnostech tvoří podstatnou součást sociálně-vědního bádání.

5.2.2 Obsah médií

Nejpřístupnější a nejviditelnější výpovědí o fungování masové komunikace je její obsah. Doslova bychom mohli položit rovnítko mezi média a sdělení, přestože by to mohlo být zavádějící. Rozlišení mezi „sdělením“ a „významem“ je velmi důležité, neboť fyzický text, sdělení ve zvukové, obrazové či tištěné podobě můžeme zkoumat přímo, zatímco významy, které jsou do textů vloženy nebo v nich vnímány jejich původci či případným publikem jsou víceméně pomíjivé a nestálé. Z toho vyvěrá jejich různorodost a častá víceznačnost. Obsah lze interpretovat z hlediska jeho potenciálních důsledků, ať už dobrých, či špatných, zamýšlených či nezamýšlených. I když obsah sám o sobě nelze považovat za důkaz účinku, je nsnadné studovat účinky bez rozumného odkazu na obsah (jako příčinu) (McQuail, 2009).

Mne zajímá obsah médií především jako svědectví o hodnotách a postojích konkrétní doby, k sociální skupině mužů-otců. Ve své práci se zaměřuji na zkoumání nikoliv účinků,

ale obsahu, právě z přesvědčení, že média mohou být byt' pozvolnou, ale hnací silou společenské změny.

Obsah médií je zkoumán především metodou obsahové analýzy. Ta může zahrnovat obrazovou analýzu a analýzu textu. Obrazová analýza pomáhá dekonstruovat význam sdělení tím, že soustřeďuje pozornost na to, co se děje na obrázku či ve filmu a na využití technických prostředků. Obsahová analýza také při dekonstrukci materiálu pomáhá. Dokáže nabídnout kvantitativní poměry mezi vybranými složkami (slovy, motivy, záběry, tématy), jež by za normálních okolností zůstaly nepoznané. Výpovědní analýza dovoluje soustředit se na sledovaný materiál jako celek a postihnout i ty faktory či komponenty, jež stojí mimo dosah obrazové i obsahové analýzy (kontext, významy, hodnoty, pravidla příslušného diskurzu a jejich projekci do konkrétního materiálu apod.) (Burton, Jirák, 2001). Významnou složkou obsahové analýzy je pak interpretace.

Interpretace a význam jsou aspekty mezilidské komunikace, které se často zaměňují. Zrovna tak se často zaměňuje autorův záměr a význam jeho výtvoru. Interpretace významu sdělení je pokusem o rekonstrukci autorova záměru – tedy že význam sdělení je jeden, pevně daný autorským záměrem, a je z textu dešifrovatelný. Záměr je přitom jen další z mnoha interpretací, které mnohovýznamová povaha komunikovaného sdělení umožňuje. Hledat autorskou intenci je určitě akceptovatelný způsob analýzy textu, jímž je možné rozkrýt jednu z jeho konkrétních realizací. Pokud ale podlehneme dojmů, že je ve sdělení zakotven jeden jediný možný význam, rezignujeme na skutečnost, že význam se mění v čase (Jirák, Köpplová, 2003).

5.3 Gender a média

Van Zoonenová (1994, in McQuail, 2009) tvrdí, že se v současnosti objevuje nové paradigma, ve své podstatě kulturní, jež nabízí lepší možnost chápání vztahu médií a genderu. Základem nového přístupu je představa „genderu jako diskurzu, jako souboru překrývajících se a někdy neslučitelných kulturních popisů a zvyklostí vztahujících se k sexuálním rozdílům“. Druhým klíčovým principem je důraz na aktivní konstrukci významů a identit ze strany „čtenářů“ mediálních textů. Nový přístup k feministickému výzkumu médií se podle van Zoonenové snaží najít odpověď na tyto důležité otázky: Jak jsou v mediálních textech zakódovány genderové diskurzy? Jak publikum využívá a interpretuje genderové mediální

texty? Jak přijetí ze strany publika přispívá ke konstrukci genderu na úrovni individuální identity? Další obecný aspekt se dotýká rozdílných hodnot spojovaných s mužstvím a ženstvím. Studium mediálního publika a vnímání médií ukázalo, že se vyskytují poměrně značné rozdíly mezi pohlavími, pokud jde o způsob a užití médií a o významy spojované s touto činností. Přístup založený na genderu sebou nese také otázku, zda výběr a interpretace médií poskytují páku umožňující změnu. Dalo by se říci, že rodově rozrůzněná mediální kultura vzbuzuje rozdílné reakce podle rodu a že rozdíly mezi pohlavími vedou k alternativním způsobům získávání významů z médií (McQuail, 2009).

Jak uvádí Hoffman (1976 in McQuail, 2009) zásadním bodem kritické feministické analýzy je zřejmě široce pojatá otázka, jakým způsobem texty „umísťují“ ženské subjekty do vyprávění a textuálních souvislostí a jak tím ve spolupráci se „čtenářem“ přispívají k definice ženskosti. Totéž se vztahuje i mužskosti a obojí spadá pod hlavičku „genderové konstrukty“. Dalším bodem feministické kritické analýzy je patrně otázka (překračující rovinu stereotypů), jak texty „umísťují“ ženský subjekt do svých struktur, a ve spolupráci se „čtenářem“ tak přispívají k definici femininity. Totéž se také týká i maskulinity, a obojí spadá pod hlavičku „konstrukce rodu“. Do jaké míry se nové mediální texty, které odmítají rodovou (gender) stereotypizaci pokoušejí přinést pozitivní vzory, a zda mohou mít nějaký „posilující“ účinek (McQuail, 2009).

Média, především televize, jsou nástroje výuky. Vyučuje se to, co se ukazuje. Důkazy naznačují, že když média nabízejí „prospolečenský“ obsah, mohou účinně snížit genderovou stereotypizaci a další formy predsudků. Existuje názor, že média předkládají veřejnosti jen to, co se očekává, chce nebo vyžaduje. Tento názor je v odborném jazyce znám jako hypotéza zrcadlení. Tato hypotéza tvrdí, že obsah médií zrcadlí chování a vztahy, normy a hodnoty, které ve společnosti převládají. Komerční sponzoři chtějí přilákat co nejširší publikum a k tomu se jako logická cesta jeví nabídnout to, co všichni chtějí a očekávají. Feminističtí badatelé jsou znepokojeni zejména mediálními portréty genderu. Přestože jsou tato vypočtení negativní a sexistická nebo zkreslují realitu současných genderových vztahů, mohou být značnou částí veřejnosti přijímána jako pravdivá (Renzetti, Curran, 2005).

5.3.1 Stereotypy v médiích

Zakořeněné a médii sdílené stereotypy jsou zdrojem informací o společnosti v níž média působí. Koncept re-prezentace a reprezentativnosti naznačuje, že to, co je předváděno, není

zpřítomnění konkrétní sociální skupiny, ale reprezentace (předvádění) určitých pohledů na sociální skupiny. Příjemce se právě tyto pohledy učí přijímat jako normální – jako přirozenou vlastnost těchto skupin. Tudíž jiné pohledy se tím vylučují jako „nenormální“. Stereotyp je zjednodušenou reprezentací nějakého lidského projevu, rysu nebo postoje. Ustavuje se tím, že se po řadu let objevuje jako re-representace téhož, ať již v médiích či v každodenní konverzaci. Svým způsobem stereotyp deformuje původní předlohu, neboť je nejen zjednodušením, ale také zjednodušené rysy přehání. K samotné reprezentaci bývá v komunikační praxi připojen i nevyřčený soud o vlastnostech reprezentovaného (skryté hodnotové sdělení). Stereotypy jsou konstitutivním prvkem sociální konstrukce reality – především jsou typizovanými nositeli soudů, postojů, názorů, případně také předsudků (Burton, Jiráček, 2001).

Stereotypy slouží k tomu, aby vztahům a rozdělení moci ve společnosti dodávaly zdání přirozenosti (pokud bývá žena stereotypně zobrazována jako hospodyně starající se o zázemí muže a úspěch ženy v podnikání jako rarita), pak takový stereotyp posiluje závislé postavení ženy, jako by bylo přirozené. Média organizují příjemcům chápání jednotlivých kategorií lidí a dávají jim nástroje k tomu, aby se uměli rozhodnout, proč určití lidé patří do určitých kategorií. Součástí celého procesu je také reprezentace postojů k určitému typu. Tím, že jsou určitému typu konstruovány určité vlastnosti a v příběhu je zachycen určitým způsobem, naznačuje příslušný mediální materiál, co si má příjemce o příslušném typu myslet. Říká se tím, co v dané společnosti takový typ „znamená“. Reprezentace poskytuje soubor hodnotových soudů. Je užitečné si připomenout, že pokud jde o lidi a typy, významy vážící se k celým skupinám lidí je možné vytvářet i tím, co se vynechá. Pravidelná a trvalá nepřítomnost určitého prvku v mediální komunikaci může tedy být hodnotově interpretovatelné sdělení (Burton, Jiráček, 2001).

Pro všechny reprezentace sociální skutečnosti – tedy pro všechna mediovaná sdělení, jímž je publikum ochotno přiznat některou rovinu realističnosti – platí, že vyjadřují či popisují různé existující či hypotetické společenské skupiny a jejich skupinové identity (hodnoty, postoje, předsudky). Především tam, kde publikum nemá vlastní zkušenost s nějakou skupinou, je velmi pravděpodobné, že bude považovat za „skutečnost“ to, co o této skupině nabízejí média. Tím dochází za podpory médií ke stereotypizaci rozličných skupin a vzniku stereotypů. Vzhledem k tomu, že média jsou v moderním světě hlavním zdrojem těchto představ a jelikož zároveň bývají ve velké většině – jako organizace i jako instituce – spjata

s převažujícími trendy ve společnosti, nabízejí především většinové stereotypy, tj. stereotypy rozhodujících vrstev a převažujících hodnot ve společnosti (Jirák, Köpplová, 2003). Existuje mnoho tlaků, které na média působí a snaží se je přimět, aby společnosti přinesla určitý prospěch. Lze to také vyjádřit slovy, že existuje „veřejný zájem“ na chování médií. Nabízí se otázka, co je vlastně veřejný zájem a kdo by o něm měl rozhodovat (McQuail, 2009). Neznamená to však, že média nutně vytvářejí stereotypy. Pravděpodobnější je, že je posilují a dodávají jim na věrohodnosti (Burton, Jirák, 2001).

5.3.2 Situace v České republice

Nezadržitelná proměna genderových (mužských i ženských) rolí je jedním z převratných historických procesů západních společností dvacátého století a česká společnost měla v tomto směru nejen silnou vlastní tradici, ale zároveň se neustále inspirovala západními vlivy. Otevřená moderní společnost rozpoznává svou kulturu, své normy, zvyklosti, formy soužití apod. jako své vlastní výtvořiny a účastní se jejich dynamických proměn. Média zde plní úlohu jakési metainstituce, neboť do značné míry zprostředkovávají i poznání vědecké a umělecké. Součástí každé kultury jsou také imaga obou pohlaví, sociální role jim připisované a formace vztahů mezi nimi. I ony se staly v moderních západních společnostech včetně české předkomunistické společnosti předmětem mediálně zpracované reflexe. Ukazuje se, že po výpadku způsobeném komunistickým experimentem se některá témata vracejí do médií jen pomalu. K tématům, jež se vracejí zvláště rozpačitě, řadíme postavení obou pohlaví ve společnosti a jejich vztahy. Konkrétní vliv médií a způsoby jejich interakce s tzv. obecným povědomím publika při vytváření, posilování či naopak případném kritickém zpochybňování kulturních vzorců spojených s maskulinitou a feminitou, se sociálním imagem obou pohlaví, s dělbou sociálních rolí podle pohlaví atd., nejsou doposud v naší společnosti příliš tematizovány a zdají se být i na okraji zájmu mediálních tvůrců a analytiků (Havelková, 1998).

Situaci v České republice se zabývá Kubálková (2009), která uvádí: v České republice existuje dostatečná struktura a možnosti sledování a pozitivní regulace obsahu médií, ale ve srovnání s vybranými příklady ze zahraničí (Velká Británie, Kanada, Švédsko) nejsou možnosti regulace a samoregulace v otázce zobrazování žen a mužů v médiích plně využívány. Situaci mohou způsobovat tyto faktory: nedostatečná podpora politiky rovných příležitostí mužů a žen (ze strany vlády) nebo nedostatečnou poptávkou veřejnosti. Současná situace je

pravděpodobně výsledkem kombinací zmíněných oblastí. Na způsob zobrazování žen a mužů v médiích, na informování o skupině žen a skupině mužů a na dostatečném zastoupení obou skupin v rozhodovacích pozicích není kladen důraz, jaký by si daná problematika zasloužovala.

Kubálková (2009) poukazuje na tyto problémové oblasti. Regulace obsahu, monitoring a prosazování genderových témat ve veřejnoprávních médiích je, na rozdíl od zahraničí nízká. Chybí pravidelné zpracovávání obsahových analýz vysílání různého druhu s indikátory na genderovou problematiku. Rady veřejnoprávních médií nefungují jako moderátorky obsahu médií a nepřispívají koncepčně k zvýšení mediální etiky. Neexistuje mediální instituce ve smyslu poradního, který by jim byl ku pomoci se zpracováváním kodexů a standardů podporujících rovné příležitosti pro muže a ženy a další požadavky na zobrazování v médiích. Tištěná média nepovažují sledování obsahu z pohledu genderové problematiky za důležité. Vyřizování stížností na obsah tištěných médií nebo vysílání je netransparentní. Stížnosti jsou vyřizovány zdlouhavě a neefektivně. Není zaručená politická nezávislost zástupců a zástupkyň regulačních orgánů veřejnoprávních médií ani jejich odbornost v oblasti genderových studií.

Pro Českou republiku navrhuje tato řešení. Nad současnou situací by měla proběhnout diskuze na politické úrovni mezi odborníky a odbornicemi z mediální sféry, zástupci veřejnosti, neziskového sektoru, kulturních a vzdělávacích institucí. Rada pro RTV by měla nabízet vzdělávání pro oblast televize, rozhlasu i internetu. Syndikát novinářů by mohl stejnou funkci plnit v oblasti tištěných médií. Radám by měla být formálně zaručena nezávislost. Do nich by tedy měli být voleni zástupci a zástupkyně z řad odborné veřejnosti, výběr radních by měl být veřejný a transparentní. Rada pro RTV by měla být poradním orgánem při vytváření a dodržování etických kodexů, v oblasti naplňování obsahu v souladu s politikou diverzity ve vysílání a informování (tedy i s politikou rovných příležitostí žen a mužů) by měla poskytovat poradenství a vzdělávání. Měla by vytvářet či iniciovat zpracovávání obsahových analýz odborníky a odbornicemi z oblasti genderu a médií. Měla by sledovat požadavky veřejnosti na vysílání a reklamu i trendy v zahraničí. Měla by se zvýšit podpora zavádění etických kodexů obecně a vymáhání a dodržování požadavku multikulturality médií (Kubálková, 2009).

Smyslem analýzy médií z hlediska genderu je zpochybnění mýtu jejich genderové neutrality a reflexe sociálních tlaků směrem k oběma pohlavím, z nichž některé mají podobu stereotypu, předsudku nebo i diskriminace (Havelková, 1998).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 TEORETICKÝ ÚVOD DO VÝZKUMU

V kontextu výzkumu uvádím dva názory na současné zobrazování mužů v médiích. Těmito postřehy je inspirován i můj výzkum.

Zoja (2005) kritizuje moderní vyobrazování muže jako otce. Upozorňuje na to, že v knihách o rodině a otcovství, na obrázcích z 19. a začátku 20. století si kromě sociálních a národnostních rozdílů okamžitě všimneme série společných prvků, jež zjevně odpovídají „kolektivnímu charakteru“ otce. Otec nikdy netvoří součást dvojice. Téměř vždy je zobrazen v kruhu své rodiny, pokud možno uprostřed, v obývacím pokoji, který je soudě dle zařízení středem domu. Otec patří do určité profesní a sociální kategorie: je svou rolí chráněn, je do ní oděn, je v ní obsažen, to platí dokonce i pro dělníka nebo rolníka. Při pohledu na tyto obrázky dokážeme okamžitě posoudit jeho sociální a kulturní topografii. Tito otcové nám říkají, kdo jsou: řemeslníci, šlechtici, rolníci. Podle společenského postavení jejich obraz variuje mnohem více než obraz matek, protože nám poskytuje vhled do jejich sociálního zázemí, více či méně filtrovaný předsudky malíře nebo fotografa. Otec představuje závaznou cestu, po níž rodina vchází do společnosti. Tyto portréty se v průběhu staletí skoro nezměnily. Ve 20. století, lépe řečeno během posledních pár generací – což je jen nepatrný zlomek dějin otcovství – se změnilo všechno. Obraz skupiny, rodinný portrét, již téměř neexistuje. Zdá se, že otec ztratil svou funkci pojítka se společností. Už není skupina, už není sociální pozadí. Už neuhodneme otcův profesní status. Objevila se doposud neznámá dvojice: otec s malým dítětem. Jde o nový stereotyp, o styl „nových otců“: jsou mladí, krásní, polonazí, všichni mají džínsy a nahou hrud'. Jako by všechny redakce uzavřely tajnou dohodu, na víceméně podobných obrázcích je otec redukován na tělo. Nenajdeme je jen v reklamě nebo v zábavních časopisech, které se snaží dojímat a ohromovat nenáročného čtenáře. Zarážející je, že i seriózní publikace nekriticky přijímají takové obrázky. Noví otcové s obnaženou hrudí předvádějí, že se odcizili společnosti a ponořili se do vztahu k dítěti, který máme považovat za symbiotický.

Také Renzetti a Curran (2005) uvádí, že procento reklam, které zobrazují muže v dekorativních rolích v posledních letech vzrostlo. Zdá se, že stížnosti ohledně sexismu v reklamách využívajících dekorativní modelky nevedly reklamní průmysl k tomu, aby takové reklamy eliminoval, ale k tomu, že začal reklamami ponižovat i muže, takže i oni jsou nyní zobrazováni jako sexuální objekty.

Naopak Gauntlett (2002) říká, že dnešní média nejsou při zobrazování jednotlivých pohlaví zatížena genderovými stereotypy tolik jako dřív. Obecně lze říci, že v televizi a ve filmech jsou ženy rovnoprávným protějškem mužů, i když mužským postavám se nadále poskytuje větší prostor. Ženské hrdinky jsou často vnímány jako nezávislé, zatímco znázornění mužství je na rozdíl od minulosti méně přímočaré. V obecné rovině lze konstatovat, že moderní média vnímají gender a sexualitu komplexněji než kdy dříve. Podoby žen a mužů jsou v médiích různé a pohlaví se vzájemně liší, i když jsou prezentována jako rovnocenné.

6.1 Metodologie výzkumu

Ve svém výzkumu polemizuji s těmito dvěma protichůdnými názory a snažím se zjistit, jakým způsobem jsou v dnešních časopisech znázorňováni muži v otcovské roli.

6.1.1 Výzkumná otázka

Výzkumná otázka, na kterou jsem se pokoušela nalézt odpověď zní: **Jaká témata se v souvislosti s otcovstvím v médiích – časopisech objevují? Jakým způsobem jsou muži zobrazováni v médiích – časopisech různého charakteru coby otcové?**

V souvislosti s výzkumnou otázkou jsem oslovila každou z redakcí analyzovaných časopisů s cílem zjistit, zda si daná redakce provádí výzkum čtenářsky preferovaných témat a zda tato témata zahrnují i otcovství (dopis redakcím viz přílohy). Odpověděli mi pouze dvě redakce. Z redakce časopisu Děti a my mi sdělili, že výzkum témat neprovádí. Potvrdili mi však, že o téma otcovství je zájem. Individuálně se objevují žádosti, aby se tomuto tématu časopis věnoval. Z redakce časopisu Esquire mi sdělili, že cílený výzkum čtenářsky preferovaných témat neprovádí, ale že články zaměřujících se na otcovství uveřejňují několikrát do roka. Ostatní redakce na můj email nereagovali.

Výzkum je proveden formou kvalitativní – metodou obsahové analýzy.

6.1.2 Výzkumný vzorek

Obsahové analýze podrobuji 7 ročníků časopisů různého zaměření. Časopisy jsem vybírala tak, aby byly zastoupeny různé kategorie – časopisy pro muže, společenské týdeníky, časopisy pro rodiče. Mým záměrem bylo vybrat časopisy, které jsou čteny muži i ženami. Speciálně mne zajímá, jak otcovství pojmají časopisy, které se specifikují jako časopisy pro muže

(Esquire, Formen), časopisy pro rodiče nebo rodiny s dětmi (Betyňka, Děti a my, Rodiče) a společenské týdeníky (Reflex, Respekt).

Časopisy se od denního tisku v mnohých ohledech liší. Zajímavá je zejména skutečnost, že zatímco denní tisk se obrací k široké čtenářské obci, časopisy se snaží zaujmout specifické segmenty obyvatelstva. Existují časopisy pro ženy a časopisy pro muže. I uvnitř těchto dvou velkých skupin existují různé podskupiny, na něž se jako na potenciální čtenářstvo zaměřují specializované časopisy. Časopisy pro muže představují v některých ohledech kontrast k ženským magazínům. V minulosti byly mužské časopisy specializovanější, i když poslední analýzy ukazují, že cílové skupiny ženských časopisů se možná také zužují. Přesto lze stále většinu časopisů pro muže zařadit do jedné z těchto kategorií: finance/obchod/technologie, sport/záliby a sex. Podobně jako časopisy pro ženy vytvářejí tedy i časopisy určené mužům jejich vlastní genderové představy a ideály. Přestože muži zpravidla dopadají lépe než ženy, jsou i jejich mediální role omezeny stereotypy, které nejsou vždy pozitivní nebo lichotivé (Renzetti, Curran, 2005).

Největší úskalí výzkumu jsem viděla právě ve výběru výzkumného vzorku. Učinila jsem proto ústní dotaz ve třech trafikách na nejvíce prodávané tituly časopisů. Žádný z prodejců mne však nebyl schopen odkázat na konkrétní titul, s tím, že je to specifické, nejvíce se prodávají deníky typu Blesk, který kupují jak ženy, tak muži. Další dotaz jsem proto učinila v knihovně ve Vsetíně v půjčovně časopisů, na nejvíce vypůjčované tituly. Zde se v první čtenářské desítce objevily právě společenské týdeníky Respekt a Reflex, které podrobují obsahové analýze. Časopisy pro muže a pro rodiče jsou tituly, které si půjčují zřejmě čtenáři se specifickými potřebami, neboť mezi nejčtenější tituly nepatří. Tyto dvě kategorie jsem přesto zvolila z důvodu, že mužské časopisy se zabývají maskulinními rolmi a tou je i otcovství. Výchova dítěte je také mužskou záležitostí, proto mne zajímalo, jak velký prostor problematice otcovství věnují právě časopisy určené rodičům.

6.1.3 Zpracování výzkumu metodou zakotvené teorie

Výzkum je následně zpracován metodou zakotvené teorie. Zakotvená teorie je teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatím ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Proto se shromažďováním údajů, jejich analýza a teorie vzájemně doplňují. Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali, ale zkoumanou oblastí a nechává-

me, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné. Výzkum založený na zakotvené teorii, je kvalitativní výzkumná metoda, která používá systematický soubor postupů k tvorbě induktivně odvozené zakotvené teorie o nějakém jevu. Výsledkem výzkumu není sada čísel nebo skupina volně vztažených pojmů, ale spíše teoretické vyjádření zkoumané reality. Cílem této metody je samozřejmě vytvoření teorie, která věrně odpovídá zkoumané oblasti a vysvětluje ji (Strauss, Corbinová, 1999).

6.1.4 Interpretace dat

V průběhu výzkumu mne zaskočilo množství sesbíraných dat. Musela jsem se tedy potýkat s otázkou, jakým způsobem budu data analyzovat a následně interpretovat.

Obecně je jedním z hlavních sporů v oblasti kvalitativního výzkumu právě pojetí analýzy. Nabízí se otázka, do jaké míry by se měly údaje interpretovat. Někteří badatelé se domnívají, že údaje samy o sobě by se neměly analyzovat vůbec a že úkolem badatele je spíše údaje shromážďovat a prezentovat je tak, že „informátoři mluví sami za sebe.“ Cílem je podat zprávu s minimem interpretace nebo zcela bez ní o vyslovených slovech nebo pozorováních badatele. Filosofickým principem, který je v základech tohoto pojetí je prezentovat věrný popis, přičemž údaje nejsou ovlivňovány badatelovými tendencemi. Badatelovým úkolem je zde naslouchat a sdělovat, podobně třeba jako novinář (Strauss, Corbinová, 1999). Já osobně se s tímto názorem ztotožňuji, proto jsem se snažila data uspořádat tak, aby mluvila „sama za sebe“. Samozřejmě pro vytvoření teorie je interpretace nutná, vyvarovala jsem se však vnášení svých soudů a myšlenek do analýzy textu.

7 OBSAHOVÁ ANALÝZA ČASOPISŮ

Text časopisů je kódován podle kategorií:

Titulní strana. Zajímá mne, zda se na titulní straně objevují fotografie mužů v roli otců (s dítětem, s rodinou).

Témata článků. Vybrala jsem články, které se jakýmkoliv způsobem vztahují k otcovství.

Obsah fotografií. Analyzovala jsem všechny fotografie, které zobrazují muže s dítětem nebo dětmi, které se v časopisech vyskytují. Fotografie jsou dále roztríděny podle obsahu (situací, v jakých jsou muži jako otcové zobrazováni). Témata jsou zpracovány do tabulek podle obsahu fotografií.

Reklamy. Zaměřuji se na reklamy, v nichž jsou zobrazeni muži jako otcové. Zajímají mne situace, ve kterých jsou zde muži zobrazováni. Obrázky jsou podrobně popsány, konkrétnější představu dotváří ukázky některých reklam.

Kategorie **Jiné** zahrnuje např. rozhovory, které se vztahují k tématu otcovství, pozvánky na workshopy zabývajícím se otcovstvím, apod.

7.1 FORMEN

Časopis FORMEN, měsíčník, cena 99 Kč, vydává Mladá fronta dnes.

Analyzovaná čísla: 1/2010, 2/2010, 3/2010, 4/2010, 5/2010, 6/2010, 7-8/2010, 9/2010, 10/2010, 11/2010, 12/2010, ročník 5.

Časopis se specifikuje jako časopis pro muže, který zaplňuje velkou mezeru na trhu časopisů. Jedná se o exkluzivní časopis pro muže. ForMen je seriózní měsíčník určený úspěšnému, cílevědomému a duchem mladému muži ve středním věku, který se socioekonomicky řadí do skupiny s nadprůměrnými příjmy (<http://www.mf.cz/produkty/formen/> citováno 17.3.2011).

7.1.1 Obsahová analýza

Titulní strana: Na titulních stranách se objevují známé mužské osobnosti, nejčastěji herci. Muži zde nejsou nikdy vyobrazeni v roli otce. Podtitulek nadpisu sděluje, že se jedná o časopis JEN pro muže.

Témata článků: Přestože se časopis vymezuje jako časopis jen pro muže, nevyskytoval se zde ani jeden článek zaměřený na otcovství.

Obsah fotografií: Časopis neobsahuje ilustrační foto zobrazujících muže v otcovské roli. Ale objevuje se zde sekce s názvem *Mých 9 fotek*, ve kterém vždy nějaká známá mužská osobnost vybere a uveřejní jemu nejmilejších 9 fotek. V dubnovém, květnovém a říjnovém čísle, zde 3 známí muži (Martin Vopěnka, Daniel Brown a Robert Rosenberg) vybrali fotky, na kterých se nachází se svými dětmi (viz Obrázek 1).



Obrázek 1 Tři fotografie otců se svými dětmi z cyklu „Mých 9 fotek“.

Na první fotografii je Martin Vopěnka, na druhé Daniel Brown a na třetí Robert Rosenberg.

Reklama: Číslo 4/2010 obsahuje reklamu na mýdlo Dove Men + Care, kdy na jednom z obrázků nahý muž pozvedá do výšky svého syna (viz Obrázek 2).



Obrázek 2 Reklamní fotografie na mýdlo Dove Men + Care (levá část) + detail (pravá část).

Jiné: V každém čísle časopisu je rozhovor z nějakou známou osobností, většinou hercem, sportovcem, apod. a **pokaždé** se v článku objevuje dotaz na rodičovství dané osobnosti. Otázky, které se v rozhovorech opakovaně vyskytovaly: *Plánujete děti? Půjdou vaše děti ve šlépějích svých rodičů? Jak se připravujete na roli otce? Chcete být u porodu? Jste ro-*

dinný typ? Jak si zvykáte na své otcovství? Změnilo se něco? Jak to zvládá vaše dítě bez táty (po rozvodu)? Jak trávíte s dětmi volný čas?

7.1.2 Shrnutí

Přestože časopis ForMen nevěnuje tématu otcovství prostor prostřednictvím článků – v časopise se nevyskytuje ani jeden, nedá se říci, že by otcovství zcela opomíjel. V každém čísle časopisu se nachází rozhovor s nějakým slavným mužem a vždy se autor článku zajímá o to, jakým otcem dotazovaná osoba je a jak své otcovství prožívá. Tím roli otce přisuzuje váhu a důležitost pro život muže. Také v cyklu Mých 9 fotek mohou muži ukázat, co je pro jejich život významné a tři z dvanácti vybrali fotografie, na kterých se nachází právě se svými dětmi.

Našla jsem zde také reklamu na mýdlo Dove+Men, kde muž pozvedá do výšky svého syna. Tato reklama koresponduje s kritikou „nového otce s obnaženou hrudí, jež se odcizil společnosti“, kterou uvádí Zoja.

7.2 Esquire

Časopis Esquire, měsíčník, cena 65 Kč, vydává Stratosféra.

Analyzovaná čísla: 1/2010, 2/2010, 3/2010, 4/2010, 5/2010, 6/2010, 8/2010, 9/2010, 11/2010, 12/2010.

Esquire je specifikován jako jediný pánský časopis, který neskrývá pravdu o vztazích mezi muži a ženami. Ženy, kariéra, dobrodružství, sport, sex. Esquire se dívá na svět s nadhledem a s osobitým humorem (<http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100157> citováno 18. 4. 2011).

7.2.1 Obsahová analýza

Titulní strana: Titulní strany obsahují fotografie známých mužů, herců nebo žen v sexy pozicích. Nikdy muže v otcovské roli.

Témata článků:

Č. 1/2010 Sekce Rodina **Článek Zklidni hormon** „Máte děti? Máte, jak by ne. A taky už jste se dostali do situace, že jste nevěděli, co s nimi?“ Článek obsahuje rady, jak zabavit děti různého věku. Objevuje se zde ironie, nadsázka. „Děti v tomto věku se hrozně rády učí nové věci. Například: psát, udělat sendvič, vyčurat své jméno do sněhu. K čemukoli takovému je jenom povzbuzujte, a nezapomeňte dát najevo, jaký dojem na vás jejich dovednosti udělaly. A pak šup tam s dývkem.“ Článek doprovází box s názvem: **Co dělat, když vám jdou na nervy.** „Nezuřit. Jakmile připustíte, že vás jejich dotírání dokáže vytočit, najdou si v tom novou zábavu. Vlastní děti můžete ztřískat, ale co když jste na návštěvě a vyberou si vás za cíl cizí parchanti? Takže nasadte úsměv číslo 21 a přejděte k dalšímu bodu.“

Č. 5/2010 Sekce **Dopis pro..... RODIČE** „Má být člověk na děti přísný, nebo jim dopřát volnost? Ani zkušenosti několika generací nedokážou na tuhle otázku odpovědět. Přitom zážitky z dětství ovlivní celý další život.“ S ironií a nadhledem vypráví otec o svém dětství – velmi přísném v protikladu ke svému vztahu k synovi, kdy se snažil vyhnout chybám svých rodičů a byl příliš benevolentní. „Zkoušeli jste mě, jestli umím, peskovali za každou špatnou známku, dostával jsem výprasky, když jsem ve snaze vyhnout se těm věčným výčítkám zatajil nějakou pětku. Davidovi jsem nic z toho nedělal. Dětství není od toho, aby ho můj syn prožíval ve stresu a se strachem. Dětství si má užít, aby na něj později mohl vzpomínat jako na nejhezčí dobu svého života. Já tyhle vzpomínky nemám. Jenomže tváří tvář Davidovu chování mám pocit, že ani ta moje cesta nebyla správná. Ted' se těším, že jednou bude mít děti a já konečně budu vědět, jak se k nim chovat.“

Č. 12/2010 Nejlepší vánoční dárek „Mami, chtěl bych autodráhu.“ V sedmi letech mi připadalo neuvěřitelně nefér, že autodráhu ještě nemám. Nikdy jsem ji už nedostal. Autodráha tak představovala něco neuvěřitelně báječného. Nejspíše proto, že mé přání zůstalo navždy jen přáním. Nejlepší vánoční dárky jsou ty, které nikdy nedostanete. Pokoušel jsem se to vysvětlit své pětileté dceři, která chce od Ježíška vždy to poslední, co uvidí v reklamách v televizi. V duchu se přenesete do Štědrého večera a představíte si rozzářené oči své ratolesti při pohledu na váš skvělý dárek: „Tati, co blbneš, proč jsi mi koupil autodráhu. Búúúúúú“

Obsah fotografií: Článek Zklidni hormon (č. 1/2010) doprovází fotografie, která zobrazuje muže s malým chlapcem a se psem. V č. 2/2010 se nachází k článku ilustrační fotografie prezidenta Kennedyho se synem na klíně.

Reklama: Č. 11/2010 *Reklama na XBOX 360 ovladač.* Na gauči sedí otec s matkou, před nimi skáčí děti, které ovládají televizi. Celá rodina se baví.

Jiné:

Č. 2/2010 *Rozhovor s Janem Saudkem.* V rozhovoru se vyskytuje otázka: „*Kolik máte dětí?*“

Č. 8/2010 *Rozhovor s Petrem Kolářem* „*Moje žena Zuzka je také zpěvačka. Zvládáme to. Nejsme tak zaneprázdnění, abychom neměli čas na děti – to by pak z naší strany bylo hloupé je mít.*“

Č. 12/2010 *Rozhovor s Danielem Landou.* Zpěvák odpovídá na otázky: „*Jak se vám žije se čtyřmi ženskými? Nechtěl byste ještě syna? Veřejností teď hýbe případ ztracené Aničky. Nemáte o své dcery strach? Mluvil jste s nimi o tom?*“

Č. 12/2010 *Profil Jacka Blacka.* Uvádí o sobě: „*Mám krásnou rodinu. To znamená, že miluji svoji manželku a naše dva kluky.*“

7.2.2 Shrnutí

Tři články, které se v časopisu Esquire věnují otcovství, jsou napsány s humorem, ironií a nadsázkou, kdy pravděpodobným cílem je čtenáře především pobavit. V pěti rozhovorech se známými osobnostmi se o jejich otcovství objevuje zmínka.

Počet fotografií, kde se objevuje muž v roli otce je zanedbatelný. Reklama, ve které by byl vyobrazen otec je zde pouze jedna.

7.3 Děti a my

Časopis Děti a my, měsíčník, cena 45 Kč, vydává Portál, s. r. o.

Analyzovaná čísla: 1/2009, 2/2009, 3/2009, 4/2009, 5/2009, 6/2009, 7-8/2009, 9/2009, 10/2009, 12/2009, ročník 39.

Časopis Děti a my o sobě uvádí, že jsou moderním časopisem pro rodiče, kteří hledají důvěryhodné a pravdivé informace o tom, jak dobře vychovat svoje dítě a jak o něj co nejlépe

pečovat. Přináší informace z oblasti vývoje a výchovy dítěte. Píše se zde o těhotenství a porodu, péči o nejmenší děti, výživě, psychologii, vzdělávání a také nabízí zajímavé a originální reportáže ze života. Články tvoří kvalifikovaní odborníci, kteří jsou zárukou kvality a odbornosti. Čtenáři se zde také dozvědí o alternativních směrech, ať už ve výchově nebo ve vzdělávání (www.portal.cz/dm citováno 17.3.2011).

7.3.1 Obsahová analýza

Titulní strana: V podtitulku titulní strany se objevuje název Alternativa pro moderní rodiče. Na titulní straně jsou vyobrazeny děti samotné nebo s ženami. Na žádném z obrázků se nevyskytuje muž.

Témata článků:

Č. 2/2009 *Něžný dotek rodičů.* V rámečku podtitulek *Doteky dělají z muže otce.* „*Dotek je také obrovským přínosem pro zrození rodičovské role otce. Pokud se nastávající tatínek dotýká miminka v bříšku a zejména pak od prvních okamžiků narození, dostává velký dar. Může svému dítěti porozumět během prvních pár hodin a dní. Hned v počátku se tak začlení do nově se tvořící rodiny. Jinak dochází k posílení role otce až kolem druhého roku věku dítěte, kdy už se s ním domluví slovně.*“

Noví otcové, staré manýry. „*Dnešní muži se věnují dětem, o domácnost se nestarají. Když před rokem 1989 žena požádala manžela, aby vzal jejich miminko na procházku, plížil se s kočárkem temnými uličkami. Co kdyby potkal někoho z kamarádů? Taková ostuda. Dnes to žádný hřích není. Muži se učí milovat svoje děti, péči o domácnost ale stále nechávají na svých emancipovaných partnerkách.*“

Jsmo rodiče na směny. „*Střídavá péče po rozvodu je šance, aby mělo dítě mámu i tátu. Porozvodová péče je u nás stále zatížena spoustou předsudků, klišé a mýtů. Třeba, že dítěti bude lépe jen u jednoho rodiče, nejlépe u matky. S tím, že by si rozvedení rodiče mohli péči o děti rozdělit, se zatím příliš neseťkáváme.*“

Č. 4/2009 *Táta v akci – Otcové vychovávají jinak než matky, přesto nejsou horší rodiče.* „*Tátů, kteří se dokážou samostatně postarat o většího potomka rychle přibývá. I mezi muži je to „in“. U matky převládá snaha získat ničím nerušenou pozornost dítěte, udržovat blízkost, kontakt tělesný i oční, pečovat o komfort dítěte. U otce převažuje experimentování. Ideální je, když se otec i matka v péči o děti doplňují. Otce někteří psychologové přirovná-*

vají k mostu, který vede dítě do společnosti. Problémy v partnerských vztazích, které se točí kolem péče o děti, bývají často způsobené tím, že každý z rodičů považuje svůj přístup za lepší a přeje si, aby ten druhý postupoval taky tak. A přes úsilí o genderovou rovnost jsme to častěji my mámy, které cítíme, že víme líp, jak se to dělá. Chceme samozřejmě, aby se naši partneři zapojili, aby víc pomáhali, aby rozvíjeli svůj vztah s dětmi od prvních dní, ale podvědomě pořád čekáme, že to budou dělat „po našem“. Přijmout fakt, že A a B se nevyplácují a že i B může být někdy správně, je těžší, než by se na první pohled mohlo zdát. Text je doplněn boxem **Desatero zdravého otcovství**: „Mějte společné zájmy. Když se dětem věnujete, dělejte to naplno. Když jste přepracovaní, přiznejte to. Vezměte s sebou děti do práce, nechte je pracovat. Dávejte před dětmi jasně najevo, co je pro vás důležité. Přiznejte emoce. Přiznejte chyby. Podílejte se na chodu domácnosti. Mluvte o rodičovských starostech s jinými muži.“ (uvedený zdroj Michal Vybíral, www.tatojaknato.cz)

Č. 1/2009 *Které weby pro rodiče byste neměli vynechat při surfování na síti?* Doporučen i odkaz na www.i-tatínek.cz.

Obsah fotografií: V analyzovaných časopisech se nachází celkem 22 fotografií vyobrazujících otce v různých situacích (viz tabulka 1). Nejčastěji je zde muž zobrazován s celou rodinou, tedy s dítětem/děťmi po boku partnerky.

Tabulka 1 Témata fotografií – v časopise Děti a my

Muž s partnerkou a dítětem	10
Muž s dítětem	6
Muž s partnerkou a dítětem u jídla	2
Muž s dítětem v náručí	1
Muž s dítětem při hře	1
Muž pomáhající dítěti při studiu	1
Muž s těhotnou partnerkou	1
Cekem obrázků	22

Reklama: Neobjevují se zde reklamy, ve kterých by byli zachyceni muži v otcovské roli.

Jiné:

Č. 6/2009 *Rozhovor s Terezou Kostkovou.* Herečka odpovídá na otázky: „Myslíte si, že vztah matka-dítě je výlučný a žádný jiný vztah ho nemůže plnohodnotně nahradit, nebo podle vás s úspěchem zvládnou roli hlavní pečující osoby v prvních měsících i otcové?“

V současnosti se hodně mluví o fenoménu nových otců, kteří s nadšením přijímají rodičovskou roli. Máte doma jednoho z nich?“

Č. 9/2009 *Rozhovor s Petrem Vackem* s názvem *Synovi zpívám ukolébavky*. Celý článek je věnován tomu, jak herec prožívá své otcovství. Odpovídá např. na otázky: *„Máte malého syna, co s ním podnikáte bez manželky? Co s ním děláte nejraději? Angažovanost otců v rodině je dnes velkým trendem. Vidíte to i ve svém okolí, nebo se o tom jen hovoří? Platí, že muž péči o dítě nikdy nezvládne tak dobře jako žena? Co v péči o syna zvládáte a co vám naopak vůbec nejde? Překvapilo něco partnerku ve vašem přístupu k synovi? Co pro vás děti znamenají? Umíte si představit, že byste děti neměl? Oč se ochuzují muži, kteří se na roli otce necítí? Vidíte rozdíly mezi nejmladším synkem a dvěma staršími dětmi? Pečoval jste o ně stejně? Co rády dělají vaše starší děti? Jak často je vidáte? Co si myslíte o modelu střídavé péče? Co je podle vás opravdu důležité ve vztahu mezi mužem a ženou?“*

Č. 10/2009 *Tátové vzdělávejte se!* Pozvánka na semináře, které lépe pomohou mužům zvládnout otcovskou roli.

Rozhovor s Monikou Zoubkovou. V článku se objevuje dotaz: *„Byl váš manžel u porodu? Kdo u vás doma víc vychovává a kdo víc rozmazluje?“*

7.3.2 Shrnutí

Časopis *Děti a my* věnuje roli otce pozornost. Uveřejňuje články zabývající se otcovstvím, které mají vzdělávací charakter. Dotýká se také aktivního otcovství, kdy vyzdvihuje přínos otcovské výchovy a času, který otec s dětmi tráví. Mne osobně zaujal článek s názvem *Táta v akci – Otcové vychovávají jinak než matky*, který apeluje nejenom na otce, ale především na matky, aby si uvědomily, že nejenom jejich výchova je správná, ale že otcovská péče a výchova má pro děti zásadní význam právě pro svoji jinakost. Věnuje se také fenoménu střídavé péče po rozvodu.

Časopis ilustrují fotografie, které zachycují otce nejčastěji v kruhu rodiny nebo s dítětem samotným. Otcovství je dále věnován prostor v rozhovorech se známými osobnostmi obou pohlaví. Je zde také pozvánka na seminář adresovaná přímo otcům. Je patrné, že časopis na otce nezapomíná.

7.4 Betynka

Časopis Betynka, měsíčník, cena 29,90 Kč, vydává Burda, Praha, spol. s r. o.

Analyzovaná čísla: 1/2009, 2/2009, 3/2009, 4/2009, 5/2009, 6/2009, 7/2009, 8/2009, 9/2009, 10/2009, 11/2009, 12/2009, ročník 10.

Betynka poradí podrobně a rozsáhle o všem, co nastávající rodiče, stejně jako rodiče malých dětí i školáků chtějí vědět, co je zajímavé. Nejmenší rozsah nyní 124 stran informací, zajímavostí a rad o zdraví, výchově, učení, psychologii a všem, co se dětí a života rodiny týká (http://www.burda.cz/portrety/betynka/2478/betynka_32011.html citováno 17.3.2001).

7.4.1 Obsahová analýza

Titulní strana: V podtitulku se časopis specifikuje jako časopis pro celou rodinu. Na titulních stranách byly zobrazeny většinou ženy s dětmi nebo děti samotné, nikdy muži.

Témata článků:

Č. 1/2009 *Muži buďte připraveni!* Rady mužům, co dělat nebo nedělat před zamýšleným početím. „*Chcete v dohledné době miminko? Nepijte, neužívejte některé léky a hlavně odolávejte nátlaku svých partnerek. Dítě totiž není výrobní produkt, ale výsledek lásky. Psychika hraje na cestě ke zplazení potomka významnou roli jak u žen, tak i u mužů! Mužů, kteří se na zplazení potomka připravují stejně pečlivě jako předtím na svoji kariéru, přibývá.*“

Proč hledat kladné mužské vzory? „*Víme to všichni: s mužskými hrdiny je to tak trochu bída. Do svých patnácti let děti rostou převážně pod vlivem žen a při vši úctě k mateřské a učitelské péči, něco jim pak prostě chybí. Co s tím?*“ Tři muži odpovídají na otázky ve věci mužských vzorů. „*Co mi dalo a vzalo otcovství? Kdo byl mým mužským vzorem, když mi bylo 5 – 10 let. A proč? Kdo byl mým mužským vzorem v pubertě a následně v období věku do 20 let. A proč? Koho z mužských osobností respektuji teď? A proč? Je podle vás nutné, aby měl dospělý chlap před očima někoho, koho si váží? Kde si myslím (z dnešního pohledu, když už mám sám děti), že můj otec dělal chybu? Co bych chtěl předat a umožnit svým dětem (ne materiálně)? Budete svým dětem pomáhat v dospělém věku i finančně? Proč ano, proč ne? Co synovi v budoucnu řeknete o ženách?*“

Budu tvůj nový táta. Text se věnuje problému „nové rodiny“, kdy do rodiny přichází partner matky a stává se náhradním otcem.

Č. 3/2009 Přibývá tatínků pod 30. „Naopak mluvit o své partnerce jako „o staré“, veřejně na ni nadávat, jak se to dříve běžně provozovalo, je trapas. Věta „jsem zamilovaný do své ženy“, navzdory statistice o rozvodech – to je dnes ta pravá frajeřina! Mladíci mají před očima své starší kamarády a kamarádky, kteří se tak dlouho neodvázili vázat, až jsou nešťastně neuvázaní. Tahle generace si je totiž vědoma osamělosti a odcizenosti, kterou je západní svět promořený. Pořád opakujeme slovo „mladý otec“. Po pětadvacítce ale tak mladí nejsme. Kdy je muž zralý na založení rodiny? Věk to až tak neurčuje. „Když ji nebere jako kouli u nohy, jako překážku svých aktivit. Nevnímá svoje povinnosti vůči ní jako křivdu a neřeší, jestli by nějaká jiná slečna nebyla náhodou lepší než ta, kterou má doma“, shodují se odborníci na lidské duše. Tato kritéria může splňovat devatenáctiletý kluk a nevyhovovat jim může i padesátník.“

Č. 3/2009 Náš člověk Julinka. Výpověď otce o tom, jak prožíval narození své dcery. „Jak já jsem se těšil! Když jsme se vrátili z prvního ultrazvuku a já v té černé šmouze uviděl hlavíčku s nosíkem prý „prokazatelně“ podobný tomu mému, věděl jsem, že ji budu milovat. Druhého ledna mi žena zavolala, že má pocit, že by mohla родit. Cestou z práce mi na všech semaforech svítila zelená a porod proběhl přesně podle plánu. Celou dobu jsme byli spolu, držel jsem ji za ruku. Porodní sestra do pokoje vždycky jen nakoukla, a když viděla, že na ženu křičím? „Miláčku dýchej, dýchej, dýchej,“ usmála se a zase odešla. Když se 3. ledna Julinka narodila, bylo to něco neuvěřitelného. Zážitek jen těžko srovnatelný s čímkoli jiným – zázrak. Je, myslím, přirozené, že naše Julinka je nejhodnější, nejkrásnější, prostě nejbáječnější dítě na světě. Jistě nastaly za uplynulý rok situace, kdy jsme opravdu nevěděli, co s ní. Křičela, plakala, mručela, nechtěla ležet, sedět, spát, jíst. Nechtěla nic a my jsme museli skákat, jak ona píská. V té chvíli jsem si uvědomil, jak náročné musí být, když s takovým miminkem je svobodná matka 24 hodin denně, a nutno říci, že všechny takové mají můj veliký obdiv.“

Č. 4/2009 Když jeden dalšího potomka CHCE, a druhý NE. „Tak partnerské páry procházejí velmi zásadní zkouškou důvěry, férovosti a slušnosti. Taktika tajného vysazení anti-koncepce a jiných nátlakových akcí se totiž ve finále vždycky vymstí. Obvyklé reakce „taťků z donucení“ se dají podle psychologů rozdělit do tří kategorií. Pro určitou skupinu mužů je toto chování natolik neakceptovatelné, že nepřistoupí na žádnou dohodu a odejdou středem. Je jim naprosto jedno, co si o nich bude myslet okolí, žena je neobměkčí ani slzami ani poukazováním na to, že dítě za nic nemůže a že je přece jeho. Druhá skupina

středem neodejde – třeba proto, že už jedno společné dítě se ženou má. Ke své otcovské roli přistoupí tak, že plní pouze povinnosti. U „vynuceného otcovství“ existuje jedna výjimka, kdy to dopadne dobře. „Podle mých zkušeností, s muži, kteří mají děti z prvního manželství, znovu se ožení a většinou s mladšími, už tátovské touhy netřískají. Přístupují k tomu ovšem rozumově. Je jim jasné, že nová mladá žena děťátko rozhodně chtít bude, a tak se podvolí.“ Součástí článku je také anketa **Jak to vidí muži**: čtyři muži odpovídají na otázky: „1. Pokud byste byl přesvědčen, že dítě nechcete, co vy vás přimělo ho mít. Čím by vás partnerka přesvědčila? 2. Jak by se změnil váš postoj k ženě, kdybyste zjistil, že vás podvedla a otěhotněla i přes váš nesouhlas?“

Č. 5/2009 V čem může pomoci tatínek? V rámci článku **Končíme s kojením**. „Budte jí oporou ve chvílích, které jsou pro ni jako pro matku těžké. Nepřemlouvejte ji, ať dá dítěti napít, nechte maminku spát v jiné místnosti a vstávejte k miminku v noci místo ní. Odvedte dítě ráno po probuzení do kuchyně, kde mu nabídněte k snídani jeho oblíbené jídlo.“

Č. 6/2009 Trenažér tatínek. „V určitých chvílích existuje pro moje holky jenom tatínek. A je to tak dobře.“

Speciál ke dni otců

Věděli jste, že Den otců vymyslela žena? „S tátou je baví svět: 7 tipů na klučičí i holčičí hračky. Váš prvňák by měl procvičovat jemnou a hrubou motoriku, ale vy jste už vystřílela všechny nápady, jak mu udělat tuhle povinnost zábavnou? Předějte štafetu tatínkovi.“ Rady, jak trávit s dětmi čas, např. kutilstvím, hrami v přírodě, apod.

Rozvodem tátovská láska nemizí. „Zapomeňte na klišé, že co rozvedený muž, to hajzlík, který se chce vyhnout alimentům. Vážně existuje spousta otců, kteří na první místo staví blaho dítěte. S exmanželkami nebojují, i když na ně okolí kouká jako na „měkoty“ a snaží se v rámci daných možností tatínkovat, jak nejlépe umějí. Třech tátů jsme se zeptali na jejich zkušenosti a pocity.“

Kopejte za tátů, ne do něj a dítěti tím usnadníte život. „Je těžké se ubránit pocitu, že veškeré mužské pokolení je jen parta ničemů, když jste zase zůstala na všechno sama a on práskl do bot. Pokud vám ale kromě vzpomínek na něj zbylo i společné děcko, nota bene dcera, zkuste dát mužům ještě šanci. Alespoň kvůli ní. „Vezměte si jen to, že se dobrovolně ochudíte o celou polovinu lidstva,“ varuje Marta Boučková a hned nabízí řešení i pro ženy, které by v referendu bez váhání hlasovaly pro vystřelení veškerého mužstva na Mars.

„Než hodíte všechny chlapy do jednoho pytle, zkuste si pohlídat, aby ve vašem životě figurovali i jiní muži než váš partner. Je tu přece ještě rodina, přátelé. „Kamaráda sice nemáme na sto procent, ale může nám dát alespoň naději, že všichni muži nestojí za bačkoru. A nejen nám, ale i našim dětem, které mají právo na kompletní obraz světa, ve kterém existují vedle sebe ženy a muži a v ideálním případě spolu dovedou vycházet.“ Součástí textu je také box s názvem: **Pět důvodů proč nenadávat před dětmi na chlapy.**

Chrápající tatínek.

Střídavá péče, hit současnosti. „Má-li střídavá péče fungovat, je zapotřebí, aby oba rodiče byli spolu schopni komunikovat a dokázali se domluvit na podobném systému fungování rodiny.“

Č. 7/2009 Kluk jako buk – a celý po tátovi. „Chcete-li novopečenému tátovi udělat radost, najděte na miminku jeho podobu. Pokud ji nevidíte, změňte téma. Otázky typu: „Je ti vůbec podobné“ otcovskou lásku ohrožují. Tatínci jsou totiž na podobu dítěte velmi citliví. Samozřejmě to přizná jen málokterý, ale výsledky experimentů hovoří jasně: muži podvědomě považují děti, které jsou jim v obličeji podobné, za mnohem krásnější a jeví o ně větší zájem než o miminka, která jim podobná nejsou.“

Příběh ze života z pohledu muže: Jsem táta od tří dětí. Otec tří dětí zodpovídá dotazy: „Chtěl byste být právě v tomhle období na manželčině místě? Máte děti jako stupínky, to byl záměr? Vy i manželka jste z kolika sourozenců? A hrálo to při rozhodování pro početnou rodinu roli? Máte pomáhající babičky, anebo jste s manželkou na všechno sami? Jak jste řešili nebo řešíte bytovou otázku? U třech dětí se říká, že nejhůř je na tom to prostřední. Přemýšlíte o individuálních potřebách dětí? Co říkáte na argument, že v dnešní době jsou dvě děti tak akorát? Máte nějakou pojistku pro případ, že by se s vámi něco stalo? Co vám připadá na rodině s třemi dětmi tak skvělé, že byste tuto variantu doporučil ostatním?“

Č. 9/2009 I muži mají své těhu-problémy. „Zatímco nastávající maminka vstává s elánem a chutí na jahody se šlehačkou, její muž myslí na jediné: Jak vysvětlit šéfovi, že ačkoli je těhotná jeho žena, ranní žaludeční nevolnosti má on? Žena automaticky počítá s tím, že spolu s těhotenskou průkazkou možná vyfasuje i častá žaludeční salta a ulevuje si probíráním potíží s podobně zkušenými kolegyněmi. „Těhotný“ muž je jednak problémy zaskočen a veřejným přiznáním také riskuje, že se mu šéf vysměje a pozdní příchody na poradu stej-

ně neomluví. U nastávajícího tatky automaticky počítáme s ohleduplností vůči budoucí mamince, ochotou doprovodit ji k porodu i zvelebit příbytek pro očekávané princátko. Ale nezkrotné chutě, střídání nálad a ranní nevolnosti nám do obrazu správného otce rodiny nezapadají. Přitom jsou to dvě strany jedné mince – současné projevy dávno známého syndromu *couvade*, tedy mužových psycho-somatických příznaků těhotenství partnerky. V různých podobách syndrom *couvade* prožívali někteří muži vždy a všude, a v současné době se jeho příznaky projevují například i tím, že muž rád svoji ženu doprovází do těhotenské poradny, prožívá s ní pohyby plodu v bříšku, ochotně navštěvuje předporodní kurzy a vůbec se intenzivně zajímá o vše, co s vývojem jeho potomka souvisí.“

Muži u porodu. „Muži přítomní u porodu své partnerky cítí ke své ženě úctu, zážitek porodu v nich většinou vzbudí velkou vlnu lásky, jsou na svou ženu pyšní. Pocity hrdosti a úcty jsou velmi užitečné v období po porodu, které je pro čerstvé rodiče většinou křest ohněm. A doporučení pro muže zcela „technické“: „Nevěnujte se u porodu tolik technice, zvláště té zobrazovací a nemocniční.“ Tisíc fotek nikdy nenahradí prožitek. Muži jsou vedeni k tomu, aby nedávali najevo své emoce, ale to neplatí u porodu – dát právě porodivší ženě najevo, jak moc je muž hrdý a jak si cení toho, že celou porodní práci zvládli, to je pro budování dalšího vztahu to nejsilnější koření.“ V rámečku **7 kroků pro muže, kteří si přejí být podporujícími a dobrými porodními partnery.**

Č. 11/2009 Táta v akci aneb Díky, Fifinko! „Zatímco jídlo od paní domu rodina přijímá jako samozřejmost, většina otců si svých občasných „pět minut slávy“ v kuchyni užívá. Muž v kuchyni pravidelně dokáže své málo draze prodat – kuřecí řízek s bramborovou kaší se pod jeho rukama a hlavně pomocí vzletného slovního doprovodu mění v gastronomický zázrak. Děti jsou nadšené, a o kulinářském zážitku se ještě několik dní musí mluvit.“

Č. 12/2009 Lexikon otců. „Kdyby nezáleželo na tom, jak tátové vychovávají své syny a své dcery, a na tom, co dělá matčina výchova s dcerou a se synem, tak by nás mohli chovat v kotcích nebo pěstovat v květináčích. Článek přibližuje typy chování otců vůči synům: otec – autorita, otec – nevšímavý, otec – bohém, a otců vůči dcerám: otec – kritik, otec – obdivovatel, otec – flegmatik.“

Tátovská něha. „Dobrá zpráva od fotografky Jany Hozové,. Svými snímky vyvrací tvrzení, že milující tátové jsou rarita.“ Zobrazeny umělecké fotky, které zachycují otce se svými dětmi.

Obsah fotografií: V analyzovaných časopisech se objevuje velké množství (celkem 124) fotografií zobrazujících otce v různých situacích (viz tabulka 2). Nejčastěji jsou otcové vyobrazeni se svou partnerkou a dítětem a velmi často také samotní s dítětem v náručí.

Tabulka 2 Témata fotografií – v časopise Betyнка

Muž s partnerkou a dítětem	
Jako rodina	28
Ležící v posteli	3
Na procházce	3
V přírodě	2
Při práci	2
Sportující	1
Stavící sněhuláka	1
Na dovolené	1
	41
Muž	
S dítětem/děťmi v náručí	20
S dítětem/děťmi	9
S dítětem/děťmi při hře	6
Líbající své dítě	3
Sportující s dítětem/děťmi	2
Učící dítě řemeslu	2
Krmící dítě	1
S dítětem při četbě	1
S dítětem u jídla	1
S dítětem za krkem	1
Tišící nemocné dítě	1
Mazlíci se s dítětem	1
Podepisující narozené dítě	1
S těhotnou partnerkou	1
	50
Cyklus Cvičení s tátou (ilustrační foto)	33
Celkem	124

Reklama:

Č. 9/2009 *Reklama na stavební spoření s Liškou* (viz obrázek 3 vlevo). Dítě slaví první narozeniny, otec je objímá, společně se dívají na dort, který jim přináší liška.

Č. 3/2009 *Reklama na Farlin* (viz obrázek 3 uprostřed) s podtitulkem S námi to zvládne i tatínek. Na obrázku krmí mladý otec sedící dítě lahvičkou Farlin.

Č. 4/2009, 6/2009 *Reklama na autosedačku Recaro* (viz obrázek 3 vpravo). Na snímku objímá syn svého otce, vedle nich stojí partnerka otce.



Obrázek 3 Ukázky reklamních fotografií z časopisu Betyňka (popisky v textu)

Č. 6/2009, 8/2009, 9/2009 *Reklama na Nutrilon* (viz obrázek 4). Snímek zachycuje muže a ženu v posteli, mezi nimi leží malé dítě.

Č. 1/2009 *Kluci pozor na tatínky*. Reklama na hračky – repliky kombajnu, traktoru, apod.

Č. 5/2009 *Reklama na ledňáčka Mišu*. Matka, otec a dvě děti si nabírají zmrzlinu z krabice.

Č. 7/2009 *Reklama na Sunar*

Č. 7/2009 *Reklama na kočárek Bébécar*. Otec sedí s matkou a starší dcerou na trávě, v popředí stojí kočárek.



Obrázek 4 Reklama na Nutrilon

Jiné:

Č. 8/2009 *Zeptali jsme se: „Čím vás kdy vaše dítě překvapilo?“* Na otázku odpovídá otec.

Č. 10/2009 *Rozhovor s Davidem Rathem* s názvem *Až puberta ukáže „Sociologové se vytasili s novým termínem „patchworkové“, sešívané, rodiny. Stále více kluků a holčiček zažívá během dětství několik rodinných uspořádání a žije jen s jedním rodičem. Mezi nejznámější české „patchworkáře“ patří středočeský hejtman MUDr. David Rath.“* Otázky z rozhovoru: *„Jak jste svým synům vysvětlil, že mají každý jinou maminku a nejste rozvedení? Nejrodinnějšími svátky jsou Vánoce, jak probíhají u Rathů? Jaký byl váš vztah s tátou, když jste byl ve věku svých synů? A co pro vás vlastně vůbec znamená otcovství? Máte čas na své děti v diáři? Čím vás vaše děti nejvíc dojmají? A na co jste u nich nejvíc pyšný? Jaké koníčky podporujete u svých synů? Děti potřebují rituály. Máte se syny nějaké společné?“*

Č. 2/2009 *Cvičení s tátou.* *„Táta říká tohle, táta to dělá takhle, s tátou je to super. Zážitky s mámou jsou v přesile, o tom není pochyb. Ale ty s tátou si pamatujeme celý život. Zvláště, když jsou oslazeny pohodičkou, dobrodružstvím a cukrovou pusou.“*

Č. 3/2009 *Cvičení s tátou.* *„Je to jasné – tátu potřebují i holky. Jako mužský vzor pro život i jako horu, po které se bezva šplhá, klouže. Navíc táta umí svět legračně obrátit vzhůru nohama.“*

Č. 4/2009 *Cvičení s tátou.* *„Salto „tátale“ mě baví. Obyčejný kotoul je prý pro mrňata! Pořádní chlapi přece zvládnou i salto vzad. Když tátovy silné ruce jistí bezpečí, malé akrobaty od cvičení nic neodradí.“*

Č. 5/2009 *Cvičení s tátou - Cirkusová show.* *„Jde to i bez šapitó. Stačí mít fantazii, odvalu a tátu, který udrží i ten nejsložitější most na světě.“*

Č. 6/2009 *Cvičení s tátou Klučičí houpando.* *„Nemáte po ruce houpačku? Nevadí, dětská fantazie a tátovy silné nohy bohatě stačí.“*

Č. 9/2009 *Pozvánka na přednášku O tátovství.* „Stát se otcem jde samo, ale být opravdovým tátou není legrace. O zajímavé postřehy k tomuto tématu se do pražského centra Paleček přijde s vámi v říjnu podělit psycholog dr. Rous.“

7.4.2 Shrnutí

Na titulní straně Betyanky je uvedeno, že se jedná o časopis pro celou rodinu a opravdu tomu tak je. Časopis obsahuje velké množství informací o otcovství. Články často oslovují přímo muže, radí, jak zvládnout problémy související s otcovstvím. Obrací se na otce, aby dané téma komentovali a vyjádřili svůj názor. Témata článků souvisejících s otcovskou rolí jsou velmi bohatá, z mého pohledu přínosná i pro ženy, neboť ženy si prožívají svoji mateřskou roli a často si možná ani neuvědomují, že mužům jejich otcovství přináší také mnoho prožitků pozitivních i negativních a že se jako otcové potýkají s různými problémy. Časopis zdůrazňuje nezastupitelnou úlohu mužů při výchově dětí a jejich přínos. Obsahovou pestrost dokládají témata, která se v časopise objevují. Čtenáři si mohou přečíst o tom, jak se muži mají chovat před početím, jak muži prožívají těhotenství partnerky i narození dítěte, co dělat, když jeden z partnerů chce další dítě a druhý již ne, jak muži prožívají starost o více dětí, objevuje se zde polemika o věku vhodném pro otcovství. Autoři článků se věnují i fenoménu rozvodu, střídavé péče, ženy upozorňují na to, že je důležité zachovat dítěti pozitivní obraz o otci, apod.

Časopis ilustruje velké množství fotografií zachycujících otce ve velmi různorodých situacích. Originální je cyklus Cvičení s tátou, který učí otce cviky, které mohou provozovat se svými dětmi. Lze zde nalézt pozvánku na přednášku o tátovství. A objevuje se zde také mnoho reklam zachycujících muže v otcovské roli.

7.5 Rodiče

Časopis Rodiče, měsíčník, 36 Kč, vydává Floren Capital, a. s.

Analyzovaná čísla: 1-2/2009, 3/2009, 4/2009, 6/2009, 7-8/2009, 9/2009, 10/2009, 11/2009, 12/2009.

Časopis Rodiče je aktualizovaným vydáním německého měsíčníku Eltern a je přizpůsoben našim podmínkám. Obohacuje český trh o titul, který je určen mladé rodině se všemi jejími příslušníky, která požaduje kvalitní a moderní informace o výchově a rodičovství. Výhodou

měsíčníku Rodiče je jeho napojení na nejmodernější proud informací a zároveň tak i na nejprogresivnější trendy psychologie rodiny, výchovy a partnerských vztahů (<http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=610> citováno 27. 3. 2011).

7.5.1 Obsahová analýza

Titulní strana: Na jedné z titulních stran je vyobrazena matka s dítětem, na ostatních pouze samotná miminka. Otec není vyobrazen žádný.

Témata článků:

Č. 1–2/2009 Čerství rodiče se dělí o své zkušenosti. Dva autentické příběhy matky a otce.

Jsem těhotná – on ale také. „A já jsem se jen divila, jak je klidný. Ale během těch deseti měsíců se z něj stal špičkový odborník na tvarování břicha, hormonální návaly a podpůrné punčochy. Zde je protokol jeho proměny.“ Měsíc po měsíci s nadsázkou a humorem nastávající maminka podává, jak prožívá těhotenství její partner.

Č. 11/2009 Otcové u porodu v Evropě. „Povzbuzovat, držet za ruku, zúčastnit se – a jako jeden z prvních přivinout dítě. Je přítomnost otců u porodu vítaná?“ Článek popisuje, zda je o účast otců u porodu zájem a jakým způsobem probíhá, zda jej vítají v nemocnicích, apod. v zemích – Polsku, Holandsku, Chorvatsku, Itálii. „V ČR v současné době vítá možnost spoluprožívání příchodu svých dětí na svět asi polovina českých tatínků. Druhá polovina o účast při zrození naopak příliš nestojí, a to buď z důvodu obav, že by porod nezvládli nebo prostě proto, že je to nezajímá. Je možno předem posoudit, zda je účast u porodu žádoucí?“

Č. 12/2009 Já chci maminku! „Pro tatínky to občas bývá docela drsné. To když jim jejich vlastní potomek nevybíravě dává najevo, kdo je tady favorizovaným rodičem – přece maminka! Ta ať dítě chová, krmí, přebaluje, uspává. Otcové, máte-li zrovna vy doma takové kvítko, které po vás momentálně „nebaží“, zachovejte klid a buďte velkorysí. Jde jen o vývojové období miminkovského nebo batolecího věku, které zase pomine.“

Obsah fotografií: V analyzovaných časopisech se vyskytuje 20 fotografií zachycujících otce v rozličných situacích (viz tabulka 3).

Tabulka 3 Témata fotografií – v časopise Rodiče

Muž s těhotnou partnerkou	3
Muž s dítětem při hře	2
Muž s partnerkou a dítětem u jídla	2
Muž s dítětem v náručí	2
Muž s dítětem	2
Muž s dítětem při četbě	1
Muž s dítětem v náručí, matka odpočívá	1
Muž s partnerkou a dítětem v posteli	1
Muž nosící dítě v šátku	1
Muž s partnerkou a dětmi u moře	1
Muž "zápasící" se synem	1
Muž s partnerkou a dětmi	1
Muž s partnerkou a dětmi na procházce	1
Muž u porodu	1
Celkem	20

Reklama:

Č. 1–2/2009 *Reklama na Farlin* (analyzováno výše).

Č. 4/2009 *Reklama na Müsli Emco* obsahuje 4 obrázky, na jednom z nich otec snídá společně s dcerou myslí. Reklama je uvedena sloganem „Mysli na zdraví, každý má svůj důvod“.

Č. 6/2009, 7–8/2009, 11/2009, 12/2009 *reklama na Nutrilon* (analyzováno výše).

Č. 12/2009 Reklama na *baby šátky*. Na obrázku stojí proti sobě otec s partnerkou, každý má na břiše v šátku malé dítě.

Č. 12/2009 Reklama na banku pupečnickové krve *Cord Bloodcenter CZ*. Snímek zobrazuje otce s partnerkou tlačící kočárek.

Č. 11/2009 Reklama na *deskové hry Albi* (viz obrázek 5). Muž s partnerkou, synem a dcerou hrají společně deskovou hru od Albi.



Obrázek 5 Reklama na deskové hry Albi

Č. 4/2009 *Reklama na Bepanthen Plus* (viz obrázek 6, 1. foto). Syn natírá otci odřeny loket a koleno mastí Bepanthen Plus.

Č. 10/2009, 11/2009 *Reklama Multivitamin Multi-tabs Immuno kid* (viz obrázek 6, 2. foto). Na obrázku veze otec syna v kolečkách, partnerka otce zezadu objímá.

Č. 9/2009 *Reklama na The pop-in – plenková výbava* (viz obrázek 6, 3. foto). Otec s nahou hruď drží miminko v bavlněné plence v náruči.

Č. 3/2009 *Reklama na OZP zdravotní pojišťovnu* (viz obrázek 6, poslední foto). Snímek zachycuje rodinu – otec má posazenu dceru za krkem, matka nese syna v náruči.



Obrázek 6 Ukázky reklamních fotografií z časopisu Rodiče (popisky v textu)

7.5.2 Shrnutí

V analyzovaných časopisech Rodiče jsem našla čtyři články věnující se tématu otcovství. Ročník obsahuje 20 tématicky různých fotografií zachycujících muže v otcovské roli. Otcové jsou zde nejvíce vidět v reklamách, kterých analyzovaný ročník obsahuje 20.

7.6 Reflex

Časopis Reflex, celospolečenský týdeník, cena 35 Kč, vydává Ringier ČR, a. s.

Analyzovaná čísla: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 15, 17, 18, 19, 20, 22, 21, 24, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 37, 39, 40, 44, 48, 49, 50-51, 52, ročník XXI.

Prestižní společenský týdeník Reflex je určen pro přemýšlivé čtenáře. Přibližuje aktuální témata a zajímavé osobnosti naší doby a zprostředkovává nový úhel pohledu na svět a životní styl (<http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100454>, citováno 16. 4. 2011)

7.6.1 Obsahová analýza

Titulní strana: Na titulních stranách nejsou vyobrazeni muži v roli otců.

Témata článků:

Č. 15 Otcové bojují o děti. *„Pětadvacet tisíc dětí ročně přichází o mužský pohled na svět. Spravedlivě dělená péče o dítě mezi otce a matku je undergroundem naší opatrovnické politiky. Ačkoliv soudy mohou rozhodnout o střídavé péči bez souhlasu jednoho z rodičů, jen nerady narušují zažitou představu, že dítě patří po rozvodu k mámě. Podle nového občanského zákoníku to bez vzájemné rodičovské dohody ale nepůjde vůbec. Jde o krok zpět?“*

Č. 15 Mít nebo nemít dítě. *„Alice Nellis ve filmu Mamas and Papas velmi intimně zkoumá úskalí rodičovství. Lékařka Irena právě přišla o dceru. Učitelka Zuzana touží po dítěti, ale nedaří se jí otěhotnět. Herečka Tereza otěhotněla nechtěně a chce jít na potrat. Imigrantka Aljoša je také těhotná, ale třetí dítě už si nemůže dovolit, a tak zvažuje, že ho dá k adopci. A všechny ty chtěné, vytoužené i neplánované děti mají také nějaké tatínky, kteří se se svým otcovstvím snaží nějak poprat.“*

Č. 18 *Neválcete o svoje děti!* „Podle ústavního soudu nesouhlas matky se střídavou péčí není důvodem k jejímu zamítnutí. Pokud ji soud přesto nepovolí, musí umět říct, proč by negativně zasahovala do rozvoje osobnosti dítěte. Nejvyšší právní instituce u nás vyslala signál rozvádějícím se rodičům: Neválcete o děti! A jak říká Milan Škarda, povzbudil i otce, kteří zápas o střídavou péči už vzdali, aby o ni znovu usilovali.“

Č. 32 *Syn svého otce.* „Slovanské epejeje a vlastně i celého díla Alfonse Muchy je také příběhem dvou výjimečných mužů. Otce Alfonse a syna Jiřího. „Když jsem začal brát rozum a začal si otce uvědomovat, tak to nebyl otec v tom pravém smyslu slova, ale jakási postava nebo symbol nebo instituce, velmi vážná, nesmírně filozofická, která vychovávala, pokud vychovávala, to svoje dítě, to jsem byl já, trochu neobvyklým způsobem. Prostě – pokládal výchovu za věc naprosto racionální, nesouhlasil s jakýmkoliv primitivním způsobem výchovy, to bylo bití, tresty, nýbrž pokládal domluvu za to hlavní.“

Obsah fotografií:

Č. 6 Fotografie k článku Boj o kámen, na první fotce je zobrazen otec s manželkou a dítětem, na druhé otec se dvěma dětmi.

Č. 15 Ilustrační fotografie k článku Otcové bojují o své děti. Na první fotce je otec s dospívající dcerou, na druhé otec se dvěma dcerami na klíně, na třetí otec s rozvedenou manželkou a dospívající dcerou.

Č. 15 Ilustrační fotografie k článku Mít nebo nemít dítě. Obsah fotografie - muž má položenou hlavu na břicho těhotné partnerky.

Č. 17 Fotografické vyobrazení jednoho z billboardů ČSSD proti placení u lékaře. Otec má hlavu na břicho těhotné partnerky.

Č. 18 Autorské fotografie z oslav 20. narozenin časopisu Reflex v Praze na Kampě. Snímky zachycující, jak muž drží v náručí dceru při hudebním vystoupení, na další otec drží v náručí dítě, ukazuje mu postavičku Zeleného Rauola, na jiné je otec s dcerami při soutěži.

Č. 19 K článku Politik s kolečkem navíc je vyobrazena slovenská varianta mzdového kolečka – na kolečku je vyobrazena rodina – otec objímá jedno z dětí, vedle něj stojí manželka s druhým dítětem.

Č. 21 Na fotografii vyobrazena rodina – otec, matka a dvě dcery (k článku Portrét národa, typologie současných Čechů podle Reflexu).

- Č. 26 Fotka otce s manželkou a synem (ilustrační foto),
- Č. 32 Fotografie rodiny Alfonse Muchy (otec drží za ruku dceru, matka sedí, na klíně drží syna).
- Č. 34 K článku Romský bumerang vyobrazen otec nesoucí syna v podpaží.
- Č. 37 Zachycen otec s rodinou, nese v náručí malé dítě, manželka vede za ruku starší dítě (ilustrační foto k článku Taková normální holčička).
- Č. 40 K článku Vzpoura proti přírodě. „Muži už opravdu začali rodit. Západní civilizace na počátku 21. století se ocitla v krizi gender rolí, která přináší rozvrat tradičních rodinných struktur.“ Článek je o mužích, kteří se narodili jako ženy a podstoupili změnu pohlaví. Doprovází jej fotografie, kde muž objímá těhotného muže, fotografie těhotného muže na ultrazvukovém vyšetření svého dítětem, muže po porodu.

Reklamy:

- Č. 11 Reklama na Dove (analyzováno viz výše).
- Č. 18, 19, 20 Reklama na pojišťovnu Direct (viz obrázek 7). Otec jde se svojí dcerou a synem, každý z nich nese zmrzlinu. Reklama obsahuje slogan Malé pojistné pro rodinné auto, velká radost pro vaši rodinu.



Obrázek 7 Reklama na povinné ručení (Direct)

- Č. 48, 50-51 Reklama na Škoda auto (viz obrázek 8, první dvě fotografie)
- Č. 40, 44 Reklama na Mercedes-Benz, Nové Viano (viz obrázek 8, poslední fotografie)
- Č. 44 Reklama na telefon Siemens. Na lavičce proti sobě sedí otec se synem. Syn se otce ptá: „Tati, kdy už bude naše země úplně na špičce?“ Až bude využívat to nejlepší, co se nabízí sděluje podtitulek.



Obrázek 8 Reklamní fotografie automobilů (Škoda auto a Mercedes Benz)

Jiné:

Č. 18 *Father friendly* – *Česká kočárkiáda* (závod v jízdě s kočárky k příležitosti Dni matek).

Č. 19 *Father friendly* – *Kašpárkohraní ve Hvězdě* (dětský festival).

Č. 20 *Father friendly* – *Free-D-bar v Mlékojedech* (sportovně relaxační areál a tančírna).

Č. 21 *Father friendly* – *Dětský den na tvrzi Hummer.*,

Č. 22 *Father friendly* – *Pražský den pro Afriku* (den plný fotbalu, exotiky a zábavy, seznámení s africkou kulturou).

Č. 24 *Father friendly* – *Hospodyňky pro děti* (festival world music s hlídáním a speciálním programem pro děti).

Č. 29 *Father friendly* – *Na vrchol osmitisícovky* (program v muzeu loutek).

Č. 30 *Father friendly* – *Den otců v ZOO Praha.*

Č. 31 *Father friendly* – *Dětský den na Hlásce* (dobrodružný program na zřícenině hradu).

Č. 32 *Father friendly* – *Staň se rytířem nebo dvorní dámou* (speciální prohlídka hradu Kašperk).

Č. 33 *Father friendly* – *Aquarium Františkovy lázně* (koupaliště).

Č. 34 *Father friendly* – *Hospoda u Pavla Kolence.*

Č. 39 *Father friendly – Broučci v divadle Minor.*

Č. 47 *Father friendly – Zelený Raoul pro děti* (kniha pro děti).

Č. 1 *Rozhovor s Vojtěchem Dykem.* Zodpovídal otázky: „Už před dvěma lety – bylo vám dvaadvacet – jste řekl, že byste chtěl mít děti. To muselo vzejít právě z rodiny, ne? Stejně jsem nikdy neslyšela od tak mladého muže přání, že by chtěl mít co nejdřív rodinu. No a teď si představte, že máte pětiletého syna a ten si pozpěvuje: „Jsem gay, jsem gay, jsem tepléj. Mně jde spíš o to, co tomu pětiletému synovi říct. No, tak řekněme, že ten váš syn navíc ví, co tím je myšleno, a pozpěvuje si to. Nevadí?“

Č. 14 *Rozhovor s Adamem Rappem.* V textu se objevuje: „To je pro Newyorčany typické: všichni svádějí svou bezdětnost na to, že je vyhlášené Singleville, Město svobodných, moc drahé. Ale vážně byste to dítě chtěl?“

Č. 18 *Rozhovor s J. H. Krchovským.* V článku se objevil dotaz: „Vidáte vůbec ještě svou tehdejší družku Betynu Fandovskou a své dvě dcery? Byl jste dobrý otec?“

Č. 47 *Rozhovor s Bolkem Polívkou.* „No doufejme, že když mám tolik dětí. Například Jeník (syn) si to už vyřešil. Zrovna nedávno jsme spolu stáli na balkóně, dívali se na koně a dolů do údolí, když on tak bezelstně prohlásil: Až umřeš, všechno tady bude patřit mně, a až já umřu, tak Františkovi. To je ještě mladší syn. Tak říkám, že než s Františkem umřou, musí najít dobrého ženicha Marijance. No jo, zapomněli jsme na Vladimíra. A co Kamila s Annou? Holky se mají dobře vdát, ne? Dáme jim výbavu, hrnce a prostěradla.“

Č. 40 *Rozhovor s Zbigniewem Nosákem.* Téma článku *Pět dní pod zemí*. Otázka: „Co podle vás rozhodlo, že jste nakonec přežil? Myslím, že mi velmi pomohly modlitba a myšlenky na ženu a naši postiženou dceru.“

Č. 50–51 *Rozhovor s Jeffem Bridgesem,* komentoval konstatování: „Máte asi obzvlášť vyvinutý smysl pro rodinu. Vychoval jste tři dcery, pětatřicet let žijete s jednou ženou ve spokojeném manželství, to ve vaší branži není tak běžné.“

Č. 29 *Reakce na článek Neroďte doma.* Čtenář píše: „Kdyby mi žena najednou řekla, že bude rodit doma, tak bych to i přes bezproblémový porod dlouho rozdýchával a zřejmě by nastal zásadní vztahový problém. Jde i o mé dítě a porod doma by mi museli vnutit proti mému přesvědčení a pouze nezvratností rozhodnutí mé ženy.“

7.6.2 Shrnutí

Z Reflexu bylo analyzováno 32 čísel. Přestože se časopis zaměřuje spíše na politiku, téma otcovství zcela neopomíná, věnuje se zejména rozvodové problematice (ve dvou článcích). Dotazy na otcovství se objevují v rozhovorech se slavnými osobnostmi. Časopis obsahuje také dostatek fotografií a reklam, které zachycují muže v otcovské roli. Zpestřením je sekce father-friendly, která obsahuje zajímavé tipy pro tatínky a odkazy na možnosti trávení volného času s dětmi, např. tipy na výlety a akce pro děti.

7.7 Respekt

Časopis Respekt, týdeník, cena 39 Kč, vydává Respekt Publishing, a. s.

Analyzovaná čísla: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 49, ročník XXI,

Společnost Respekt Publishing a.s. vydává moderní názorový časopis Respekt, který obstojí v konkurenci médií jednadvacátého století. Zároveň ale navazuje na tradici původního Respektu a stále si zachovává vysoký novinářský standard. V roce 2007 došlo k plánovanému přejmenování a změně právní formy vydavatelství na Respekt Publishing a.s. (<http://www.magaziny.cz/vydavatelstvi/respekt-publishing-a-s/> citováno 16.4.2011)

7.7.1 Obsahová analýza

Titulní strana: Muž v roli otce se neobjevil na žádné z titulních stran časopisu.

Témata článků:

Č. 19 *Jeden den v životě – Jedeme si pro Adama.* Otec popisuje, jak si jeli se ženou vyzvednout z kojeneckého ústavu syna do adopce. „*Vše si máme v klidu promyslet. Zvláštní rozhodování. Buď během pár hodin totálně změním život na dlouhá desetiletí, nebo to vzdám. Kde je hranice mezi zodpovědností, odvahou a zbabělostí?*“

Obsah fotografií:

Č. 16 K článku Vzpoura proti očkování je připojen obrázek otce, který sedí u stolu, matka drží dítě na klíně, starší syn drží kočku, hraje si opodál.

Č. 28 Fotografie k článku Maminka, nebo babička? Na snímku je zachycen otec s rodinou na procházce.

Č. 31 Na obrázku otec pomáhá vystupovat svému synovi z auta, jdou na pole (k článku o farmaření Zpátky v rodinném ráji).

Č. 40 Ilustrační fotografie, která znázorňuje otce na procházce s kočárkem po břehu jezera.

Reklamy

Č. 40 Reklama na Škoda auto (viz analyzováno výše).

Č. 43 Reklama na Siemens (viz analyzováno výše).

7.7.2 Shrnutí

Časopis Respekt je zaměřen spíše politicky. Články o otcovství neobsahuje, našla jsem pouze jeden, kde otec vypovídá o tom, jak si jeli pro adoptovaného syna do kojeneckého ústavu. Dále analyzované časopisy obsahovaly čtyři fotografie a dvě reklamy znázorňující muže v otcovské roli. Vzhledem k množství analyzovaného textu (časopis vychází jako týdeník) čtyřiceti časopisů je podíl věnovaný otcovství minimální.

8 ZPRACOVÁNÍ ANALÝZY METODOU ZAKOTVENÉ TEORIE

Teorii odvíjím od určeného kódování analyzovaného textu.

Titulní strana

Obsahové analýze jsem podrobila celkem 125 časopisů. Ani na jedné z titulních stránek analyzovaných časopisů není vyobrazen muž v roli otce. Dokonce ani časopisy, které se profilují jako časopisy pro celou rodinu a jejich hlavním tématem je výchova dětí, muže na titulní strany neumísťují. Je možné polemizovat o důvodech, proč tomu tak je. Může se tedy zdát, že genderové stereotypy z médií nezmizely, a že muži jsou stále spíše spojováni se sférou veřejnou, kdežto ženy se sférou soukromou, neboť ženy jako matky byly tématem titulních stran časopisů často.

Témata článků

Časopisy pro muže se věnují tématu otcovství dosti sporadicky. Články o otcovství se zde příliš nevyskytují a pokud ano, jsou psány spíše s nadhledem a nadsázkou a jejich účelem je čtenáře spíše bavit než zatáhnout do diskuse nebo informovat. Tento způsob však může být bližší čtenářům, pro které je časopis určen a i zábavná forma může mít své klady. Např. časopis *Esquire* v čísle 1/2010 v článku *Zklidni hormon* uvádí možnosti, jak trávit s dětmi čas – „*například: psát, udělat sendvič, vyčurat jméno do sněhu. K čemukoliv takovému je jenom povzbuzujte, a nezapomeňte dát najevo, jaký dojem na vás jejich dovednosti udělaly. A pak šup tam s dývkem.*“ Časopis v podstatě nabádá muže, aby se svými dětmi trávili čas o samotě, přestože svérázným způsobem.

Společenské týdeníky se ve vztahu k otcovství zabývají nejčastěji tématem rozvodu a střídavé péče. Článků, které by se dotýkaly otcovství zde není mnoho.

Naproti tomu v časopisech pro rodinu má otcovská role své místo. Množství témat, které se v souvislosti s otcovstvím v těchto časopisech objevuje je až překvapující. Články mají vzdělávací charakter, oslovují přímo muže, mužům je dána příležitost, aby se k danému problému vyjádřili. Je však otázkou, jaké procento čtenářů těchto časopisů tvoří právě muži. Pro zajímavost jsem oslovila muže z Ligy otevřených mužů prostřednictvím sociální sítě Facebook s dotazem, kde získávají informace o výchově dětí a zda čtou časopisy pro rodiny (viz přílohy). Bohužel na můj dotaz nikdo nezareagoval.

Přínos článků o otcovství spatřuji ve vzhledu do mužské role, který umožňují ženám. Ty tak mohou lépe pochopit význam otců pro děti, uvědomit si, že i otcové své otcovství prožívají podobně jako ženy mateřství a třeba i zvýšit nároky a očekávání od mužů coby otců nebo naopak dát jim více prostoru pro své aktivity. Toto uvědomění může být velmi prospěšné v případě rozvodu rodiny. Tímto způsobem se dle mého názoru mohou média podílet na přetváření genderových rolí.

Obsah fotografií

Ve všech analyzovaných časopisech se objevují fotografie zachycující muže v otcovské roli. Zde bych ráda odkázala na Zojovu kritiku (2005) „nových otců s obnaženou hrudí“, kteří předvádějí, že se odcizili společnosti a ponořili se do vztahu k dítěti, který máme považovat za symbiotický. Fotografií, kde se objevuje muž s nahou hrudí se vyskytuje v analyzovaném materiálu poskrovnu. Muži jsou na snímcích zachyceni nejčastěji s dítětem/děťmi a partnerkou, tedy jako rodina, případně s dětmi samými v nekonkrétní situaci. Nachází se zde ale i fotografie, na kterých jsou otcové zobrazení ve specifických situacích – např. pomáhající dítěti se studiem, s těhotnou partnerkou, sportující, líbající své dítě, apod. Zde je možné zaznamenat posun mužů do role soukromé. Muži jsou zobrazováni jako pečovatelé o děti (otec krmící dítě), jako jejich učitelé (např. na fotografii s dítětem při četbě, studiu, učící dítě řemeslu), jako baviči (s dítětem při hře, na procházce) a jako milující otcové vyjadřující své emoce (líbající dítě, mazlící se s dítětem, tišící nemocné dítě). Fotografie následují trend „nového aktivního otcovství“, kdy otec není jenom „pouhým živatelem rodiny“, ale angažovaně vstupuje do vztahu s dítětem. Koncepce fotografií působí tak, že je důležitější, co otec znamená pro dítě než to, co znamená ve společnosti.

Reklamy

Otcovská role je využívána i v reklamním průmyslu. V celkovém množství analyzovaných časopisů jsem našla 22 různých reklam, ve kterých vystupují otcové (reklama na Dove Men+Care, XBOX 360 ovladač, reklama na hračky, dětské zboží Farlin, autosedačku Recaro, ledňáčka Míšu, kojeneckou výživu Nutrilon a Sunar, kočárek Bébécar, stavební spoření s Liškou, OZP zdravotní pojišťovnu, müsli Emco, mast Bepanthen Plus, The pop-in plenkovou výbavu, multivitamin Multi-tabs Immuno kid, deskové hry Albi, baby šátky, banku pupečnickové krve Cord Bloodcenter CZ, pojišťovnu Direct, Škoda auto, jiná reklama na Škoda auto, Mercedes-Benz). Reklamy, které znázorňují otce neobsahoval pouze časopis

Děti a my. Otcové jsou zde vyobrazeni v různých rolích. Platí zde to samé, co u fotografií. V případě fotografií i reklam se potvrzuje Gauntlettův názor (2002), že dnešní média nejsou při zobrazování jednotlivých pohlaví zatížena genderovými stereotypy tolik jako dřív.

Jiné

Tato kategorie zachycuje nejčastěji rozhovory se známými osobnostmi. Autory rozhovorů často zajímá, jak slavní muži prožívají své otcovství. Pokládají jim otázky: „*Jak se připravujete na roli otce? Chcete být u porodu? Jak si zvykáte na své otcovství? Změnilo se něco? Jak trávíte s dětmi volný čas? Jak to zvládá vaše dítě bez táty (po rozvodu)? Nechtěl byste ještě syna? Co v péči o syna zvládáte a co vám naopak nejde? Co pro vás vaše děti znamenají? Oč se ochuzují muži, kteří se na roli otce necítí? Jak často vidáte děti (po rozvodu)?*“ V rozhovorech s ženami se objevily dotazy: „*Byl váš manžel u porodu? Kdo u vás doma víc vychovává a kdo rozmazluje? Myslíte si, že vztah matka-dítě je výlučný? V současnosti se hodně mluví o fenoménu nových otců. Máte doma jednoho z nich?*“ Dokazuje to, že role otce je muži vnímána jako významná součást života. Tyto otázky mohou nést poselství celé společnosti, že pro muže je jejich otcovství důležité a neopomenutelné. Opět zde lze vnímat přiblížení či vyvážení sféry soukromé a veřejné.

V časopisech se také objevují pozvánky na besedy a workshopy o otcovství. Časopis Reflex má specifikum nazvané Father friendly, což jsou tipy pro tatínky, jak s dětmi trávit volný čas. Časopis Betyňka uveřejnil cyklus Cvičení s tátou – ukázky cviků, které mohou otcové cvičit se svými dětmi.

Shrnutí

Výsledky výzkumu dokazují, že přestože fenomén otcovství nestojí v čele mediálně preferovaných témat, není ani odsouván na okraj zájmu, spíše naopak – postupně se o něm začíná více mluvit. Otcovská role je z pohledu médií považována za podstatnou část mužského světa. A jak jsem již výše uvedla, lze zaznamenat přibližování soukromé sféry sféře veřejné. Přesto by dle mého názoru mělo být médií otcovské roli věnováno více prostoru, zejména časopisy, které se čtenářsky zaměřují na muže.

Výsledek analýzy otvírá mnoho dalších otázek, které by se mohly stát předmětem dalších výzkumů. Například by bylo zajímavé zaměřit se na zjištění, jakým způsobem muži získávají o výchově dětí informace, zda si uvědomují svůj přínos ve výchově dětí, zda si jsou ženy vědomy toho, jak muži otcovství prožívají. Z mé interpretace výsledků obsahové analýzy se

může zdát, že mužům je v médiích věnován prostor. Nabízí se ale otázka: „Co je dostatečný prostor?“ Možná by bylo zajímavé procentuelně porovnat kolik fotografií a reklam znázorňuje ženy v mateřské roli a kolik mužů v roli otcovské. A kolik textu je věnováno roli otce a kolik roli matky. Domnívám se, že fenomén otcovství je potřeba dále zkoumat z mnoha dalších aspektů.

ZÁVĚR

Ve své práci jsem hledala odpovědi na otázky vztahující se k fenoménu otcovství v souvislosti se zobrazováním otcovské role v médiích - časopisech.

Teoretická část diplomové práce nabízí pohled na otcovství z několika aspektů. Vysvětluje otcovství z hlediska genderové problematiky, poukazuje na genderové stereotypy, které se objevují v rodině a v médiích. Pojímá otcovství jako životní bohatství a důležité poslání muže. Vysvětluje význam otce pro vývoj dětí i specifika úlohy otce ve výchově děvčat a chlapců. Zamýšlí se nad dvěmi současnými protikladnými tendencemi v otcovství – krizí otcovství a opačným trendem aktivního otcovství. Přibližuje důvody, které k mizení otců z rodin vedou. Navrhuje možné změny v systému otcovské péče, které by mohly otcům jejich roli usnadnit.

Závěr teoretické části je věnován médiím, jejich působení a účinkům na společnost. Polemizuje nad otázkou, zda mohou být média hybnou silou společenské změny. Upozorňuje na genderové stereotypy, která média prezentují a možné následky tohoto působení. Zabývá se situací v České republice a možným řešením, které by vedlo k odstranění genderových stereotypů z médií a uvádí pozitiva, která by vymazání genderových stereotypů z médií přinesla.

Cílem teoretické části bylo ukázat, jak rozsáhlým tématem otcovství může být. Především jsem chtěla upozornit na to, že muži jsou nenahraditelnou složkou ve výchově dětí a jejich chybění může vést k problémům v osobnostním vývoji. Vzhledem k tomu, že v současné době vyrůstá bez otce dětí stále více, promítá se tento problém do celé společnosti. Také sami muži mohou být frustrováni nejasným vymezením otcovské role nebo tím, že jim je kontakt s jejich dětmi (po rozvodu) odpírán. Zmiňuji, že nejenom žen, ale také mužů se negativně dotýkají genderové stereotypy tím, že muži jsou automaticky spojováni se sférou veřejnou. Společnost tak mužům podsouvá, že důležitější je jejich uplatnění ve společnosti (jejich kariéra) než v rodině.

Zároveň poukazuji na měnící se trend „nového aktivního otcovství“. Muži se mění, zakládají různá hnutí, o mužské otázce se stále více diskutuje, ženská studia na vysokých školách nově doplňují studia mužská. Sami muži mají zájem více se podílet na péči i výchově svých dětí. Všechna tato témata jsem do diplomové práce zahrnula proto, aby bylo zřejmé, že média mohou otcovství prezentovat z různých úhlů a také z důvodu, že se domnívám, že ot-

covství je velkým tématem pro diskusi. Myslím si, že právě média by se měla snažit tuto diskusi otvírat a vést muže k zamyšlení nad tím, co pro své děti znamenají a co znamená otcovství pro ně samé. Zároveň by toto poslání měla plnit i vůči ženám – matkám.

Praktická část obsahuje kvalitativní výzkum časopisů. Sedm ročníků časopisů různých druhů (Formen, Esquire, Betyнка, Děti a my, Rodiče, Reflex a Respekt) podrobují obsahové analýze s cílem zjistit, jak je v současné době téma otcovství médií prezentováno. Výsledky analýzy jsou zpracovány metodou zakotvené teorie.

Docházím k závěru, že téma otcovství je pro média zajímavé, je mu věnován prostor. V časopisech se objevují články o otcovství, v rozhovorech se slavnými osobnostmi se velmi často na otcovskou roli dotazují. Také ilustrativní fotografie a reklamy zobrazují muže jako otce. Výzkum však otvírá i mnoho dalších otázek, na které je potřeba v souvislosti s otcovstvím hledat odpovědi.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Aktivní otcovství*. Brno: Nesehnutí, 2008. (Vyšlo v rámci projektu EU EQUAL „Půl na půl – rovné příležitosti žen a mužů“). Dostupný také z WWW: <<http://zenskaprava.ecn.cz/>>. ISBN 978-80-903228-9-1.
- [2] BIDDULPH, S. *Mužství: Jak zvládat všechny mužské role*. Praha: Portál, s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7367-209-6.
- [3] BOSÁKOVÁ, M., FRANK, P. a kol. *Průvodce na cestě k rovnosti žen a mužů*. 2. vyd. Brno: Nesehnutí, 2005. Dostupný také z WWW: <<http://zenskaprava.ecn.cz/>>. ISBN 80-903228-7-5.
- [4] BURGESSOVÁ, A. *Návrat otcovství: Jak se stát moderním otcem*. Vyd. 1. Brno: Jota, 2004. ISBN 80-7217-296-4.
- [5] BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: Barrister&Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
- [6] CLATTERBAUGH, K. *Contemporary perspectives on masculinity – men, women, and politics in modern society*. Colorado and Oxford: Westviewpress, A division of harpercollins publishers, Inc., 1990, 1997. ISBN 0-8133-2700-8(hc), ISBN 0-8133-2701-6 (pb).
- [7] FAFEJTA, M. *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany: Nakladatelství Jan Piszkiwicz, 2004. ISBN 80-86768-06-6.
- [8] GAUNTLETT, D. *Media, gender and identity – an introduction*. London and New York: Routledge, 2002. ISBN 0-415-18959-4 (hbk), ISBN 0-415-18960-8 (pvk).
- [9] *Genderové stereotypy v médiích a v jazyce*. Brno: Nesehnutí, 2008. (Leták vyšel v rámci kampaně Ženská práva jsou lidská práva jako součást projektu Společně k překonání genderových stereotypů a nerovností). Dostupný také z WWW: <<http://zenskaprava.ecn.cz/>>.
- [10] GJURIČOVÁ, Š., KUBIČKA, J. *Rodinná terapie: systemické a narativní přístupy 2., doplněné a přepracované vydání*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. ISBN 978-80-247-2390-7.

- [11] HAVELKOVÁ, H. Rod, kultura a demokracie v českých médiích. In HAVELKOVÁ, H., VODRÁŽKA, M. a kol. *Žena a muž v médiích*. Praha: Nadace Gender studies, 1998. ISBN 80-902367-2-3.
- [12] JANOŠOVÁ, P. *Dívčí a chlapecká identita: Vývoj a úskalí*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2284-9.
- [13] JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*, Vyd. 1. Praha: Portál, s. r. o., 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- [14] KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V. *Člověk – prostředí – výchova*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2.
- [15] KUBÁLKOVÁ, P. *Gender a média: odstraňování genderových stereotypů v médiích – možnosti a výzvy!*. Č. 3. Proequality, 2009. [online] cit. 10.2. 2011. Dostupný z WWW: <<http://www.proequality.cz/publikaceII.html>>
- [16] KUBÁLKOVÁ, P., KUNDRA, L. *Gender a aktivní otcovství: legislativní možnosti podpory aktivního otcovství – doporučení úprav pro ČR*. Č. 1. Proequality, 2009. [online] cit. 10.2.2011. Dostupný z WWW: <<http://www.proequality.cz/publikaceII.html>>
- [17] LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*, 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-195-X.
- [18] LAUDER, S. Nové slabší pohlaví. *Respekt*. 2007, roč. XVIII, č. 44, s. 38 – 41.
- [19] MAŘÍKOVÁ, H. Aktivní či pečující otcové: teoreticko-empirická analýza. *Rodinná politika: rodičovská a mateřská v kontextu sladování rodinného a pracovního života a rovných příležitostí žen a mužů*. Praha: Gender studies, o. p. s., 2010. [online] cit. 28. 3.2011. Dostupný z WWW: <http://aa.ecn.cz/img_upload/8b47a03bf445e4c3031ce326c68558ae/Rodinna_politika.pdf>
- [20] MAŘÍKOVÁ, H., *Mateřství a otcovství. ABC feminismu*. Brno: Nesehnutí, 2004. Dostupný také z WWW: <<http://zenskaprava.ecn.cz/>>. ISBN 80-903228-3-2.
- [21] MATĚJČEK, Z. *O rodině vlastní, nevlastní a náhradní*. Praha: Portál, 1994. ISBN 80-85282-83-6.

- [22] MATOUŠEK, O. *Rodina jako instituce a vztahová síť*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1993. ISBN 80-901424-7-8.
- [23] McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. Praha: Portál, s. r. o., 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- [24] OAKLEYOVÁ, A. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál, s. r. o., 2000. ISBN 80-7178-403-6.
- [25] RENZETTI, C., CURRAN, D. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0525-2.
- [26] STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Vyd. 1. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.
- [27] SUCHÝ, A. Muži močící v sedě. *Psychologie dnes*. 2010, roč. 16, č. 9, s. 20 – 23.
- [28] SUCHÝ, A. Ohrožený druh: otec. *Psychologie dnes*. 2010, roč. 16, č. 9, s. 23 (Del Zkráceno z pořadu Hovory o vztazích, který pro Český rozhlas 6 připravila Eva Labusová a který si lze poslechnout prostřednictvím zvukového archivu na www.sestka.rozhlas.cz)
- [29] WARSHAK, R. *Revoluce v porozvodové péči o děti*. Praha: Portál, 1996. ISBN 80-7178-089-8.
- [30] ZOJA, L. *Soumrak otců: Archetyp otce a dějiny otcovství*. Vyd. 1. Praha: Prostor, 2005. ISBN 80-7260-145-8.

Seznam použitých symbolů a zkratk

Apod. A podobně

Atd. A tak dále

LOM Liga otevřených mužů

Např. Například

Příp. Případně

Resp. Respektive

RTV Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Tj. To jest

Tzn. To znamená

Tzv. Takzvaně

Vs. Versus

ZOO Zoologická zahrada

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1	Tři fotografie otců se svými dětmi z cyklu „Mých 9 fotek“	58
Obrázek 2	Reklamní fotografie na mýdlo Dove Men + Care	58
Obrázek 3	Ukázky reklamních fotografií z časopisu Betyňka	71
Obrázek 4	Reklama na Nutrilon	72
Obrázek 5	Reklama na deskové hry Albi	76
Obrázek 6	Ukázky reklamních fotografií z časopisu Rodiče	76
Obrázek 7	Reklama na povinné ručení (Direct)	79
Obrázek 8	Reklamní fotografie automobilů (Škoda auto a Mercedes Benz).....	80

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Témata fotografií – v časopise Děti a my	63
Tabulka 2	Témata fotografií – v časopise Betynka.....	70
Tabulka 3	Témata fotografií – v časopise Rodiče	75

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI: Kódy obsahových sdělení

Příloha PII: Dopis zaslaný redakcím časopisů

Příloha PIII: Dotaz umístěný na facebook LOM

PŘÍLOHA P I: KÓDY OBSAHOVÝCH SDĚLENÍ

Obsahová analýza textu časopisů je zpracována podle následujících obsahových kódů:

- titulní strana časopisů,
- témata článků,
- obsah fotografií,
- reklamy,
- jiné.

PŘÍLOHA P II: DOPIS ZASLANÝ REDAKCÍM ČASOPISŮ

Vážená redakce,

jsm studentkou Fakulty humanitních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Studuji obor sociální pedagogika a píše diplomovou práci na téma Obraz otcovské role v médiích. Praktickou část mojí práce tvoří obsahová analýza časopisů pro muže i časopisů pro ženy, ve které se snažím zjistit, jakým způsobem je téma otcovství v současné době prezentováno a s jakými konkrétními tématy je spojováno v různých časopisech.

V návaznosti na diplomovou práci by mne zajímalo, zda Váš časopis provádí průzkum – sběr dat, jaká témata čtenáře zajímají a zda zahrnují i otcovství, příp. zda Váš časopis někdy uvedl článek na dané téma.

Pokud je to možné (informace budou použity pouze pro studijní účely), prosím Vás o zaslání témat, která Váš časopis preferuje a sdělení, zda ve Vašem časopise někdy vyšel článek, který by obsahoval téma otcovství.

Předem Vám děkuji za odpověď.

S přáním krásného dne

Jana Vrátníková Butorová
studentka FHS Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

Dopis byl odeslán emailem na emailové adresy analyzovaných časopisů:

pavel.safr@reflex.cz

redakce@respekt.cz

denisa.proskova@burda.cz

deti@portal.cz

redakce@rodice.com

formen@mf.cz

redakce@jenpromuze.cz

PŘÍLOHA P III: DOTAZ UMÍSTĚNÝ NA FACEBOOK LOM

Dobrý den, jsem studentkou Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a píši diplomovou práci na téma Obraz otcovské role v médiích. Chtěla bych vás požádat (jako muže), zda by jste mi mohli napsat, kde získáváte informace o výchově dětí a rodině a zda pro vlastní obohacení využíváte i časopisů. Pokud ano, zajímalo by mne, které tituly čtete. Jinak vám moc fandím a vážím si každého muže, který se nebojí hledat sám sebe.

Umístěno 22. března 2011

Reakcí: 0