

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Děti a média – analýza dívčích časopisů

Kateřina Čáslavová

Bakalářská práce

2013

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická  
Akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina Čáslavová**  
Osobní číslo: **H10173**  
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**  
Studijní obor: **Komunitní studia**  
Název tématu: **Děti a média - analýza dívčích časopisů**  
Zadávající katedra: **Katedra sociálních věd**

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

Práce bude kompilací odborných poznatků, které se zabývají problematikou chování čtenářek dívčích časopisů pubescentního věku, dále pak jazykem těchto časopisů a vývojem dívčí identity. Budou sem zahrnuty výsledky vlastního šetření provedeného na základních a středních školách. Toto šetření bude probíhat pouze u dívek a to pomocí metod kvalitativního a kvantitativního výzkumu (dotazník dle vlastní konstrukce, interview). Cílem práce je zjistit, jakým způsobem dívčí časopisy ovlivňují postoje (životy) svých čtenářek a jak se tímto liší od postojů dívek, které časopisy nečtou.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

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

Seznam odborné literatury:

**JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B.:** Média a společnost. Portál, Praha, 2003.

**JANOŠOVÁ, P.:** Dívčí a chlapecká identita - Vývoj a úskalí. Grada, Praha, 2008.

**BOURDIEU, Pierre.:** Nadvláda mužů. Karolinum, Praha, 1998.

**KADLECOVÁ, K.:** Dívky a girls podle českých dívčích časopisů: Jazyk, ideologie, publikum a jeho přístup. Bor, Liberec, 2007.

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Zuzana Hloušková**

Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2013**



prof. PhDr. Petr Vorel, CSC.  
děkan



Univerzita Pardubice  
L.S.  
Fakulta filozofická  
532 10 Pardubice, Studentská 94



Mgr. Zbyněk Andrš, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2012

**Prohlašuji:**

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré použité informační zdroje jsem uvedla v seznamu literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na mojí práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 27.1. 2013

Kateřina Čáslavová

**Poděkování:**

Děkuji vedoucí práce, Mgr. Zuzaně Hlouškové, za cenné připomínky, inspiraci, vstřícnost a za ochotu, se kterou mi pomáhala při psaní mé bakalářské práce. Dále děkuji dobrovolníkům, kteří se zúčastnili mého výzkumu a v neposlední řadě své rodině za emoční podporu.

V Pardubicích dne 27.1. 2013

Kateřina Čáslavová

**Anotace:**

Tato práce se věnuje vlivu dívčích časopisů na hodnotové postoje dospívajících dívek. Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a empirickou. Teoretická část čerpá z poznatků vývojové psychologie, genderové problematiky, mediálních studií a životního stylu pubescentů.

V empirické části autorka použila kombinovanou metodu výzkumu. Výzkum byl zaměřen na dívky v pubescentním věku, tj. od 11 do 19 let. V kvantitativní části výzkumu se pomocí dotazníku dle vlastní konstrukce snaží potvrdit několik hypotéz, které si sama stanovila. Pro lepší porozumění autorka doplnila výzkum o kvalitativní část, v níž pomocí interview s pravidelnými čtenářkami získala hlubší informace. V závěru práce autorka vyhodnocuje výsledky obdržené od respondentů.

**Klíčová slova:**

*dospívající dívky, dívčí časopisy, gender, pubescence, konzumerismus, současná dívka*

**Annotation:****Children and media - analysis of girls' magazines**

This bachelor thesis is dedicated to the influence girls magazines on value statement of teenage girls. The thesis is divided on two parts – theoretical and empirical. Theoretical part draws from knowledge of evolutionary psychology, gender issues, media studies and lifestyle of pubescents.

In empirical part authoress used combined method of research. Research was focused on girls in pubescent age i.e. from 11 to 19 years old. In quantitative part of research thanks to questionnaires, according to her own design, she tries to confirm several hypothesis, which she established herself.

For better understanding authoress added qualitative part, which inside it she got deeper information thanks to interview. In the end of thesis authoress evaluate the results gathered from respondents.

**Keywords:**

*teenage girls, girls magazines, gender, pubescent, consumerism, contemporary girl*

## Obsah:

<b>1. ÚVOD</b> .....	10
<b>2. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	12
2.1. <u>Období dospívání</u> .....	12
2.1.1. Pubescence.....	13
2.1.1.1. Tělesný vývoj.....	14
2.1.1.2. Kognitivní a emoční vývoj.....	15
2.1.2. Adolescence.....	17
2.1.2.1. Tělesný vývoj.....	17
2.1.2.2. Kognitivní a emoční vývoj.....	18
2.1.3. Budování dívčí identity.....	19
2.1.3.1. Vývoj genderové identity.....	19
2.1.4. Hodnoty dospívající mládeže.....	21
2.1.5. Mluva dospívající mládeže.....	22
2.2. <u>Gender</u> .....	22
2.2.1. Genderové stereotypy (tiskoviny, které slouží k útěku do feminního světa).....	23
2.2.2. Gender v médiích: časopisy.....	24
2.3. <u>Dívčí časopisy</u> .....	25
2.3.1. Historie dívčích časopisů (časopisů pro ženy).....	27
2.3.2. Dívčí časopisy na území ČR.....	28
2.3.3. Obsah dívčích časopisů.....	29
2.3.4. Jazyk dívčích časopisů.....	30
2.4. <u>Působení médií na mládež: působení časopisů na dospívající dívky</u> .....	31
2.4.1. Dívčí časopis: pomocník či škůdce? .....	34
2.4.2. Předčasné sexuální zkušenosti.....	35
2.4.3. Oběti tělesné krásy.....	36
2.4.3.1. Diety.....	38
2.4.3.2. Poruchy příjmu potravy.....	39
2.4.3.3. Psychické problémy.....	40
2.5. <u>Současná dívka: „Být IN“</u> .....	40
2.5.1. Jsem normální? .....	41
2.5.2. Konzumerismus: značková mládež.....	42

2.5.3. Přátelé na prvním místě.....	43
<b>3. VÝZKUMNÁ ČÁST.....</b>	<b>44</b>
3.1. Vymezení cíle výzkumu.....	44
3.2. Použitá metoda.....	44
3.3. Výzkumné otázky a stanovené hypotézy.....	44
3.4. Výzkumný soubor.....	48
3.5. Způsob zpracování dat.....	48
<b>4. VÝSLEDKY VÝZKUMU A JEJICH DESKRIPTICE.....</b>	<b>49</b>
4.1. Kvantitativní výzkum – výsledky dotazníkového šetření.....	49
4.1.1. <i>První otázka</i> – Existuje rozdíl mezi postojem pravidelné čtenářky dívčích časopisů a dívkou, která časopis čte jen ojediněle či vůbec? .....	49
4.1.1.1. <i>Základní informace o respondentkách</i> .....	49
4.1.1.2. <i>Jak často si dívka kupuje dívčí časopisy</i> .....	50
4.1.1.3. <i>Důvody, proč některé z dívek nečtou dívčí časopisy</i> .....	51
4.1.1.4. <i>Závislost mezi věkem dívek a čtením dívčích časopisů</i> .....	51
4.1.1.5. <i>Nejčtenější tituly pravidelných čtenářek</i> .....	52
4.1.1.6. <i>Nejčtenější dívčí časopisy</i> .....	53
4.1.1.7. <i>Důvody oblíbenosti dívčích časopisů</i> .....	54
4.1.2. Vyhodnocení hypotézy č. 1.....	54
4.1.3. <i>Druhá otázka</i> – Ovlivňují nějakým způsobem dívčí časopisy tělesný vzhled dospívajících dívek?.....	55
4.1.3.1. <i>Spokojenost dívky se svým tělem</i> .....	55
4.1.3.2. <i>Diety z dívčích časopisů</i> .....	55
4.1.3.3. <i>Oblíbenost u kluků na základě čtení dívčích časopisů</i> .....	56
4.1.3.4. <i>Vztah s partnerem</i> .....	56
4.1.3.5. <i>Názor dívky na tělesný vzhled</i> .....	57
4.1.3.6. <i>Doprovodná otázka ke vzhledu respondentky</i> .....	58
4.1.4. Vyhodnocení hypotézy č. 2.....	58
4.1.5. <i>Třetí otázka</i> – Slouží dívčí časopisy svým čtenářkám jako únik do feminního světa? .....	59
4.1.5.1. <i>Vztah dívek k dívčím časopisům</i> .....	59
4.1.5.2. <i>Spokojenost s obsahem dívčích časopisů</i> .....	60
4.1.5.3. <i>Žádaná témata</i> .....	60
4.1.5.4. <i>Důvěra čtenářek v dívčí časopisy</i> .....	60



4.1.5.5.	<i>Fotoromány</i> .....	61
4.1.5.6.	<i>Dívčí idol</i> .....	61
4.1.5.7.	<i>Zdroje dívčích idolů</i> .....	61
4.1.5.8.	<i>Gender</i> .....	62
4.1.5.9.	<i>Časopis jako průvodce</i> .....	62
4.1.5.10.	<i>Možnost časopisu jako odreagování</i> .....	63
4.1.6.	Vyhodnocení hypotézy č. 3.....	64
4.1.7.	<b>Čtvrtá otázka</b> – Mají dívčí časopisy natolik silný vliv na své čtenářky, že myšlenky z dívčích časopisů přenášejí do svého reálného života? .....	65
4.1.7.1.	<i>Jazyk dívčích časopisů – vysvětlení pojmů</i> .....	65
4.1.7.2.	<i>Používání pojmů z otázky č. 20 v běžné mluvě</i> .....	66
4.1.7.3.	<i>Sexuální zkušenosti</i> .....	67
4.1.7.4.	<i>Dívčí časopis jako rádce intimnosti</i> .....	67
4.1.8.	Vyhodnocení hypotézy č. 4.....	68
4.2.	Kvalitativní výzkum – výstupy z interview.....	68
4.2.1.	<i>Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?</i> .....	69
4.2.2.	<i>Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?</i> .....	69
4.2.3.	<i>Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?</i> .....	70
4.2.4.	<i>Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?</i> .....	70
4.2.5.	<i>Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech?</i> .....	70
4.2.6.	<i>Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?</i> .....	71
4.3.	Shrnutí výsledků.....	71
<b>5.</b>	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>73</b>
<b>6.</b>	<b>ZDROJE</b> .....	<b>75</b>
	Příloha č. 1 (dotazník)	
	Příloha č. 2 (přepisy rozhovorů)	

## 1. ÚVOD

*„Ženy přikládají větší důležitost své kráse než své inteligenci, protože muži bývají mnohdy hloupi, ale málokdy slepi.“*

Henry de Montherlant

Hned v úvodu jsem si dovolila uvést citát, jehož podstata je důležitým faktem, kterým se v mé práci zabývám. Z tohoto citátu vyplývá, že pro ženy je typickým znakem krása a pro muže fakt, že jsou krásou žen často oslepeni a vnitřní kráse nepřikládají takový význam. Proto lze říci, že se jedná o genderové stereotypy.

Zájem o genderová témata u nás začal přibližně v 2. polovině devadesátých let 20. století, který byl vyvolán zejména demokratizací naší společnosti. I přesto, že v posledních letech zájem o odbourání genderových stereotypů neustále roste, není možné, aby tyto rozdíly vymizely zcela úplně. Je důležité začít u nejmladší generace, která by měla pochopit podstatu těchto faktů a začít je alespoň částečně odstraňovat. To se ale neděje. Jedním z největších propagátorů těchto hodnot jsou média, a proto jsem se rozhodla věnovat se v mé práci alespoň dílčím tématům této problematiky. Zaměřila jsem se na tiskoviny, konkrétně na dívčí časopisy, které dívkám slouží jako návod, jak uniknout do feminního světa. Tyto tiskoviny ve velké míře přispívají k vytváření genderové identity. Dívčí časopisy jsou ve své podstatě významným socializačním faktorem, neboť poskytují konkrétní model feminního světa a upevňují tak genderové stereotypy v naší společnosti. Slouží dívkám jako průvodce a rádce v jejich těžkém životním období, a to dospívání. Dívkám, které prochází obdobím nečekaných fyzických a psychických změn tak nabízí určitý vzor, jak se k těmto změnám chovat. Pubescentky se snaží odpoutat od světa dětí a připodobnit se světu dospělých. Uvědomují si ale dívky, že svět, který je v dívčích časopisech, nepředstavuje reálnou skutečnost, ale pouhý ideál? Uvědomuje si společnost, že dívkám mohou takovéto bludné články a rady uškodit? Položila jsem si proto otázky, které se staly cílem v mé práci. Jakým způsobem dívčí časopisy ovlivňují hodnotové postoje svých čtenářek a jak se tímto liší od dívek, které časopisy nečtou? Zda se dívky k radám z dívčích časopisů nechávají ovlivňovat, nebo k nim přistupují spíše kriticky?

Má práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a metodologické. V teoretické části se opírám o odborné poznatky z genderové problematiky, vývojové psychologie a studii médií. V metodologické části jsem se zabývala konkrétním výzkumem pomocí kvalitativní obsahové analýzy. Prostřednictvím dotazníkového šetření jsem zjišťovala, jak jsou dívky dívčími časopisy ovlivňovány. Do závěru mé práce jsem zařadila interview s některými respondentkami, kterým jsem rozvedla již zjištěné závěry z dotazníkového šetření. Interview mi pomohlo získat lepší vhled do zkoumané problematiky.

Na katedře sociálních věd toto, ani jiné podobné téma, doposud nebylo publikováno. Proto mi přišlo vhodné pokusit se do této problematiky alespoň z části vnést a zjistit, jaký postoj zaujímají čtenářky k dívčím časopisům. Zmíněnému tématu se doposud věnovalo jen několik autorů, ale nikdy se nejednalo o práci s genderovým zaměřením.

## 2. TEORETICKÁ ČÁST

### 2.1. Období dospívání

Období dospívání představuje velký zlom mezi dvěma důležitými a v podstatě i klidnějšími fázemi života. Dospívající už není dítětem, není ale ani dospělým. Hra je pro něj moc dětinská, ale svět práce je pro něj ještě uzavřený. Pořád je ještě závislý na rodičích, musí je tedy poslouchat, ale nejraději by vzal život do svých rukou a řídil se vlastním rozumem. Můžeme tedy říci, že dospívající se nachází na rozcestí a neví, jakou nohou má vykročit. Někteří jedinci udělají tyto kroky dříve, druzí si dávají na čas. Proto je v tomto období důležité rozlišit dívky, které většinou udělají první krok dříve a chlapce, kteří do období dospívání vstupují až později. Nelze je tedy házet do jedné krabičky, protože se jejich vývoj v mnoha ohledech liší.

Období dospívání, vzrůstání do světa dospělých, je jednou z nejobtížnějších fází života. Jedná se o kritické období, především pro dívky, kdy je doprovází velké tělesné i kognitivní změny, s nimiž je spojeno hledání vlastní identity ve světě dospělých. Dívky se tak stávají mladými ženami. Carr-Gregg a Shale ve své knize zmiňují: „*Pro dívky je dospívání něco jako jízda na toboganu, která trvá od dětství k dospělosti a nikdo nemůže vystoupit, dokud jízda není u konce*“ (Carr-Gregg, Shale, 2010, s. 9).

Být rodičem dospívající dívky není jednoduchý úkol. Většina dívek se proti rodičům bouří, nerespektuje jejich pravidla a podléhá okolním vlivům svých přátel, vzorů, vrstevníků či mediální propagace. Být dospívajícím znamená mít soukromí, nezávislost a postavení dospělých. Jejich největší touhou je láska, respekt a přijetí své rodiny (Carr-Gregg, Shale, 2010).

Rodiče dospívající dívky často nemají pochopení pro její chování a funguje zde zpětná reakce, kdy ani rodiče nerespektují dívčin názor. Vzhledem k tomu, že sama dívka ještě neumí vyjádřit, kdo vlastně je a co chce, ukazuje se v okolním světě spíše v negativním světle. Teprve když si teenagerka vyjasní otázku vlastní identity, hledá nová řešení a nové možnosti. Začíná tak dlouhá cesta životním dobrodružstvím.

Carr-Gregg a Shale ve své knize uvádí, že dospívání je dlouhý a složitý proces, proto je nutné, rozdělit ho do menších úseků. Adolescenty tedy můžeme dělit podle jejich fáze dospívání: do raného, středního a pozdního období. První fáze, raná, bývá označována jako pubescence. Druhá fáze, střední, představuje pouhý mezník mezi pubescencí a třetí fází. Ta je potom označována jako adolescence. Mladí lidé často hledají odpovědi na tři velké otázky, které se týkají jejich proměn během dospívání.

- V pubertě se snaží najít odpověď na otázku: „Jsem vůbec normální?“

- V přechodu mezi pubertou a adolescencí chtějí vědět: „Kdo vlastně jsem?“
- Ve fázi adolescence se ptají: „Jaké je moje místo ve světě?“ (Carr-Gregg, Shale, 2010)

Zodpovězení těchto otázek je pro adolescenty nesmírně důležité. I přesto, že si tyto otázky ani nemusí uvědomovat, jejich psychika se na ně neustále soustředí. Je důležité, aby se tito mladí lidé zaměřili na současné potřeby, které by měli akceptovat i rodiče a lidé jejich blízkého okolí. Díky tomu si adolescenti dokáží zodpovědět otázky, které je v tomto věku pronásledují. Pokud by tomu tak nebylo, mohlo by dojít k poruše osobnosti a k problémům, které se týkají vyjadřování jejich myšlenek, názorů a citů.

Období dospívání představuje dobu mezi dětstvím a dospělostí. Obecně lze říci, že se jedná o období mezi 10. a 20. rokem. V této dekádě života se komplexně mění celá osobnost, ať už se jedná o somatickou, psychickou či sociální oblast. Spousta změn, které jsou biologicky podmíněny, ovlivňují psychické i sociální faktory. Tyto faktory jsou s nimi společně ve vzájemné interakci. Průběh dospívání je závislý na mnoha podmínkách. Jedná se o podmínky kulturní a společenské, ze kterých vyplývají určitá očekávání společnosti ve vztahu k dospívajícím. Dospívání představuje specifickou etapu života. Tato etapa má spoustu typických znaků a svůj objektivní i subjektivní význam. V tomto období začínají dospívající svět vidět z jiné perspektivy a snaží se zapadnout do světa dospělých. Přehodnocují své názory, snaží se zvládnout vlastní proměnu a dosáhnout přijatelného sociálního postavení. Jejich identita se mění ve zralejší formu (Vágnerová, 2005).

### 2.1.1. Pubescence

Dlouhé hodiny trávení v koupelně, zabouchávání dveří, samota, to vše by se dalo popsat jako reakce dívek na jejich pubescentní proměnu. Dívky díky tomuto období prožívají jednu z nejtěžších fází svého života. Není tedy divu, že je přitahuje soukromí, kde zkoumají každý záhyb svého těla – chloupek, vlas, pihu, či pupínek. Jak už zmiňují v předchozím textu, v pubescenci si dívky kladou otázku, zda jsou vůbec normální? Pubescentky se za každou cenu snaží připodobnit svým přátelům a vrstevníkům. Pokud by se v tomto případě dívka snažila prosadit individualitu, tzn. jakékoliv vnější, či vnitřní odlišení, nebyla by v kolektivu považována za „normální“.

Období pubescence a rysy, které jsou s ní spojeny, představují náročné období nejen pro děti, ale i pro jejich rodiče. Zatímco v osmi či deseti letech dívky disponují naprostou pohodou a jsou sebejisté, ve třinácti nebo čtrnácti letech z nich ostatní mohou

cítit nejistotu a zmatek. Jejich příčinou nebývá okolí, přátelé ani rodiče, ale nová životní role, s níž se momentálně snaží ztotožnit (Preuschoff, 2007). Toto si ale dívky vůbec neuvědomují. Jsou přesvědčené, že ony jsou ty „hlavní, rozumné a správné“ a že vina jejich problémů spočívá v jejich blízkém okolí – rodičích, sourozencích, přátelích apod. Svět se jim totiž v momentální dobu zhroutil, jejich představy o životě jsou pryč, proto musí pubescentky začít etapu života od úplného začátku.

Vágnerová se domnívá, že veškeré změny, které dospívání doprovázejí, vedou ke ztrátě staré jistoty a snaží se ve světě dospělých najít nové. V období dětství byly dívky závislé a vázané na rodinu, ale nyní je zřejmé, že toto období nabízí spoustu změn a je nutné změnit charakter této vazby (Vágnerová, 2005).

Období pubescence není jednoduché vymezit, a proto se také v různých publikacích liší. V mé práci budu vycházet z dělení Vágnerové, kdy raná adolescence, označována jako pubescence, zahrnuje prvních pět let dospívání, tj. přibližně mezi 11. – 15. rokem s určitou individuální variabilitou (Vágnerová, 2005, s. 323).

„Podle Preuschoffa pochází pubescence neboli „puberta“ z latinského „pubertas“, což znamená pohlavní dospělost. Kořen slova je příbuzný s latinským slovem „pubes“, které označuje ochlupení genitálií“ (Preuschoff, 2007, s. 110).

#### 2.1.1.1. Tělesný vývoj

Období pubescence je zejména pro tělesný vývoj důležitý biologický mezník. Tělesný vývoj totiž představuje nejnápadnější změnu, která je dále spojena s pohlavním dozráváním. Změna zevnějšku nepůsobí jen na dospívajícího, ale i na jeho okolí. Toto zrání je stimulem pro další změny, na které musí být jedinec dobře připraven, tzn., že má předpoklady pro rozvoj dalších kompetencí, potřebných pro další životní éru (Vágnerová, 2005).

Dívky i chlapci tyto změny prožívají s velkou intenzitou. Prožívání dívek je ale ještě silnější, jejich tělesné změny jsou totiž nápadnější. Dalším faktem je to, že chlapci dospívají později. Proto se dívky v pubescentním věku snaží zalíbit starším chlapcům, myslí si, že jsou zralejší a tím pádem i chápavější. Vzhled zde hraje také důležitou roli, dívky se snaží vyzdvihovat své přednosti a potlačit své vzhledové nedostatky. Tělesné změny ale vždy nemusí představovat úspěch. U mnoha dívek může dojít k tomu, že nepřijmou své tělo a dochází tak k různým poruchám vlastní osobnosti. Díky tomu se mohou stát terčem posměchu.

Vágnerová ve své knize zdůrazňuje, že tělesné změny zaujímají u pubescentů důležité místo, a proto vzrůstá i jejich subjektivní názor. Ten se v dospívání kromě změny emočního vývoje zaměřuje především na vlastní tělo, které přitahuje jeho pohled. V době dospívání se především dívky o svůj vzhled zajímají více než o cokoli jiného (Vágnerová, 2005).

Jak vlastně tělo dítěte pozná, že je připraveno k tolika změnám? Proč se puberta dostaví u některé dívky dříve, u jiné zase později? Preuschoff přikládá velký význam tělesné hmotnosti. „Asi při váze 38 – 43 kilogramů tělesné hmotnosti hormonální systém signalizuje, že je čas začít s přeměnou dívky v ženu“ (Preuschoff, 2007, s. 110). Váha dospívajícího předává signál hormonům. Různé druhy hormonů pak způsobují další rozvoj osobnosti, např. „steroidní hormony přinášejí v pubertě rozvoj mozku, dívčí tělo se zaobluje a roste, pociťuje dospělou sexuální rozkoš a touhu a hledá sexuální uspokojení“ (Preuschoff, 2007, s. 110).

Všeobecně lze tedy říci, že fyzický vzhled je důležitou součástí dospívající osobnosti a je v dnešním světě potřebný pro udržení sociální pozice. Společnost očekává zejména od dívek, že své tělesné změny budou akceptovat a přidají se do určitého sociálního standardu. Proto může u dívek docházet k přejímání současných vzorů krásy.

#### 2.1.1.2. Kognitivní a emoční vývoj

Emoční a kognitivní vývoj nepředstavuje tak nápadnou změnu, jako tomu bylo u tělesných změn. To ale nemění nic na tom, že by ztrácel na své významnosti, ba naopak, je velmi složitý a často dospívajícím přináší velké trable. Citové stavy beznaděje, časté výkyvy nálad, záchvaty smíchu či naopak záchvaty zoufalství, to všechno patří mezi typické znaky pubertální dívky. Jsou totiž v tomto věku nepředvídatelné. Dospívající dívky si často neví rady se svou identitou, proto se jeden den mohou chovat jako dospělé, ale druhý den se vrací do světa dětí (Carr-Gregg, Shale, 2010).

V rámci tohoto vývoje se výrazně mění i způsob myšlení dospívajícího. Dokáže přemýšlet v různých variantách a představit si řešení, která reálně neexistují. Dospívání je dále charakteristické změnou citové vázanosti od rodičů k přátelům či k první lásce. Odpoutání od rodiny pubescentovi přináší navázání silných pout s jeho vrstevníky. Vzhledem k tomu, že se dospívající chtějí přiblížit světu dospělých, snaží se zároveň odlišit od skupiny dětí. To přináší např. specifickou úpravu zevnějšku, odlišný životní styl a jiné zájmy (Vágnerová, 2005).

### *Kognitivní vývoj*

„Kognitivní vývoj je výsledkem interakce zrání a učení“ (Vágnerová, 2005, s. 332). Pokud jsou v dostatečné míře naplněny oba procesy, může pubescent dále rozvíjet své poznávací procesy. Velkou změnou ve vývoji myšlení je jiný způsob uvažování, který přesahuje konkrétní realitu. Ta je pro děti mladšího věku typická. Dospívající se učí uvažovat v alternativách a snaží se pochopit fiktivní realitu, jako např. co by se stalo, kdyby....? Rozdíly, které přetrvávají mezi prepubertálními dětmi a dospívajícími, lze shrnout do několika bodů (Vágnerová, 2005):

- Dítě neuvažuje o alternativě, ale snaží se alespoň pochopit svět, jaký je.
- Dospívající chápe, že realita je pouze jednou z možností. Umí přemýšlet o věcech, které reálně neexistují a systematicky si je zařadit do různých kategorií.

U dospívajících dochází i k mnoha dalším změnám myšlení. Dospívající jsou velice kreativní a dokáží se svými úvahami velmi dobře experimentovat. Jejich rozvoj kombinačního myšlení jim umožňuje uvažovat o různých aspektech. Dále se rozvíjí i logické myšlení, které se projevuje zakomponováním různých výsledků do určitého celku (Vágnerová, 2005).

### *Emoční vývoj*

Emoční vývoj představuje jednu z nejtěžších zkoušek dospívání. Díky hormonální proměně, s níž je dospívání spojeno, se mění citové prožívání. Projevuje se velkým kolísáním emocí. Dospívající často reaguje na dříve normální situace podrážděně, přecitlivěle nebo s výsměchem. Staré citové vazby, především k rodině, se mění na jiné a stabilní (Vágnerová, 2005). Když jsem se zeptala jedenáctileté dospívající dívky, jestli na sobě cítí od předešlých let nějaké emocionální změny, odpověděla mi: *„Nejsem si jistá, od kolika let jsem tak přecitlivělá, ale poslední dobou se často doma hádám s mamkou. Když se rozhádáme, dost často se rozbřečím, přitom se mi to nikdy nestávalo. Nebo třeba filmy. Nikdy jsem u nich nebrečela, ale teď se často rozbřečím, ani nevím proč.“* To nám tedy dokazuje, že dospívající je zmaten a reaguje na různé situace s větším projevem emocí, než tomu bylo doposud.

Dospívající reagují na tyto situace nepřiměřeně, ale většinou toto chování má krátké trvání a je velice proměnlivé. To jen dokazuje, že je těžké odhadnout, jak se dospívající zachová příště (Vágnerová, 2005).



Díky těmto faktům lze říci, že to rodiče dospívajících dětí nemají vůbec jednoduché. Pubescenti procházejí obdobím změn a zkoušek. Je potřeba brát jejich proměny jako pozitivní fakt a jako „něco“, co je přeneseno do světa dospělých. Trpělivost je zde na pravém místě.

### 2.1.2. Adolescence

Adolescence – přesně tak, dospívání ještě není zcela u konce. Jedná se o druhou fázi dospívání, kdy se tělo a psychika jednotlivce stále ještě vyvíjí. Adolescenti si pokládají otázky, kdo vlastně jsou a jaké je jejich místo ve světě. Na rozdíl od pubescentů působí adolescenti mnohem vyrovnaněji, takže nad těmito životními otázkami více přemýšlejí. Jejich vnější vzhled jim už nepůsobí takové rozpaky a jejich identita se začíná vyvíjet jedním směrem.

Období adolescence neboli pozdní období, navazuje na ranou fázi, proto není jednoduché vymezit její hranice. Vágnerová ve své knize uvádí, že se jedná o hranici mezi 15. a 20. rokem. Samozřejmě není pochyb, že i zde existuje určitá variabilita, která úzce souvisí s psychickým a biologickým vývojem. Stěžejním mezníkem této fáze se stává ukončení profesní přípravy a tedy i změna sociálního statusu. Pozdní adolescence představuje důležitou fázi pro upevnění společenské pozice (Vágnerová, 2005).

„Druhá fáze dospívání je zaměřena na hledání a rozvoj vlastní identity, která by byla subjektivně přijatelná a alespoň částečně odpovídala představám adolescenta“ (Vágnerová, 2005, s. 325). Adolescentovi nejvíce pomáhá se sebepoznáním jeho vrstevnická skupina. V této fázi se jedinec aktivně snaží o seberealizaci a o první možnost ovládnout vlastní život. Společnost dává adolescentovi určitý čas, aby mohl naplnit své cíle a osamostatnil se tak, jak to daná společnost vyžaduje. Tato povinnost připadne na každého jedince a právě to bývá častým zdrojem napětí. Společnost škatulkuje všechny adolescenty do jedné krabičky a už si neuvědomuje, že tempo biologického, psychického a sociálního vývoje je odlišné. Proto nelze dospělost jednoduše definovat a vymezit (Vágnerová, 2005).

#### 2.1.2.1. Tělesný vývoj

V první fázi dospívání je pro jedince tělesný vývoj velmi důležitý a ani v pozdní adolescenci na svém významu neztrácí. Jediný výrazný rozdíl je to, že v pubescenci je jedinec ze svého těla na rozpacích, ale později spokojenost s vlastním vývojem vzrůstá. Adolescent už ví, jak se svým tělem zacházet a proto se s ním častěji zabývá. V dnešní

společnosti je na jedince kladen vysoký sociokulturní standard, který podporuje fyzickou krásu a „věčné“ mládí. Proto často dochází k porovnávání vlastního těla s ostatními adolescenty či dokonce se světovými ideály krásy. Pokud je jedinec se svým vzhledem spokojen a odpovídá určité úrovni současné krásy, často vzhled slouží jako opora a zvyšuje jeho sebevědomí. Tato tendence je typická především pro dívky (Vágnerová, 2005). Vzhled jako opora ale neplatí u každého jedince. Spousta adolescentů upravuje své zevnějšky tak, aby schovali svou pravou identitu. Oblékání je totiž nejlepší způsob vyjádření, jakým se dospívající člověk prezentuje svému okolí a vyjadřuje tím, jaký by ve skutečnosti chtěl být.

#### 2.1.2.2. Kognitivní a emoční vývoj

##### *Kognitivní vývoj*

Jak už jsem zmiňovala v předešlé kapitole, při dospívání dochází u jedince k velkým změnám myšlení a uvažování. Vágnerová zastává tvrzení, že u pozdní adolescence se způsob myšlení zásadně nemění, dochází pouze k dalšímu rozvoji. Nejvíce se u adolescentů rozvíjí používání formálních operací, které se díky procvičování, upevňování a hromadění nových zkušeností zdokonalují. Dalším typickým znakem kognitivního vývoje u pozdní fáze dospívání je flexibilita myšlení. Adolescenti dokáží velmi dobře hledat nová řešení a přizpůsobit se daným podmínkám. Za to vděčí nedostatku zkušeností, které by jedince omezovaly přemýšlet a vyvodit běžná řešení. Na druhou stranu bývají řešení adolescentů velmi radikální, někdy zbrklá a necitlivá. Starší jedinci se vždy snaží hledat logicky správné řešení a vžít se to dané situace. Negativním znakem jejich uvažování je odmítání zkušeností jiných lidí, ať už rodiny, přátel či spolupracovníků (Vágnerová, 2005).

##### *Emoční vývoj*

Velmi důležitým rozdílem v emočním vývoji rané a pozdní fázi dospívání je stabilizace prožívání. Starší adolescenti jsou v tomto smyslu mnohem stabilnější, nedochází u nich k časté náladovosti a citové labilitě. Vágnerová ve své knize zmiňuje, že: „důvodem je hormonální vyrovnání a adaptace organismu na pohlavní dospělost“ (Vágnerová, 2005, s. 343). Adolescenti se dostávají do emočního stereotypu, kdy už neobjevují tolik nového a původní nadšení z vlastního těla a celkové proměny odeznívá (Vágnerová, 2005). Macek ve své knize uvádí: „Tuto fázi lze označit jako „období vystřízlivění“ signalizující nástup realismu mladé dospělosti“ (Macek, 1999).

Díky těmto faktům lze říci, že pozdní fáze dospívání hraje nezastupitelnou roli. Nejdůležitějšími znaky, které charakterizují pozdní adolescenci, jsou upevňování způsobu myšlení, stabilizace emočního vývoje a upevňování sociokulturního postavení ve společnosti. Díky těmto proměnám se adolescent přesouvá z dětských let do let rané dospělosti a získává tím tak svou nezávislost.

### 2.1.3. Budování dívčí identity

Budování identity je jedním z nejdůležitějších úkolů, se kterým se mladé adolescentky potýkají. U chlapců tento proces není tak výrazný, ale přesto si dívky i chlapci kladou velmi důležité otázky, které se týkají nalezení jejich vlastní identity. U dívek se jedná především o to, jak je vidí druzí a jaká by dívka v budoucnosti vlastně chtěla být (Preuschoff, 2007).

Vágnerová definuje rozvoj identity jako „dynamický proces experimentace, volby a integrace různých složek sebepojetí i představ o vlastní osobnosti“ (Vágnerová, 2005, s. 402). Všechny proměny, které prodělá dospívající jedinec, mají svůj význam. Tyto proměny způsobují ztrátu původní identity. Jedinec se poté snaží najít svůj nový smysl ve světě a získat tak odpovídající sociokulturní status dospělého. Utváří si tedy novou identitu, která jedinci umožní lepší začlenění do společnosti a pochopení sebe samého (Vágnerová, 2005).

#### 2.1.3.1. Vývoj genderové identity

Proces dospívání představuje jednu z nejdůležitějších fází, v níž se formuje genderová neboli rodová identita (Vágnerová, 2005). Většina lidí zná genderovou identitu spíše pod pojmem „ego“. Rodovou identitu můžeme charakterizovat jako vnitřní stránku lidské osobnosti, která je dotvářena genderovými atributy. Mezi tyto atributy patří ty, se kterými se jedinec ztotožňuje a charakterizuje je jako své vlastní, např. seberealizace, sebepojetí, sebevyjádření apod. Ačkoliv se jedinec s atributy ztotožňuje, nemusí se vždy projevit navenek. Jednou ze zvláštností je to, že se jedinec ztotožní s vlastnostmi, které podle celospolečenského pojetí nesouhlasí s jeho biologickou identitou, tzn., že přejímá atributy od jedinců opačného pohlaví. To se ale stává jen zřídka kdy (Janošová, 2008).

Proces utváření vlastní identity neprobíhá u dospívajících jedinců jednotně a vyvíjí se různými způsoby. Největší rozdíly lze pochopitelně najít mezi dvěma velkými skupinami, a to jsou dívky a chlapci. U těchto skupin jsou odlišnosti nejvíce znatelné.

Dívky jsou v dospívání vystaveny náročnějším zkouškám než chlapci. Nejtěžší změnu pro dívky představuje definitivní odpoutání od matky. Dívky tak ztrácejí původní vazbu a mají potřebu kompenzace. Nejlepší alternativou je pro ně navázání nového partnerského vztahu či nového přátelství. Absence takového vztahu může u dívek brzy vyústit v ohrožení osobnostního rozvoje (Vágnerová, 2005).

V období dospívání dochází k největšímu upevnění genderové identity, tzn. k upevnění role muže a ženy. Obě role jsou úzce spojeny se sociokulturními požadavky dané společností, např. role ženy je v mnoha společnostech zakořeněna jako nelákavá a jako ta, která je v mnoha aspektech omezována. Vzhledem k tomu, že u dívek dochází k dřívější zralosti, je od nich ze strany společnosti vyžadována větší zodpovědnost (Vágnerová, 2005). Denně můžeme od lidí slyšet názory, které potvrzují typické mužské a ženské role. Pokud se dívka bude chovat bujaře a projeví se její typické pubescentní znaky, společnost na toto chování bude nahlížet s opovržením. Spousta lidí si řekne: „Ta je ale drzá. Nemá žádné vychování. Copak se takhle chová dívka?“ Pokud by se takto projevil chlapec, společnost ho neodsoudí tak jako dívku. Dospívající chlapci jsou „typičtí“ svou sprostou mluvou, častými „rvačkami“ a neomaleným chováním. V naší společnosti se toto chování posuzuje jako „normální.“ Není tedy divu, že se dospívající dívky se svým tělesným vývojem a vlastní identitou tolik trápí. Díky tomu mají dívky omezenou svobodu, jak v rozhodování, tak např. v trávení volného času.

Za odlišnosti genderové identity, které se v průběhu dospívání objevují u chlapců a dívek, může především pohlavní a tělesné dospívání. Zatímco v dětství odlišnosti obou pohlaví nebyly tak nápadné, během dospívání se dívky a chlapci začali diferencovat v mnoha aspektech. Pro dívky je v tomto období stěžejní jejich vzhled, který často porovnávají s ideály krásy, zatímco chlapci se věnují spíše tomu, jak jejich tělo funguje. Proto bývají dívky ke svému tělu mnohem kritičtější. Dívky dospívají dříve než chlapci, a proto v nich jejich změny proporcí, především prsa a boky, mohou vyvolávat nejistotu. Dalším problémem je současný ideál krásy, který je v dnešní době prezentován štíhlou, nohatou modelkou bez stehů a boků. V období dospívání dívek se ale děje přesný opak. Dívky se zaoblují a většinou se zastaví na konečné výšce. Vágnerová ve své knize zmiňuje názor čtrnáctileté dívky, která o sobě říká: „*Nejvíc mi vadí, že jsem dost malá a tlustá, holky ve třídě jsou na tom líp*“ (Vágnerová, 2005, s. 423). Dospívající dívky si vůbec nepřipouští, že individuální rozvoj není nic špatného,

proto se raději drží většiny svých vrstevníků a snaží se jim co nejvíce připodobnit (Vágnerová, 2005).

Z těchto aspektů lze vyvodit, že vybudování vlastní rodové identity, je nesmírně důležité. Člověk musí se svým tělem v mnoha ohledech experimentovat a poté vyvodit nejlepší řešení, které jedince ukotví v určité sociokulturní roli. Důležité je, aby se dospívající s danou rolí ztotožnil a nebyl v rozporu s vlastním tělem.

#### 2.1.4. Hodnoty dospívající mládeže

Pojem „hodnota“ má mnoho významů a představuje tak jeden z nejproblematictějších pojmů v psychologii, sociologii, filozofii, ekonomice, matematice apod. Tento pojem má široké uplatnění. Já se ale zaměřím na hodnoty z psychologického hlediska. „V psychologickém pojetí se podle Vágnerové stává hodnotou to, co může uspokojit subjektivně důležitou potřebu. Hodnoty vytvářejí tzv. hierarchický systém, který spoluurčuje lidské chování za všech okolností“ (Vágnerová, 2010, s. 169). Hodnoty každého člověka se ale v průběhu života mění. Jsou subjektivní záležitostí a každý je vnímá jiným způsobem.

Každý člověk má svůj systém hodnot a podle něj se odvíjí jeho chování a pohled na život. Podle Vágnerové se do každého hodnotového systému jedince promítají i jeho potřeby, které jsou závislé na věku, pohlaví, vzdělání apod. Jedinci v období dospívání jsou svými hodnotami často zaskočeni a neumí je příliš regulovat. Nacházejí se v období změn, tzn., že i jejich hodnotový systém se bude čas od času měnit. Adolescenti mají často problémy s morálními hodnotami a nevědí, jak mají vnímat autoritu či řád. Dospívající lidé se nejdříve snaží utřídit svůj hodnotový systém a poté se snaží zorientovat se v okolním světě. Každý dospívající jedinec se v tomto období snaží najít místo ve společnosti, proto jsou jeho hodnoty nestabilní a často dochází ke změnám jeho preferencí. Mezi nejtypičtější hodnoty adolescentů jistě patří: potřeba mít partnera, potřeba být ve středu pozornosti, citové zázemí, potřeba být respektován apod. (Vágnerová, 2010).

V závěru lze tedy říci, že hodnotový systém je subjektivní záležitostí a pro dospívající mládež se jedná o velmi složitou záležitost. Adolescenti se snaží zorientovat se ve světě dospělých. Procházejí spoustou změn, se kterými se musí vypořádat. Jejich hodnotový systém je tedy nestabilní a často se jejich priority mění.

### 2.1.5. Mluva dospívající mládeže

Jazyk představuje nejdůležitější znak společnosti. Jedná se o kulturní výtvar, ve kterém se odrážejí hodnotové systémy, na nichž si daná společnost stojí. Jazyk je pro lidstvo velmi důležitý, skrze něj vnímáme a chápeme celý svět. To, co není pojmenováno, jako by vůbec neexistovalo. Jazyk je jedním znakem, který odlišuje různé národy, kultury, ale i sociální vrstvy a skupiny. Stejně tak se odlišuje jazyk dospívajících lidí. Jde o nápadné a intenzivní vyjadřování jejich názorů. Dospívající jsou ve své mluvě často dosti přímočaří a občas i bezohlední. Možná proto bývají často středem pozornosti pro starší generace. Tato mluva se u dospívající mládeže neobjevuje ojediněle, ale je charakteristickým znakem jejich pubescentního období, tj. přibližně od 11 do 19 let. Pubescentní vývoj s sebou přináší pozornost mládeže na sebe samé a toho se týká i jejich vyjadřování. Dospívající jedinci se svou mluvou snaží být co nejoriginálnější a snaží se pomocí své fantazie vytvářet nové termíny a pojmenování. Vzhledem k tomu, že dospívající mládež tráví většinu svého času v kolektivu, snaží se na sebe tímto upoutat pozornost. Je ale velmi důležité říci, že tímto specifickým jazykem mluví především mezi sebou, jinak se u nich takováto uvolněnost neprojevuje.

Pro lepší představivost jsem si dovolila uvést nějaké výrazy, které jsou mezi dospívající mládeží rozšířené. Opravdu se často jedná o příšerná nebo naopak roztomilá slova.

- „šrotit se“ = učit se
- „fočus“ = fotbal
- „zazobanec“ = člověk při penězích
- „dostat čočku“ = dostat vynadáno
- „čórovat“ = krást
- „vošéfovat“ = ohlídat si něco
- „vysmahni“ = odejdi
- apod. (Poznámky k mluvě mládeže, 2011 [online]).

## 2.2. Gender

Gender – slovo, které v české společnosti málokdo zná. Jeho celospolečenský význam ale ovlivňuje naše životy již od narození. Rozděluje muže a ženy do dvou konzervativních skupin a řídí tak naše chování, jednání, vlastnosti i hodnoty, které sdílíme. Zatímco pohlaví můžeme vnímat jako vrozené, u genderu tomu tak není.

Gender je konstruován společností, proto se tedy muž chová jako muž a žena se chová jako žena. Je nám ale tento status automaticky přidělen? Je to dáno výchovou a socializací každého jedince? Má člověk jako bytost jinou možnost výběru? Tyto stereotypy nelze odbourat ze dne na den. Jsou zakotveny hluboko v kořenech naší společnosti, ale společným úsilím se rovné příležitosti mezi mužem a ženou mohou stát realitou. Toto ale neplatí pro všechny společnosti na světě. Každý národ právě genderem vyjadřuje svůj stupeň společenského vývoje. Existují totiž národy, které si zakládají na svých tradicích a zvycích. Ty jsou potom konzervativnější k jakýmkoliv změnám, proto je u nich gender tak zřejmý.

Hned v úvodu této kapitoly je tedy potřeba definovat termín „gender“. Janošová ve své knize uvádí, že slovo „gender“ znamená v českém překladu „rod“ nebo „sociální pohlaví“ (Janošová, 2008). „Tento termín vyjadřuje rozdíly mezi muži a ženami, jejichž podstata spočívá v kulturních a sociálních vzorcích“ (Janošová, 2008, s. 40). Pokud dojde k interakci mezi dvěma lidmi, gender je to první, co člověk vnímá. Díky genderu si vytváříme představy o druhém člověku a přibližně víme, jak s dotyčným jednat a co od něj očekávat. I přesto, že gender neustále vstupuje do interakcí, lidé si ho nejsou vědomi. Biologické pohlaví je totiž dominantnější, proto si člověka spojujeme především s ním a máme určitá očekávání o jeho chování.

#### 2.2.1. Genderové stereotypy (tiskoviny, které slouží k útěku do feminního světa)

Jak už bylo zmíněno v předchozím textu, gender představuje kulturní a společenské rozdíly mezi mužem a ženou. Genderové stereotypy můžeme podle Janošové definovat jako apriorní (předem stanovené) představy o povahových rysech a způsobech chování, které neberou ohled na individualitu jednotlivců (Janošová, 2008). Může se jednat až o diskriminační představy, které vymezují pevné mužské a ženské role. Genderové stereotypy jsou v naší společnosti natolik zakotvené, že už malé děti vědí, co je od nich ve společnosti očekáváno. Od malička jsou dětem do hlavy podsouvány určité vlastnosti, které jsou „typické“ pro roli muže a ženy. Za typické vlastnosti muže lze uvést například agresivitu, dominantnost, odvážnost či citovou odolnost. U žen se zdůrazňuje především citlivost, laskavost, starostlivost a pečlivost. Tento příklad nám podporuje tvrzení, že genderové stereotypy se utvářejí v rodinách dětí a dále pravděpodobně i ve školách, kde jsou děti ještě z velké míry ovlivnitelné. Bylo by ale nesprávné tvrdit, že mezi ženami a muži neexistují žádné rozdíly, ale rozhodně by nebylo v pořádku zastávat názor, že pohlaví člověka předem určuje o jeho

vlastnostech a chování. Co je tedy správně? I přesto, že se dnešní společnost ve srovnání s minulostí snaží genderové stereotypy odbourat, tato nálepka zde zůstane ještě mnoho let.

Janošová má ale na genderové stereotypy vcelku pozitivní pohled. Ve své knize uvádí, že nám stereotypy pomáhají zorientovat se v sociálním světě. Zastává názor, že tento pohled nám ušetří čas i energii, kterou bychom potřebovali na skutečné poznání člověka. Díky stereotypům víme, nebo alespoň předpovídáme, jak se člověk v dané situaci pravděpodobně zachová a právě tímto chováním, které si člověk neuvědomuje, se ukotvují genderové předsudky (Janošová, 2008).

Závěrem bych dodala, že i přes silně zakořeněné genderové stereotypy a „škatulkování“ mužů a žen, pomalu dochází k genderové rovnosti. Jedním z nejučinnějších kroků by bylo zakotvit tuto rovnost na legislativní úrovni. Muži a ženy by poté měli stejné příležitosti a genderové „krabičky“ by se propojily v jednu společnou.

### 2.2.2. Gender v médiích: časopisy

Média – důležitá součást našeho každodenního života. Skrze ně každý den získáváme informace z okolního světa, mohou nám sloužit ke komunikaci, či jen pro zábavu. Média ale neslouží jen k těmto účelům, mají velkou moc a to v ovlivňování lidí a vytváření jejich představ. Ať už se jedná o tištěná, audiovizuální, či elektronická média, vždy v nás zanechají určitý pocit a občas zasadí lidem „brouka do hlavy“. Média totiž zdůrazňují typické genderové role, kdy divák může zpozorovat určitou pravidelnost zobrazovaných témat. I přesto, že se lidé domnívají, že získali neutrální a objektivní informace, jsou ale na omylu. Renzetti a Curran se ve své knize v tomto případě zmiňují o důležité roli v genderové socializaci (Renzetti, Curran, 2003).

Renzetti a Curran dále uvádí, že důležitým činitelem, který formuje mediální gender, je jazyk sdělení. Jazyk společně s médii nemá za úkol pouhé odrážení naší kultury a hodnot, ale sám je vytváří a formuje. Jejich strategií je používání sexistického jazyka, které propaguje výrobky v sexistických reklamách (Renzetti, Curran, 2003). Muži a ženy propagují výrobky podle svých schopností a společensky pevně zakotvených předsudků o vlastnostech a chování mužů a žen. Žena v reklamě nejčastěji zastává roli hospodyně, anebo zdůrazňuje ženskou krásu. Muže ale častěji uvidíme v roli kutilů, sportovců nebo vášnivých fanoušků alkoholických nápojů.



Lidé si myslí, že největší vliv z médií mají právě reklamy a televize. To ale nejsou jediní nositelé genderových stereotypů. Do této skupiny spadají také tiskoviny, a to především časopisy pro dívky a ženy. Pokud se jedná o denní tisk, zobrazuje nám informace pro širokou společnost. Takovému sdělení ale magazíny a časopisy nemají. Ty jsou zaměřeny na úzkou skupinu populace. Časopisy pro ženy jako jsou například *Žena a život*, *Vlasta*, či *Katka*, zdůrazňují ve svých článcích smysl pro rodinu a domácí práce. Tímto nám časopisy chtějí ukázat, co je typickou ženskou rolí a jaké místo v životě by žena měla zastávat.

Bylo tomu tak vždycky? S lehčím svědomím můžeme říci, že genderové stereotypy v tiskovinách se alespoň v určité míře odbouraly. Jak ve své knize uvádějí Věšíňová-Kalivodová, Maříková: „před rokem 1989 bylo mottem časopisů pro ženy - *povolání:žena*.“ Časopisy se v těchto letech zaměřovaly především na ruční práce a dále na vylepšení ekonomické situace rodiny. Například časopis *Vlasta* se zaměřoval na recepty, ruční práce, rady pro domácnost od starších a zkušenějších žen a jako svou specialitu uváděl příběhy úspěšných žen. Po roce 1989 došlo k velkým změnám v obsahu časopisů. Staré časopisy zanikaly a nové vznikaly. Měnila se skladba jejich článků a jednou z obecných tendencí tohoto vývoje bylo, že časopisy zdůrazňovaly jen určité prvky, které byly pro ženu či muže typické. Středem zájmů žen podle časopisů se místo žen hospodyněk stalo uspokojování partnera a rodiny (Věšíňová-Kalivodová, Maříková, 1999).

V dnešní době se tato dvě témata zkombinovala. Obsahem dnešních časopisů pro ženy či dívky jsou především rady starších a zkušenějších žen, radost být ženou, úspěšnost v partnerském stavu a estetické doplňky spojené s podporováním krásy žen.

### **2.3. Dívčí časopisy**

Dívčí časopisy jsou jedním z nejvyhledávanějších témat dospívajících dívek, které zaplňují český i zahraniční trh. V poslední době se dívčí časopisy dostávají i do zájmů odborné veřejnosti, starších sourozenců a rodičů čtenářek. V této kapitole se budu zabývat jazykem, který tyto časopisy užívají, obsahem a historií ženských a dívčích časopisů na českém trhu. Články, které jsou v těchto časopisech publikovány, jsou jedním z největších propagátorů konzumních hodnot a specifického ideologického potenciálu. Myslím, že většina české společnosti by se divila, jaký vliv tyto články mohou mít na jejich dospívající děti. Dívčí časopisy tvoří bludné představy o reálném světě, které si dívky jsou ochotny připustit. Kadlecová ve své knize doslova píše, že

dívčím káží, jak se mají chovat, jak vypadat, jak se interagovat se společností, což je posléze může ovlivňovat i v dospělosti (Kadlecová, 2007, s. 7). Nejsledovanějšími tématy dívčích časopisů jsou fyzická krása, štíhlá postava a udržení či získání „kluka snů“. Pokud je dívka či mladá žena ochotna naslouchat názorům těchto článků, mohou jí pak tato témata doprovázet celý život. Pro mnohé dívky mohou rubriky v dívčích časopisech symbolizovat vstup do ženství. Pokud dospívající dívka v pravidelné době odebírá nějaký z dívčích časopisů, stává se tak její čtenářkou. Tyto dívky pak vytvářejí specifickou subkulturu, která vytváří jednotnou komunitu. Takováto dívčí komunita se může vyznačovat například podobnou jazykovou mluvou, vytvářením podobných životních hodnot a cílů, zkrácením vlastních priorit, či uzavřeností. Čtenářky dívčích časopisů se dále vyznačují podobným pubertálním věkem a společnými zájmy. V neposlední řadě je spojuje i rodová příslušnost, a to gender. V tomto případě gender nechápeme jako něco, s čím jsme se narodili, ale jako něco, co čtenářky dělají a předvádějí. Ženské a dívčí časopisy totiž utvrzují povědomí o přináležetosti k ženám a vymezují ženám a dívkám své role. Dívčí časopisy často ženy staví do pozice konfrontující s opačným pohlavím (Kadlecová, 2007).

Věková hranice čtenářek dívčích časopisů se nejčastěji pohybuje mezi 8. – 18. rokem dívek, nehledě na to, že se tato hranice neustále snižuje. Není se čemu divit. Od malička jsou dívky ze všech stran upozorňovány na to, že vzhled a jejich vystupování je v jejich životě velmi důležité. Jedná se především o média, která staví do popředí tyto hodnoty. Dívky se pak snaží být co nejatraktivnější a to především pro opačné pohlaví. Tento účel dívčí časopisy velmi dobře sledují a využívají tedy své příležitosti. Dospívajícím dívkám tedy slouží jako průvodce pubertálním životem.

Proč se v této kapitole budu zabývat jen dívčími časopisy? Na českém trhu přece existuje spousta tiskovin, které mají vliv na své čtenáře. Hned na začátek je potřeba vysvětlit rozdíl mezi denním tiskem a časopisem. Tyto tiskoviny se od sebe totiž v mnohém liší. Jak ve své knize zmiňují Renzetti a Curran: „Denní tisk se obrací k široké čtenářské obci, zatímco časopisy se snaží zaujmout specifické segmenty obyvatelstva“ (Renzetti, Curran, 2003, s. 187). Existují časopisy různých zájmů, časopisy věnované různým věkovým či etnickým skupinám, ale také časopisy pro dvě velké skupiny, a to muže a ženy. Časopisy, které jsou určeny pro dívky, či ženy vždy zdůrazňovaly kult ženskosti. Postupem času se obsah těchto časopisů začal měnit a v dnešní době v porovnání s dřívějším dívčím či ženským časopisem můžeme najít spoustu změn. Vědci, kteří se zabývali obsahem těchto tiskovin, například zjistili, že je

v dívčích časopisech přemíra sexuální tematiky. To úzce souvisí se sebevědomím žen, které v posledních letech neustále vzrůstá. Další příčinou, která odstartovala tuto tematiku, je vykreslování obrazu moderní ženy, které je spojeno s životním stylem, kariérou apod. Aby ženy dosáhly určitého ideálu krásy, musejí o sebe pečovat – nosit určité oblečení, česat si vlasy, chovat se přiměřeně v různých situacích apod. Jednoduše řečeno být přetvořené k obrazu společnosti. Tato témata se objevují v každém čísle dívčích časopisů (Renzetti, Curran, 2003). Dívčí časopisy jsou lákadlem pro dívčí oči – nepřehlédnutelná grafika, vábivý obsah, témata zaměřená na celebrity, módu a sex. Dívčí časopisy se snaží navodit pocit společenské prestiže. Ženský ideál krásy je zde doprovázen různými prostředky, šperky, oblečením nebo chováním. To všechno musí dívka či mladá žena v dnešním světě mít. Moderní hodnoty jsou nasazené na jiné vlně a 21. století tím dívky žene do otroctví.

### 2.3.1. Historie dívčích časopisů na území ČR

Dívčí časopisy můžeme považovat za podskupinu časopisů pro ženy. Tyto časopisy se často prolínají a jejich obsahy jsou naladěny na stejnou vlnu. Dívky, které čtou dívčí časopisy, často v dospělosti navazují na čtení časopisů určené ženám. Proto není jednoduché striktně vymezit, kam až spadá historie dívčích časopisů, prolíná se totiž s historií ženského tisku.

Jak ve své knize uvádějí Končelík, Orság a Večeřa, první zmínky o ženském tisku na českém území sahají k počátkům 20. století, kdy existovaly magazíny pro informovanost ženských spolků. Samotné časopisy určené ženám ale vznikaly až později, a to po roce 1918, kdy byla posílena úloha žen, a byl kladen důraz na ženské časopisy. Proměnu společenského postoje ženy vystihlo nejlépe nakladatelství Melantrich, které od roku 1928 vydávalo čtrnáctideník *Eva*. Tradičnější úlohu ženy pak vystihoval tiskový podnik Rodina, který od roku 1924 vydával *List paní a dívek*. Velký ohlas u žen ale vzbudil až módní tisk určený ženám. Velký obdiv u žen sklízela také měsíčník *Vkus*. První republika byla označena za dobu expanze dětských a mládežnických časopisů. Mezi nejznámější časopisy patřily *Srdíčko*, *Punt'a* či *Mladý svět* (Končelík, Orság, Večeřa, 2010).

Po roce 1945 vycházela celá řada časopisů pro děti a mládež např. *Studánka*, *Mladý hlas* apod. Tisk byl postupně politizován a po roce 1948 získal jednotné politické vedení. Československý svaz mládeže hrál na trhu největší roli a vydával časopisy jako např. *Mladý svět*, *Věda a technika mládeži*, *Pionýr*, *Ohníček* a později *Mateřídouška*. Po

roce 1970 začal vydávat *Sluníčko* a pro větší čtenáře *ABC mladých techniků a přírodovědců* (Verner, 2009).

První vysloveně dívčí časopisy se na českém trhu objevily až po roce 1989, kdy se oddělila ženská a mužská masová kultura. Dospívající se ze strany obchodníků dostali do středu pozornosti, a proto začala vznikat spousta časopisů určená především pro adolescentní dívky. Prvním dívčím časopisem u nás se stal od roku 1990 čtrnáctideník a posléze měsíčník *Holky bacha!*, který vycházel v nakladatelství Gennex. Jeho vycházení však nemělo dlouhého trvání a časopis brzy zanikl. Roku 1991 začal vycházet časopis *Dívka* a v říjnu roku 1994 se z tohoto časopisu odštěpil *Top magazín pro dívky*, který v dnešní době nalezneme pod názvem *Top dívky*. Časopis *Top dívky* se na českém trhu objevil poprvé v roce 2003. V roce 2010 se časopis *Dívka* sloučil s časopisem *Bravo girl!*. Tento časopis tedy vychází od roku 1996. Dalším dívčím časopisem byl časopis *Cosmogirl*, který vydávalo nakladatelství Stratosféra od roku 2000 do roku 2010. Kratší tradici má na českém trhu měsíčník *Sweet 13* či, měsíčník *IN! – dívčí svět*. *IN! – dívčí svět* je časopis, který je distribuován prostřednictvím předplatného, jinak je přístupný jen v internetové podobě. Stejný princip platí pro časopis *Sweet 13* (Kadlecová, 2007).

### 2.3.2. Dívčí časopisy na území ČR

Jak už jsem zmiňovala v předešlé kapitole, je těžké odlišit od sebe dívčí časopisy a časopisy pro ženy. V mé práci budu vymezovat dívčí časopisy tématy, která zpracovávají, užívaným jazykem a hlavně věkem svých čtenářek. Například časopis *Joy* už do své práce zahrnovat nebudu. I přesto, že by spousta čtenářek tento časopis označila za dívčí, *Joy* už nezahrnuje taková témata jako ostatní dívčí časopisy. V mnoha ohledech je jeho obsah podobný jiným časopisům pro dívky, ale jinak obsahuje témata pro starší věkovou skupinu, jako je svatba, domácnost, vaření, děti apod. Ideologie tohoto časopisu už se nedá ztotožnit s dívčími. Pokud se ohlédnu na druhou stranu, za dívčí časopisy ještě nelze považovat např. *W.I.T.CH.*, který je monotematický nebo časopisy určené pro děti jako *Hello Kitty* a *Barbie*. Mými cílovými dívčími časopisy budou především nejprodávanější časopis *Bravo girl!* (Bauer media) a *Top dívky* (Empresa Media a.s.). Dalším časopisem, který je zveřejněn především v elektronické podobě, je *IN! - dívčí svět* (In s.r.o).

## **Top dívky**

Vydavatelem časopisu Top dívky je Empresa Media a.s.. Šéfredaktorkou tohoto časopisu je Eva Krejčířová. Časopis Top dívky je měsíčník, který je určen dospívajícím dívkám. Každý časopis Top dívky má 65 stran. Top dívky patří mezi nejprodávanější měsíčníky v České republice. Časopis se vyznačuje spoustou zajímavých témat, dynamickou grafikou a schopností naslouchat svým čtenářkám. Každý měsíčník má navíc vložený malý dárek (Top dívky, 2013, [online]).

## **Bravo girl!**

Vydavatelem časopisu Bravo girl! je Bauer media. Jedná se o měsíčník, který je určen pro náctileté dívky. Každý časopis Bravo girl! má 66 stran. Na internetových stránkách samotného vydavatelství je časopis Bravo girl! prezentován jako „crazy čtení pro náctileté, které se chtějí smát, bavit a hlavně líbit!“ (Bravo girl, 2013, [online]). Časopis se dále prezentuje jako určitý manuál, který dívkám slouží v přechodu mezi dětstvím a dospělostí. Časopis se dále chlubí, že ke každému číslu přikládá dáreček.

## **IN! – dívčí svět**

Jedná se o křesťanský časopis pro náctileté dívky, jehož vydavatelem je In s.r.o.. Šéfredaktorkou tohoto časopisu je Marie Stejskalová. In! – dívčí svět vychází každý měsíc od roku 2005. I přesto, že je časopis křesťanský zaměřen, nechybí v něm rady ohledně vztahů a moderního stylu. Je to však mírnější forma, jak dospívajícím dívkám vysvětlit a popsat reálný svět.

### **2.3.3. Obsah dívčích časopisů**

Obsahy dívčích časopisů jsou dost podobné, někdy až zaměnitelné. Pokud bych některé dívce dala do ruky jakýkoliv dívčí časopis, určitě by neměla tušení o jeho názvu. Rubriky, články, témata, použité žánry, jazyk, to vše se v těchto tiskovinách často opakuje. Je to právě obsah časopisů, který dívky láká k jejich přečtení. Vzhledem k tomu, že čtení knih čím dál tím více u mládeže odeznívá, časopisy pro ně představují téměř ojedinělou četbu. Především dívčí časopisy mohou spoluutvářet realitu dívek. Každý dívčí časopis je totiž založen na určitém ideologickém působení, který je zašifrován do článků a textů.

Jako každá jiná tiskovina, tak i dívčí časopisy hned na první pohled zaujímají velkými nadpisy, či krátkými větami na své obálce. Většinou se jedná o výstižná hesla,

kteřá podle redaktorů zaujmou nejvíce čtenářek. Tato hesla se většinou týkají lásky, vztahů a vzhledu. Dalším častým tématem jsou celebrity. Po otevření časopisu hned na první straně nepřehlédneme jeho obsah s výstižně rozdělenými oblastmi zájmu, jako jsou např. móda, beauty, kluci, zábava, láska apod. Prakticky v každém čísle najdeme smutné příběhy samotných čtenářek, poradny pro jejich dotazy, humorné historky ze života, novinky ze životů celebrit, reklamy na módní doplňky, oblečení, zkrášlovací prostředky apod. Nedílnou součástí každého dívčího časopisu jsou plakáty známých osobností a „srdcervoucí fotoromány“. Ty se samozřejmě týkají nešťastné lásky, ale se šťastným koncem. Další součástí jsou testy různého zaměření a jejich vyhodnocení a horoskopy. Největší zastoupení však má v dívčích časopisech problematika sexuality. Opravdu se jedná o přemíru sexuální tematiky, které se věnuje alespoň 1/3 celého časopisu. Pokud bychom si totiž všimli, i vzhled je v dívčích časopisech dáván do souvislosti se vztahy a sexem.

V závěru lze tedy shrnout, že každá čtenářka si v dívčím časopise najde nějaké téma, které je jí blízké. Zajímavými a hlavně neuvěřitelnými tématy se tyto tiskoviny jen hemží. Dívky si ale už neuvědomují, jaké následky čtení takovýchto, většinou bludných článků, přináší. Dle mého názoru si nemyslím, že by měly dívčí časopisy jako oblast zájmů nést negativní důsledky na chování a vývoj dívky. Pokud ale dívka časopis pojme jako životního rádce a průvodce mezi světem dětí a dospělých, není to dobře. V tomto případě by dívce měl někdo objasnit (nejlépe starší sourozenec, či dospělá osoba) rozdíl mezi reálným světem a zidealizovaným světem popisovaným v těchto časopisech.

#### 2.3.4. Jazyk dívčích časopisů

Redaktorky dívčích časopisů se co nejvíce snaží vžít do role čtenářek, a proto používají podobný, někdy až totožný jazyk dospívajících dívek. Základním prvkem komunikace mezi časopisem a čtenářkou je tykáni. To navodí pocit důvěry. Jedním z nejnápadnějších znaků slovní zásoby časopisu je přejímání slov a cizích jazyků, a to zejména z angličtiny. Často se jedná o přejatá slova, ale často jsou to pouhé zkomoleniny anglických slov jako např. „fanje“, lajkovat, storka, fěr“ apod. Stačí se podívat na název z některých dívčích časopisů, který je nám dokladem přejatých anglicismů. Vyjadřování cizím jazykem se autorky textu snaží přiblížit mluvě mladistvých.

Dalším nápadným znakem je spojování slov. Většina výroků, které jsou v časopise prezentovány, jsou spojeny se slovy „*sexy, mega, cool, crazy, in, trapný, super*“ apod. Tato slova mají čtenářkám navodit pocit modernity.

Snad nejoblíbenějším znakem mluvy dívčích časopisů jsou zdobněliny. Autorky článků si asi myslí, že text vyzní romantičtěji a roztomileji. Nejčastějšími slovy jsou „topík, sexík a zadeček“. Tahle slova najdeme snad opravdu v každém čísle dívčích časopisů.

Nyní se zaměřím na žánr, který nesmí chybět v žádném časopisu pro dívky. Jedná se o fotoromán. Aktéry fotorománu jsou vždy minimálně jedna dívka a chlapec. Většinou se jedná i o identickou zápletku, o nešťastnou lásku. Fotoromán má vždy jednoduchý děj s pochopitelnou zápletkou a na oko jasným koncem. Ve fotorománu se objevují veškeré znaky mluvy, které jsem zmiňovala již v předchozím textu – vulgarismy, anglicismy, tykání apod. Jak všichni víme, ženy jsou citlivější než muži a tohoto faktu zde autorky fotorománů často využívají. Příběhy se totiž týkají lásky.

Pokud bych měla zhodnotit celkovou slovní zásobu v dívčích časopisech, mohu s klidem říci, že dívky si svou mluvu nerozšíří. Text je složen ze spisovných a nespisovných výrazů, které čtenářky používají i v osobním životě nehledě na to, že se slova v textu neustále opakují. Závěrem mohu říci, že jazyk dívčích časopisů je jedním velkým neprobádaným tématem, které dodnes nebylo podrobně zpracováno. Otázkou zde zůstává, jak hodně jazyk čtenářky ovlivňuje a jaký odstup si od textu dívky zanechávají. Určitě by stálo za to přemýšlet o tom, zda nejsou témata a jazyk dívčích časopisů natolik podsouvány svým čtenářkám a zda jsou jejich životy těmito faktory ovlivnitelné.

#### **2.4. Působení médií na mládež: působení časopisů na dospívající dívky**

Propagace konzumní společnosti, rady v sexuálním životě, jak „sbalit kluka všemi deseti,“ podsouvání diet, hlídání tělesné váhy, jak být „IN“ – ano, i přestože by se nad těmito tématy spousta lidí pozastavila, opravdu jsou to témata, která se v dnešním světě dospívajících propagují na prvním místě. Jejich největším propagátorem jsou samozřejmě média. Pokud se ptáte na to, jaká média mohou dospívajícím, především dívkám, předkládat tato témata, nemusíte dlouho pátrat. Tyto rubriky najdeme v televizi, na internetu, ale také v časopisech, především v dívčích časopisech. Ano, na prvním místě jsou dospívající dívky, které nad těmito tématy stále přemýšlejí. Média zde mají jedinečnou příležitost chytit se této věkové kategorie. Dívky jsou v tomto věku

lehce ovlivnitelné, a pokud se nejedná o radu rodičů, nechají se inspirovat kýmkoli jiným. Dnešní společnost mladistvých považuje za nejdůležitější hodnotu současného jedince být „IN, COOL a SEXY.“ Pokud bychom se zeptali dospívajícího chlapce, o jakou dívku by měl zájem, na prvním místě by nejspíš uvedl, že musí být hezká. Osobní kouzlo je v současnosti až na druhém místě. Kdybychom vedle sebe postavili dívku krásnou, štíhlou, vkusně oblečenou, která by nebyla premiantkou třídy a dívku, která by nebyla moderně oblečená, byla by ale velice chytrá a inteligentní, jakou dívku by asi zvolil pubescentní chlapec za svou přítelkyni? Rozhodně dívku č. 1, tedy dívku krásnou a vkusně oblečenou. Jak je to ale možné? Dnes už nikomu nezáleží na osobním kouzlu? Vědí vůbec dospívající lidé, co to vlastně ještě znamená? Není se čemu divit, dospívajícím je neustále podsouván ideál krásy, nejnovější móda, štíhlost a moderní technologie. Nevím, zda si média uvědomují, jak velký vliv způsobuje jejich propagace výrobků a hodnot. Podle Jiráka a Kopplové média ovlivňují chování, postoje, ale i názory jedinců a vůbec si neuvědomují, že každodenně ovlivňují životy společnosti v dobrém i špatném smyslu. Média mohou děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl (Jirák, Kopplová, 2003). Existuje spousta teorií a studií o dopadech vlivu médií na společnost. Podle Trampoty a Vojtěchovské vždy existuje určitý vliv médií, třeba i minimální, který veřejnost ovlivňuje. Spousta výzkumníků se zabývala tím, jak by tento vliv mohl být omezen. Zaměřili se především na věkovou kategorii dospívajících dětí a snažili se do tohoto vztahu vnést alespoň minimální část harmonického vývoje. Výzkumníci jsou ale „malí páni“ a i přestože dokázali najít i pozitivní vliv médií na společnost, negativních dopadů je tu celá řada (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Jedním z nejspolehlivějších mediálních manipulátorů jsou bezpodmínečně dívčí časopisy. Pokud je dívka čtenářkou dívčího časopisu, je jím z velké míry ovlivněna, aniž by si to sama uvědomovala. Carr-Gregg a Shale ve své knize zmiňují, že právě tyto časopisy pubescentkám neustále ukazují, že štíhlá postava je v dnešním světě žádoucí a velmi moderní. Pokud je v časopise na fotkách nějaká dívka, vždy je hubená a moderně oblečená, ať už se jedná o modelku, herečku či televizní a hudební osobnost. Mladé lidi doslova zahlcují články o bezchybném a vypracovaném těle, dokonce jim i poskytnou návod, jak tohoto vysněného těla dosáhnout. Člověk se pak nemůže divit, že se mnoho mladých lidí stává obětí mediálního útoku, který propaguje krásné a nerealistické tělo, nejmodernější oblečení za tisíce korun a moderní hodnoty, které by tyto lidé měli uznávat (Carr-Gregg, Shale, 2010).



Pokud bychom se zamysleli nad vlivem článků z dívčího časopisu, musíme zde ale vyzdvihnout i světlé stránky. V každém dívčím časopise totiž můžeme najít i dobré rady např. rady gynekologů a psychologů. Je zde spousta rubrik a příběhů o dietách, kde dívky mohou vidět, co se může stát, pokud se jejich tělo vymkne jejich kontrole. Ve většině dívčích časopisů se nacházejí křížovky, sudoku, či osmisměrka. Můžeme tedy říci, že alespoň v malé míře časopisy rozvíjejí znalosti dívek.

Tyto fakta jsou nepřehlédnutelná, o tom nelze pochybovat. Vliv dívčích časopisů má ale spousta negativních důsledků. Největší zastoupení těchto důsledků je rozhodně v oblasti vzhledu. Jako příklad bych uvedla přehnané diety, které mohou vyústit v poruchy příjmu potravy, předčasné rady o sexuálním životě, které mohou vést k brzkému těhotenství či zastoupení mnoha článků o bezchybném těle, které dívky může trápit v podobě myšlenek jejich nedokonalosti a dalších psychických problémech. Preuschoff ve své knize zdůrazňuje pokřivený obraz skutečnosti portréty ženy. Podotýká, že krásné mladé dívky a ženy mají skoro 100% šanci se v takovýchto časopisech zviditelnit. Méně hezké dívky a ženy by si o tom ale mohly nechat jen zdát, zabírají zde totiž jen okrajové nebo žádné místo. Jsou to ženy, které v dnešní společnosti neodpovídají ideálu krásy. Dále zmiňuje, že je prokázáno, že společnost od krásných žen očekává více než od žen, které zastupují většinovou společnost. Na druhou stranu nebývají doceněny jejich schopnosti. Paradoxem je to, že tyto ženy si myslí, že jejich krása je pouhá maska, za kterou se mohou schovat, a nikdo ze společnosti je nebere vážně. Tyto domněnky mohou vést k sebeustrukci alkoholem či drog (Preuschoff, 2007). Jestli jsou tyto fakta, která Preuschoff uvádí ve své knize vědecky podložena, pak nechápu, proč se dospívající dívky snaží být jako modelky z plakátů. Dbají spíše na tělesný vzhled, ale jejich rozvoj pro ně nemá takovou váhu.

V dívčích časopisech se tedy propaguje ideál krásy, to je na oko zřejmé. Všechny dívky se chtějí líbit. Neumím si představit, co by se stalo, kdyby časopisy náhle změnily svůj obsah a zaměřily se na individualitu dívek. Propagovaly by např., že nejmodernější dívka je právě ta, která vypadá trochu jinak, nebo dokonce, že je uvnitř úplně jiná než ostatní. Je dost pravděpodobné, že by se dívkám v mnoha věcech ulevilo. To je ale pouze jen má domněnka.

Není tedy pochyb o tom, že dívčí časopisy ve velké míře ovlivňují své čtenářky. Podle Talašové by jedním z řešení, které by omezilo vliv médií, mohlo být zavedení povinného předmětu na základních školách - mediální výuka. Děti by se tak o médiích, jejich vlivu a účelech dozvěděly více. Dále říká, že televizi umí zapnout každý, dokonce

i malé dítě, ale jen málokdo dokáže odlišit objektivní zpravodajství od účelové manipulace. Proto se Talašová domnívá, že by předmět mediální výuka měl být součástí vzdělávacího programu (Časopisy pro mladé slečny - peklo nebo ráj?, 2007, [online]).

#### 2.4.1. Dívčí časopis: pomocník či škůdce?

Nyní stojíme nad velkým dilematem, zda můžeme dívčí časopis označit jako škůdce či pomocníka? Obě dvě slova hrají určitou roli, ale jen jednomu můžeme přikládat větší význam. Po dlouhém zkoumání dívčích časopisů jako jsou BravoGirl! či Top dívka jsem dospěla k názoru, že označit tyto časopisy jako pomocníka by opravdu nebylo vhodné. Časopis Top dívka uvádí, že nemá omezenou věkovou kategorii svých čtenářek, ale je určen pro „všechny cool holky“. Jen těžko můžeme říci, jakou hlavní věkovou skupinu chce tedy časopis oslovovat. Z výzkumů, který uvádí Kadlecová, vyplývá, že nejvíce čtenářek dívčích časopisů se pohybuje mezi 11. až 16. rokem, tedy v období pubescence (Kadlecová, 2007). Pokud bych se měla držet tohoto faktu, pak nechápu, proč např. časopis Top dívky radí, že: *Všichni kluci rozhodně touží po tom, aby holka jejich penis rozmazlovala ústy a jazykem. Penis je totiž jejich nejcitlivější místo*“ (Top dívky, 12/2012, s. 50).

Kadlecová ve své knize na druhou stranu uvádí, že prostřednictvím obsahové analýzy dívčí časopisy nabízejí cenné rady a informace, které napomohou dívkám orientovat se jak v konzumním světě, tak v alternativním prostředí (vegetariánství, ochrana přírody, vrcholový sport), avšak většina materiálů je zcela pomíjivá (Kadlecová, 2007, s. 142). Dále zmiňuje, že dívčí časopisy mohou dospívajícím dívkám sloužit jako určité zpravodajství. Dívčí časopisy totiž používají amatérskou žurnalistiku, která je ve velké míře zastoupena příspěvky samotných čtenářek, kde dochází k interakci mezi dívkou a redakcí časopisu. Interakce ale v tomto smyslu neznamena vítězství. Redaktorky rády deformují mediální obraz mladých čtenářek tím, že si vybírají jen příspěvky, které se jim právě ideologicky hodí a jsou zajímavé (Kadlecová, 2007). Musíme si tedy uvědomit, jakou funkci by dívčí časopisy měly zastávat. Pokud by měly sloužit jako koníček ve volném čase, popřípadě jako pomocník mentální hygieny, pak je všechno v pořádku. Nemůžeme ale tyto časopisy považovat za zdroj informací, vzdělání a kultivovanosti. Dívčí časopisy rozhodně nelze nahradit krásnou literaturou.

Dalším negativním vlivem může být obraz současné dívky. To je oblíbeným tématem dívčích časopisů. Bourdieu uvádí, že žena existuje především skrze – a pro –

pohled těch druhých, neboli jako přístupná a přitažlivá věc (Bourdieu, 2000, s. 61). To znamená, že společnost od ženy očekává, že bude sympatická, usměvavá a oddaná. Jak je vidět, ženy se tohoto statusu „být ženou“ nezbaví. Jsou neustále vystaveny pohledu druhých lidí. Společnost bere jako samozřejmost fakt, že žena bude krásná, hezky oblečená a bude na veřejnosti vystupovat sebevědomě a se sympatií (Bourdieu, 2007). Tohle je asi největším problémem dnešní společnosti. Tato tvrzení ale představují velice lákavé téma pro redakce dívčích časopisů. Možná proto dívkám neustále podsouvají diety, nejnovější módu, technologie a nejlepší trendy, jak najít přítele svých snů. Dnešní dospívající dívky vědí, že jsou tyto priority vyžadovány, proto se snaží nejrůznějšími způsoby připodobnit ideálu. Proto si redaktorky časopisů vybraly právě mladé dívky, které by mohly označit za tzv. „chodící reklamy“.

#### 2.4.2. Předčasné sexuální zkušenosti

Předčasné sexuální zkušenosti u mladých lidí jsou věčným a stále diskutovaným tématem. Kdy je vhodné začít se sexem? Existuje vůbec pro dnešní generaci ještě nějaká věková sexuální hranice? Hranice existovat může, má ale jen imaginární charakter. Carr-Greg a Shale ve své knize zmiňují výsledky výzkumu věkové hranice prvního sexuálního života, která se neustále snižuje. První sexuální zkušenosti mají dívky i chlapci průměrně okolo 17. – 18. roku (Carr-Greg, Shale, 2010). Fakt, že se hranice věku prvních sexuálních zkušeností snižuje, podporují z velké míry vnější a komerční vlivy. Mladiství nemusí chodit daleko a pátrat po informacích, které jim nabízejí různé sexuální možnosti. Sexuální témata jsou všude kolem nás – v televizi, na internetu, na billboardech, v tiskovinách, v kině, apod. Veškeré zdroje, které tuto tematiku podporují, jsou dnes dostupné pro všechny věkové kategorie.

Proč se ale tato věková hranice neustále snižuje? Co k tomu pubescenty vlastně vede? Podle Carr-Grega a Shalea tento posun způsobuje dřívější vstup do období puberty. Tato zralost pak způsobuje nedočkavou chuť okusit všechny stránky života. Pubescenti chtějí navázat vztah s opačným pohlavím a získat alespoň nějaké sexuální zkušenosti do začátku dospělého života (Carr-Greg, Shale, 2010). Kromě toho, že pubescenti naváží partnerský vztah, se snaží sexuální informace získávat i jiným způsobem. Nejlepší možností je pro ně internet, další místo také zabírají časopisy. Pubescenti ani nemusí mít v rukou nevhodný časopis pro mladistvé, postačí jim obyčejný dívčí časopis. Spousta dívčích časopisů zobrazuje problémy v milostném životě, které se pak díky romantickému příběhu změň v úplný opak. Výsledkem je vždy

spokojený milostný pár, který si užívá sexuálního života. Na těchto článkách je krásně vidět, jak redakce časopisů přikrášluje skutečnost. Nejvíce sexuální tematiky se vyskytuje v časopise Top dívky. Čtyři dvoustránky se zde věnují sexuální tematice, z toho jedna je věnovaná dotazům pro respondentky. Prvním sexuálním tématem v tomto časopise je kvíz: „*Jsi (s)expertka?*“, který je zaměřen na sexuální znalosti. V tomto kvízu se nachází otázky jako např. „*Co znamená při sexu – na pejska? Co je švédská trojka? Jak se říká sexuální poloze, při které partneři leží na boku a on leží za ní?*“. Dalším článkem se sexuální tematikou je článek: „*Poprvé sama se svým klukem*“. Nejzajímavějším článkem, co se týče sexuálních zkušeností, je rozhodně popis mužských erotogenních zón “ (Top dívky, 12/2012). Méně sexuální tematiky potom najdeme v časopise Bravo Girl, kde je pouze poradna pro respondentky s otázkami sexuální tematiky (Bravo Girl, 12/2012). Jak je tedy zřejmé, toto téma se mladistvým nabízí opravdu všude. Podle mého názoru jsou některá tato témata velice odvážná, zvláště když si představím, pro jakou věkovou skupinu jsou tyto časopisy určeny. Nikdo se tedy nemůže divit, že se mladiství snaží v tak brzkém věku okusit sexuální život. Pokud pubescenti nebudou brát na lehkou váhu rizika spojená s nechráněným sexem, pak nevidím problém začít se sexuálním životem v nižším věku. Je ale potřeba o těchto věcech mluvit otevřeně. Dospívající mají základy sexuální výchovy již na základní škole, dále by se o tomto tématu měli otevřeně bavit s rodiči, či přáteli a sourozenci. Nemohu odepřít fakt, že i dívčí časopisy objasňují věci této tematiky. Jsou v nich užitečné rady o bezpečném sexu, o pohlavních chorobách a dalších problémech. Tyto články, které jsou součástí poradny, jsou velmi poučné a jako jedna z věcí v dívčím časopise také podle skutečnosti a lze jim tedy důvěřovat. Respondentkám vždy odpovídá kompetentní osoba, jako je psycholog, sexuolog, či lékař.

#### 2.4.3. Oběti tělesné krásy

Tělesná krása – v dnešním světě jedno z nejrozšířenějších a upřednostněných témat. Současná konzumní společnost je tělesné kráse v jistém slova smyslu oddaná. Móda, diety, cvičení, posilování, zdravá strava – to vše by mělo být součástí našeho zdravého životního stylu. Všeobecně můžeme říci, že se jedná o estetický aktivismus. Jak ve své knize zmiňuje Lipovetsky: „Nástup krásného pohlaví nenastává pouze díky masové výrobě a spotřebě zkrášlovacích produktů, ale doprovází ho také nový systém šíření a prosazování estetických norem, jehož klíčovým prvkem je již sto let ženský tisk“ (Lipovetsky, 2000, s. 147). Lipovetsky dále uvádí, že v době, kdy vznikl ženský

tisk, už ženská krása nebyla jen vzácností, ale stala se součástí každodenního života všech žen. V minulosti zde nikdy nebylo tolik pozornosti, která se věnovala právě péči o krásu. Dříve se o ženské kráse zmiňovali především básníci. V 21. století se ale ženská krása stává terčem především ženského tisku. Proto i v dívčích časopisech najdeme spoustu článků, které se týkají informací a rad o tělesném vzhledu (Lipovetsky, 2000).

To, jak vypadáme, v dnešní společnosti řeší asi každý jedinec. Vzhled se stává předmětem pozornosti zejména u dospívajících, kdy u nich nastávají velké tělesné změny. Zejména dívky vzhledu přikládají velikou pozornost. Pubescentky se většinou porovnávají s ideály krásy, které se objevují všude okolo nich, v televizi, tisku, na internetu, dále se svými vzory, či spolužáky. Chápu tedy, že přijmout své tělo za součást své identity není vždy zcela jednoduché, zvláště pokud chce dívka zaujmout opačné pohlaví. Vzhled ale není jediným faktorem, kterým dívka může druhého zaujmout. Je sice důležitý na první pohled, ale nemůžeme říci, že krásné dívky mají jednodušší vztahy. Osobnostní charakteristiky zde hrají velkou roli. Carr-Gregg a Shale ve své knize uvádí, že vzhled v životě jedince hraje nesmírně důležitou roli. Projevuje se to především u mladistvých, zejména u dívek. Pokud dívka nepodléhá současnému modernímu stylu, mohou si ji ostatní vrstevníci dobírat. Dívka tak začne mít problémy a starosti se svými proporcemi. To se může stát zdrojem velkého trápení, v horších případech může skončit s poruchou příjmu potravy (Carr-Gregg, Shale, 2010). Proč ale pubescentkám tolik záleží na tělesném vzhledu? Není se čemu divit. Média nenabízejí jinou možnost. Zdůrazňují krásu a štíhlost. Stačí si otevřít jakýkoli dívčí časopis. Dívka v žádném tomto časopise nenajde portrét silnější nebo obézní postavy, tzn., že většinová společnost se do tohoto časopisu vůbec nedostane. V dívčích časopisech je realita velmi zkreslená. Opravdu si dívky myslí, že v naší společnosti lze najít jen takové modelky? Krásné a štíhlé postavy, vypracovaná břicha, dlouhé řasy, obličej bez akné, velká prsa – nic z toho dívkám v dívčích časopisech nechybí. Pokud se zde objeví nějaká dívka s nadváhou, je spojena s článkem o nezdravém životním stylu a s možností diety.

Jak jsem již zmiňovala, nejsilnějším zprostředkovatelem módních trendů jsou masmédia. Janošová ve své knize zmiňuje stejný názor. Tvrdí, že jsou to především televize a časopisy určené ženám, které podporují tyto fakta. Dále zmiňuje, že právě ženský a dívčí tisk formuje určité ideály krásy, které se pak pro dívky a ženy stávají velkou výzvou. Pokud si např. pubescentka vyhlídne svůj osobní vzor, snaží se mu co nejvíce připodobnit. To ale nemusí být vždy reálné. Dívky jsou ochotny pro svůj cíl

obětovat mnohé, proto může nastat spousta problémů (Janošová, 2008). Jednou z možností, jak dívky dosahují svých vysněných těl, jsou právě diety.

#### 2.4.3.1. Diety

Diety hrají v dívčích časopisech nesmírně významnou roli, alespoň dle dívčích názorů. Diety jsou ale často nesmyslné a nereálné, mnohdy mají i nepříznivé zdravotní důsledky, které dospívající dívky nechtějí znát. Jsou zaslepené krásnými těly, která doprovázejí každý článek v dívčích časopisech. Tyto fotky krásně vypracovaných a opálených dívčích těl navozují myšlenku, že na světě není dívky, která by vypadala jinak, tzn., že ani čtenářka nemůže být výjimkou. Je tedy prokázáno, že média výrazně ovlivňují obraz ženy. „Byl proveden a vícekrát opakován výzkum, v němž byly ženám předkládány obrázky se siluetami postav od velmi štíhlých po velmi silné. Při dotazu na ideální postavu, téměř všechny ukázaly na štíhlejší siluetu, než byla jejich vlastní. Jako svou skutečnou postavu označily zase siluetu silnější, než byla jejich skutečná (Časopisy pro mladé slečny - peklo nebo ráj?, 2007, [online]).“ Tento výzkum prokazatelně dokládá, že ženy jsou se svým tělem nespokojeny a budou se tedy snažit o nějakou nápravu, jak dosáhnout vysněného těla. Pro dospívající dívky toto ale platí dvojnásobně. Vzhledem k tomu, že je jejich osobnostní identita na rozcestí a dívky ještě pořádně nemají ponětí o skutečné realitě, budou se snažit připodobnit současnému ideálu. Jak jinak tohoto cíle dosáhnout než s nejlepším pomocníkem, a to s médii. Dívky se často obrací na dívčí tisk, který jim podrobně může poskytnout informace o ideálním těle. Abych byla upřímná, v žádném zkoumaném časopise jsem nenašla konkrétní návod některé z diet. Je zde ale spousta prostředků, pomocí kterých dosáhnout ideálních výsledků. Např. časopis Top dívky nabízí svým čtenářkám „*Vůni, která zeštíhluje a rozveselí.*“ Světe div se, ale podle Top dívky opravdu existuje parfém, který tyto účinky má. Pokud se nemýlím, není dívka, která by si tento přípravek nepřála. Top dívky dokonce poskytl krátký článek o účincích tohoto parfému: „*Obsažená kombinace kofeinu, karnitinu a extraktu z řas aktivuje enzymy, které odbourávají tuk. Betaphroliny uvolňují hormony štěstí a tím snižují stres. Tato kombinace omezuje mlsání a pocit šiléného hladu a tím i hmotnost*“ (Top dívky, 12/2012, s. 41). Je zde spousta dalších přípravků jako např. Stevia – přírodní sladidlo bez kalorií, či Zpevňující krém pro nohy a zadeček.

#### 2.4.3.2. Poruchy příjmu potravy

V průběhu 20. století ženský tisk nabíral na síle a postupně získal nesmírnou moc nad ženami. Lipovetsky uvádí, že: „Tisk rozšířil vášnivý zájem o módu, podpořil společenskou expanzi zkrášlovacích výrobků a přispěl k tomu, že se z tělesného vzhledu stala pro naprostou většinu žen klíčová dimenze ženské identity“ (Lipovetsky, 2000, s. 156). Je důležité, abychom si uvědomili fakt, že portréty v dívčích časopisech mohou v pubescentkách vyvolávat určité obavy o jejich osobnosti a vzhledu, které mohou vyústit k různým komplexům. Lipovetsky dále zmiňuje to, že dívčí časopisy a všeobecně časopisy pro ženy zvyšují intenzitu touhy po kráse (Lipovetsky, 2000). Dívky poté mohou začít hledat každý nedostatek svého těla a radikálně jej začít řešit. Jak už jsem zmiňovala v předešlé kapitole, dívčí časopisy jsou velkým návodem, jak se stát dokonalou dívkou. To tedy vede např. k držení různých diet. Uvědomuje si dívka, za jakou cenu podstupuje tento proces a v co vůbec může vyústit? V lepším případě se díky „chytřému průvodci“ dívka stane opravdu dokonalejší a uspokojí tak svou potřebu. V horším případě tyto diety mohou vést až k poruchám příjmu potravy. I přesto, že dívčí časopisy podporují štíhlou linii, musím říci, že ale upozorňují právě na tento vzrůstající celospolečenský problém – bulimii a anorexií. Například v Top dívce můžeme najít článek o dívce Bertě, která po dobu sedmi let trpěla anorexií. Popisuje zde svůj příběh a varuje tak čtenářky před stejným osudem (Top Dívka, 12/2012). Podle mého názoru je velice dobře, že dívčí časopisy ukazují i stinnou stránku dokonalých těl. Není nic lepšího, než ukázat čtenářkám příběh konkrétní dívky.

Vzhledem k tomu, že jsem uvedla pozitivní příklad z dívčího časopisu, musím uvést také opačný přístup k dokonalému tělu, který má negativní účinky. Bohužel tento přístup neustále v obsahu dívčích časopisů převládá. Tato slova může potvrdit i Kadlecová, která uvádí, že dívčí časopisy zdůrazňují jako nejdůležitější hodnotu vypadat dobře. Podsouvají čtenářkám myšlenku, že vzhled je v moderním světě prioritou. Jako příklad Kadlecová uvádí, že dívčí časopisy často referují o úspěšné ženě, u které ale vyzdvihují její vzhled a ignorují její profesní úspěchy, tedy její osobnostní stránku (Kadlecová, 2007). Zde je tedy zřejmé, že každý článek v dívčím časopise má jeden záměr. I přestože se autorky snaží psát různorodé články, pokud by se člověk trochu zamyslel, vždy ucítí v podtextu nádech dokonalého vzhledu. Jako další utvrzující fakt může sloužit výzkum Jarolímkové, která na jeho základě shledává, že právě ženské a dívčí časopisy jsou jedním ze základních ohnisek vzniku poruch příjmu potravy. Jedna z dívek při výzkumu zmínila, že by chtěla vypadat jako „ty holky z časopisu“. Podle

Jarolímkové si ale většina dospívajících dívek neuvědomuje, že dívky ze stránek časopisů jsou jen počítačově vydesignované postavy (Mýtus krásy, 2007 [online]).

#### 2.4.3.3. Psychické problémy

Přebírání role dospělého všeobecně adolescentovi přináší různá rizika. Jak už jsem zmiňovala v předešlém textu, jedním z rizik může být porucha přijímání potravy. Dalším problémem se mohou stát deprese, které dospívající často doprovázejí. Jedním z nejrozšířenějších důvodů je u mladistvých odmítnutí lásky, či ztráta partnera. Proč se o tomto tématu zmiňuji? Důvodem jsou dívčí časopisy. Jejich náplní jsou především peníze, krása, štíhlost a láska. Tedy všechny faktory, které mohou být pro dospívající dívky rizikovými. Z vlastních zkušeností vím, že pro dospívající dívku jsou krása, láska a štíhlost nejdůležitějšími hodnotami. Dívčí časopisy tyto faktory ve velké míře idealizují - na svých stránkách zobrazují jen štíhlé dívky, romantické fotoromány vždy skončí šťastnou láskou a propagují především drahé výrobky. Dívky si ale neuvědomují, že to v běžném světě takto nechodí. Jedním z důvodů depresí může být nedostatek financí. Pokud by si čtenářka chtěla pořídit nějaký přípravek, který propagují dívčí časopisy, brzy zjistí, že ceny se pohybují na hranicích příjmů vyšší společenské vrstvy. Dalším důvodem může být postava modelek v dívčích časopisech. Jestliže je čtenářka silnější postavy, ani nemusím zdůrazňovat, jaké psychické problémy by jí prohlížení těchto portrétů mohlo přivodit. Jedním z důsledků může být například snížení sebevědomí a deprese. Nejčastějšími důvody ale beze všeho bývají u dospívajících dívek odmítnutí lásky, či ztráta partnera. Pokud dívka projde nějakým nepříjemným rozchodem, nemusí vždy tuto situaci unést. Dívčí časopisy zobrazují ve svých romantických fotorománech jen šťastné konce. Dívka pak má zidealizovanou představu o partnerském vztahu a nebere v úvahu jiné možné dopady.

Závěrem bych chtěla dodat, že zobrazení ideálního světa v dívčích časopisech není správné. Redaktorky by se v tomto případě měly zamyslet nad dopady, které tyto bludné informace mohou zanechat na svých čtenářkách. Poznávání reálného světa v období dospívání je pro dívky nesmírně důležité, proto by jim měly časopisy poskytnout i objektivní informace, kterým je v dívčích časopisech opravdu nedostatek.

## 2.5. Současná dívka: „Být IN“

Být IN – na nic jiného dnešní mládež nemyslí. Slovo přejaté z angličtiny, které v dnešní moderní společnosti každý zná. Přesto toto slovo nemá konkrétní význam.



Spousta dospívajících si pod ním představuje být moderní, tedy být společenský jedinec, oblečen podle nejnovějších trendů, „styl party“ apod. Tento styl podporují i dívčí časopisy. Všechny dívky, chlapci a milostné páry, které se v časopise objevují, jsou prezentováni v tomto duchu, např. časopis Top dívky nemá žádnou věkovou kategorii čtenářek, ale je určen pro všechny „COOL“ holky. Těžko říct, co tím redaktorky časopisu myslí. Dalším heslem je zkratka CSI, tzn., že všechny výrobky, které časopis prezentuje, jsou určeny pro všechny Cool, Sexy a In dívky (Top dívky, 12/2012). Redaktorky dívčích časopisů mají prostě rády převzatá anglická slova. Slova jako COOL a IN jsou dále přejata i do propagace výrobků – oblečení, šperků, módních doplňků apod.

#### 2.5.1. Jsem normální?

V období dospívání se pubescenti potýkají s otázkou, zda jsou normální. Zoufale se snaží být jako ostatní – jako kamarádi, jako jejich vzory, prostě normální. Jak už jsem zmiňovala v předchozím textu, dospívání je v tomto ohledu složitější zejména pro dívky. Všude ve svém okolí a v médiích dívky neustále vidí, jak by měla vypadat přitažlivá žena, jak je důležité vypadat atraktivně a jaký je současný ideál krásy. Dívky stojí před velkým úkolem, musí být hodnými holčičkami, ale zároveň musí odolávat tlaku konkurence. Preuschoff ve své knize uvádí příklad dívky, která své matce na otázku, co je příčinou toho, že jsou dívky tak nejisté, odpověděla, že velkou míru zde hrají časopisy pro dívky a ženy. Dcera odpověděla matce: „Ty časopisy ti radí, jaký si máš dát make-up a co si máš vzít na sebe. A když potom nevypadáš tak dobře, jak jsi čekala, jsi zklamaná (Preuschoff, 2007, s. 111).“ Další dívka v knize zmiňuje, že by občas chtěla být ženou ve středověku. V této době na ženy nebyl kladen takový nápor v oblasti vzhledu. Dívka dále uvádí, že se často neřídí svým rozumem, ale chová se tak, jak po ní vyžadují ostatní, zejména opačné pohlaví. Muži a chlapci mají rádi oddané, něžné, přitažlivé, štíhlé a srdečné ženy a dívky. Aspoň takto si dívka představuje, jaké mají muži a chlapci názory na své partnerky (Preuschoff, 2007). Dívčí časopisy propagují stejné myšlenky, jako si dívka myslí. Není se čemu divit, když pubescentky pochybují o tom, zda jsou normální. Dívkám jsou v časopisech předkládány příklady flexibilního životního stylu. Jejich rodiče je ale učí tradičním ženským rolím. Pro dospívající dívky je tedy velmi obtížné najít si středovou cestu z těchto možností.

### 2.5.2. Konzumerismus: značková mládež

Kadlecová ve své knize zmiňuje, že se dříve časopisy orientovaly především na školu a povinnosti s ní spojené. Po druhé světové válce se ale vše změnilo. Dívčí časopisy dostaly novou podobu, nakladatelé totiž objevili zákaznický potenciál dospívajících. Tento fakt byl, dá se říct, startérem pro nová témata dívčích časopisů. Jejich obsah se zcela změnil a začal se orientovat na módu, krásu a hodnoty s nimi spojené. Časopisy určené pro dívky dodnes vybízejí své čtenářky ke konzumu a tyto snahy redaktorek se pomalu ale jistě stupňují. Redaktorky se snaží skoro na každém listu dívčího časopisu skrýt, či neskrýt propagaci výrobků. Jedná se především o mobilní telefony, kosmetiku, obuv a oblečení – časopisy vybízejí ke koupi výrobků pod úmyslem dosáhnout lepšího společenského postavení. Navádějí čtenářky, že díky používání jejich výrobků dosáhnou určité stylovosti a společenské rovnováhy (Kadlecová, 2007). Dívčí časopisy se ani nesnaží skrýt vybízení ke konzumu. Po prostudování Top dívky jsem zjistila, že 1/3 celého časopisu nabízí oblečení či kosmetické výrobky – jedná se konkrétně o 23 stran. Pro příklad uvedu výroky, které jsou uvedeny u konzumních výrobků: „Let’s go shopping!, Cool doplňky., Všechno, co je teď trendy., Zázračné zbraně krásy. (Top Dívka, 12/2012)“ Tyto všechny výroky, či hesla nám potvrzují fakt, že vnucování konzumu a konformity je typické. Dívčí časopisy své čtenářky vybízejí ke koupi výrobků a slibují jim, že s tímto výrobkem bude dívka neodolatelná, stane se rebelkou, po které všichni kluci touží. Naslibují jim zaručený úspěch u druhého pohlaví. Realita je pak ale jiná.

Dalším výborným trikem výzvy ke konzumu je nevinná, ale neodolatelná panenka Barbie. Preuschoff ve své knize uvádí výrok, který vyslovila Nicky Marone a říká, že by se nad ním měla dnešní společnost zamyslet: „*Barbie je víc než panenka. Je to ikona moderního žensství, posvátný výtvar mužské fantazie, která se zbláznila a podkopává sebevědomí mnoha mladých dívek*“ (Preuschoff, 2007, s. 88). Panenka Barbie má velkolepou tradici a je milována již čtyřicet let. Barbie je typickou ukázkou myšlenky marketingového stratéga o ideální ženě, kterou by každý muž chtěl – štíhlá, prsatá, dlouhonohá, blondáta kráska s plnými rty. Největší problém spočívá ve vnímání krásy. Tlak na ženy a dívky je v tomto ohledu tak veliký, že se jich spousta podrobuje tomuto diktátu a především dospívající dívky (Preuschoff, 2007).

### 2.5.3. Přátelé na prvním místě

V období dospívání je pro dívku jednou z nejdůležitějších hodnot nalézt si přátele stejného či podobného věku. Začlenění do takovéto skupiny v roli pubescentky hraje nesmírně důležitou roli, dívky se vzájemně podporují, doplňují se a vyměňují své názory. Dívky v těchto partách rády experimentují s účesy, make-upem, oblečením apod. Roli rodičů se dospívající dívky snaží často ignorovat a nerespektují jejich názory. Rodina jde tedy stranou. Podle Preuschoffa tyto kolektivy napomáhají k utváření vlastní identity a společenských dovedností. V tomto životním období dívky přebírají své zkušenosti spíše od vrstevníků než od dospělých osob (Preuschoff, 2007).

Heslo „přátelé na prvním místě“ nezmiňují jen náhodou. Přítelem dospívající dívky totiž nemusí být jen živá bytost, za přítele se totiž považují i dívčí časopisy. Tyto časopisy se nesou v duchu přátel, rádců a průvodců. Občas se jedná o nejlepšího přítele, který vám se vším poradí – jak získat svého vysněného prince, jak se dostat do kondice a udržet si postavu snů, jaké milostné „figly“ používat u svého milého, jak se v dnešním světě oblékat apod. No není to tedy ideální přítel? V dnešním světě, kde vládne virtuální realita a moderní komunikační sítě, tento způsob dívky považují za jeden z nejspolehlivějších zdrojů rad a informací. Dívčí časopisy opravdu mohou některým čtenářkám nahrazovat reálné přátele, vždyť tyto časopisy spojují právě takové dívky, které mají stejné zájmy. Tvoří tak jednu velkou subkulturu. Dívky jsou odvážné a píšou do časopisů své nejintimnější informace. Ptají se na radu, kterou by jim ale mohli dát i rodiče, sourozenec či přátelé. Ony se ale přesto obrací na média. Co je k tomu vede? Myslí si snad, že je to diskrétnější postup? Těžko říct, je možné, že se stydí a tím, že napíše do dívčího časopisu, tak utají svou osobnost a zachovají si svou anonymitu. Dívčí časopisy opravdu přebírají roli přítele, a to občas přítele na prvním místě.

### **3. VÝZKUMNÁ ČÁST**

#### **3.1. Vymezení cíle výzkumu**

Vzhledem k tomu, že téma vlivu médií na dospívající mládež v České republice nebylo doposud probádané, myslím si, že je relevantní zabývat se alespoň dílčím tématem – a tím jsou dívčí časopisy. Myslím si, že toto téma je u nás velmi aktuální, ale veřejnost nemá ponětí, co se pod dívčími časopisy ve skutečnosti skrývá. Právě z tohoto důvodu jsem se v této části práce zabývala tím, jakým způsobem dívčí časopisy ovlivňují hodnotové postoje svých dospívajících čtenářek.

Výzkum jsem zaměřila na dívky v pubescentním věku, tj. ve věku 11 až 19 let. Vycházela jsem z faktu, že dívčí časopisy jsou určeny pro dospívající dívky a to ve věku 12 až 19 let. Dále si myslím, že dívky jsou v tomto věku nejovlivnitelnější a také velmi zranitelné. Snaží se odpoutat od světa dětí a vnést se do světa dospělých. Nachází se tedy na rozcestí, kdy rodina přestává na dívky mít takový vliv, proto mladé pubescentky hledají alternativu. Často touto alternativou bývají právě dívčí časopisy, které dívkám slouží jako průvodce překlenutí období dospívání.

#### **3.2. Použitá metoda**

Za výzkumnou strategii jsem zvolila kombinovanou metodu, která se skládá ze dvou částí. Pro kvantitativní metodu jsem zvolila dotazníkové šetření – anonymní dotazník dle vlastní konstrukce, který mi zajistil objektivní informace od respondentů. Dotazník se skládá z 23 otázek. V dotazníku lze nalézt uzavřené, polootevřené i otevřené otázky. Otevřené otázky jsem volila jen v případě, že jsem respondenta nechtěla ovlivňovat v jeho uvažování. Kompletní dotazník je přiložen v závěru práce jako příloha č. 1.

Pro kvalitativní metodu jsem pak zvolila interview s pravidelnými čtenářkami dívčích časopisů, které mi posloužilo k hlubšímu porozumění tématu. Interview probíhalo s pěti čtenářkami. U dotazování jsem se zaměřila na témata týkající se: důvodů čtení dívčích časopisů, vnímání informací v dívčích časopisech a na jejich kritiku.

#### **3.3. Výzkumné otázky a stanovené hypotézy**

Jako hlavní výzkumnou otázku jsem pro svůj výzkum zvolila:

**JAKÝM ZPŮSOBEM OVLIVŇUJÍ DÍVČÍ ČASOPISY HODNOTOVÉ POSTOJE SVÝCH DOSPÍVAJÍCÍCH ČTENÁŘEK?**

Pro dotazníkové šetření jsem si tuto širokou otázku dále rozdělila na několik dílčích otázek:

1. *Existuje rozdíl mezi postojem pravidelné čtenářky dívčích časopisů a dívkou, která časopisy čte jen ojediněle či vůbec?*
  - otázky 1 – 5
2. *Ovlivňují nějakým způsobem dívčí časopisy tělesný vzhled dospívajících dívek?*
  - otázky 6 - 11
3. *Slouží dívčí časopisy svým čtenářkám jako únik do feminního světa?*
  - otázky 12 – 19
4. *Mají dívčí časopisy natolik silný vliv na své čtenářky, že myšlenky z dívčích časopisů přenášejí do svého reálného života?*
  - otázky 20 - 23

K těmto čtyřem dílčím otázkám jsem vytvořila čtyři hypotézy, které jsem výzkumem chtěla potvrdit. Ke každé hypotéze jsem poté vytvořila několik výzkumných otázek, které mi danou hypotézu co nejlépe zmapovaly.

#### Hypotéza č. 1:

***Pravidelné čtenářky dívčích časopisů mají na rozdíl od „občasných čtenářek či nečtenářek“ odlišný hodnotový žebříček, který upřednostňuje módu, nejnovější trendy a konzumerismus.***

Vzhledem k náplni a obsahu dívčích časopisů, které popisuji v teoretické části, předpokládám, že dívky – čtenářky tento obsah přitahuje a zajímá. Móda, líčení, nakupování a krásná těla jsou jejich koníčkem, proto mají jiný hodnotový systém než dívky, které časopisy nečtou. Dívky – „občasné čtenářky a nečtenářky“ jistě k dívčím časopisům přistupují kritičtěji a tedy i s větším nadhledem, tzn., že jejich zájmy budou odlišné a založené na jiných hodnotách.

Výzkumné otázky:

1. *Věk*
2. *Jak často si kupuješ dívčí časopis?*
3. *Pokud jsi pravidelnou čtenářkou dívčího časopisu, zaškrtni, jaký časopis odebíráš.*
4. *Uved' názvy dívčích časopisů, které alespoň někdy čteš. (pokud žádné nečteš, položku proškrtni)*
5. *Z jakého důvodu si kupuješ dívčí časopisy?*

Hypotéza č. 2:

***Dívčí časopisy do jisté míry zcela určitě ovlivňují vzhled svých čtenářek díky propagaci fotek štíhlých postav a nejnovějších módních trendů.***

Vzhledem k tomu, že jsem v dívčích časopisech nenašla fotku, kde by byla zobrazena žena či dívka plnějších tvarů, usuzuji, že čtenářky nemají představu o reálném světě. Dívčí časopisy zobrazují jen zkraslený a zidealizovaný svět. Jejich propagace je založená na kráse, ať už se jedná o štíhlá těla či o zkrášlovací prostředky. Myslím si, že každá dospívající dívka sní o tom vypadat jako modelka.

Výzkumné otázky:

6. *Jsi spokojená se svým tělem?*
7. *Držela jsi už někdy nějakou dietu, která byla doporučena v dívčím časopise?*
8. *Myslíš si, že dívka, která by chtěla být oblíbená u kluků, by se měla řídit dívčími časopisy?*
9. *Máš přítele? Pokud ano, jak dlouho s ním chodíš?*
10. *Jakou dívku si myslíš, že by kluk jménem Otík pozval na rande?*
11. *Vadilo by ti vypadat jako dívka č. 2?*

Hypotéza č. 3:

***Dívčí časopisy ve velké míře upevňují genderové stereotypy.***

U této hypotézy vycházím z faktu, že dívčí časopisy jsou určeny pro dospívající dívky, a to ve věku 12 – 19 let. Jedná se o období, kdy jsou dívky nejvíce ovlivnitelné a snaží se najít oporu jinde než u svých rodičů. Pokud jim tato opora nebude nabídnuta od

svých přátel či partnera, může se dívka obrátit na dívčí časopis, který jí poslouží jako průvodce obdobím puberty. Dívky se tak mohou odpoutat od okolního světa a časopis mohou považovat za náhražku blízkého vztahu. Proto si nemyslím, že by takto laděný časopis mohl zajímat chlapce. Dívčí časopisy zacházejí i do intimností a snaží se dívkám říci, že se mají chovat a vypadat jako dívky. Jakákoliv odlišnost je z pohledu těchto časopisů nepřipustná. Pokud jsou dívky už v takovém věku, že je tyto časopisy nezajímají, je zde náhražka, a to časopisy pro ženy, které v tomto duchu ženu provázejí dále.

Výzkumné otázky:

12. *Jaký máš k dívčím časopisům vztah?*
13. *Vyhovuje ti obsah dívčích časopisů, pokud ne, jaké téma by tě v dívčích časopisech zaujalo?*
14. *Svěřila ses dívčímu časopisu někdy s nějakým problémem, nebo si žádala o radu?*
15. *Baví tě číst fotoromány?*
16. *Máš nějaký svůj idol? Pokud ano, z jakého zdroje se o něm dozvídáš?*
17. *Jak rozumíš slovu **gender**?*
18. *Můžeš o nějakém z dívčích časopisů říci, že ti může sloužit jako průvodce tvým obdobím dospívání?*
19. *Pokud máš někdy mizernou náladu a nechceš být v ničí společnosti, slouží ti dívčí časopis jako odreagování od okolního světa?*

Hypotéza č. 4:

***Dívčí časopisy skrývají silnou ideologii, kterou dívky jako čtenářky přejímají do svého běžného života.***

Časopisy se ve velké míře snaží, kromě již zmiňovaných hodnot, propagovat i konzumerismus. To už samo o sobě napovídá, že jsou v tomto směru časopisy úspěšné a dívky jsou tímto tématem v mnohém zasažené. K dalším myšlenkám, které zobrazují tyto časopisy, patří specifická mluva, kterou si myslím, že dívky v běžné řeči používají. Je tu i spousta jiných znaků, které mě přesvědčily o tom, že mnoho nápadů, materiálních hodnot a postojů čtenářky přejímají do svého běžného života.

Výzkumné otázky:

20. *Dívčí časopisy používají specifický jazyk, můžeš alespoň přibližně vysvětlit, jak rozumíš slovům: „Love story“, Být „Cool“ či „In“ a „Vymazlená kočička“?*
21. *Používáš občas některé výrazy z otázky č. 20 i v běžné mluvě?*
22. *Máš už za sebou nějaké sexuální zkušenosti, pokud ano, zkusila jsi nějaké rady z dívčích časopisů?*
23. *Dozvíš se v dívčím časopise nějaké informace, na které se stydíš zeptat svých rodičů?*

### **3.4. Výzkumný soubor**

Výzkumný soubor pro kvantitativní část mé práce tvoří 105 dívek ve věku 11 – 19 let. Průměrný věk dívek je 11,6 let. Přehledné zastoupení věku dívek viz Tabulka č. 1. Samotná prezentace dotazníků probíhala od 26. února 2013 do 12. března 2013. K vyplnění dotazníků mi sloužily zájmové kroužky v uměleckých školách nebo klubech, kam chodí dívky různého věku a z různých míst bydliště. Všechny dospívající dívky jsou z kolínského okresu. Navštívila jsem dramatický kroužek v ZUŠ Pečky, divadelní kroužek v ZUŠ Kolín, Taneční skupinu DC Glow Pečky a Taneční skupinu Inferno Kolín.

Rozhovory, které doplňují mou praktickou část jako kvalitativní výzkum, probíhaly v témže čase, a to od 26. února 2013 do 12. března 2013. Rozhovory se týkaly pěti pravidelných čtenářek dívčích časopisů různého věku.

### **3.5. Způsob zpracování dat**

U kvantitativní části mého výzkumu jsem při zpracování výstupů z dotazníků použila kvantitativní analýzu dat. Po sesbírání potřebných dat jsem hned v úvodu provedla čištění dat, tedy analýzu respondentů. Ze 120 rozdaných dotazníků jsem vytřídila 15 z nich, které obsahovaly nesrozumitelné nebo chybějící odpovědi na otázky. Jako výzkumný vzorek mi tedy sloužilo 105 dotazníků. Data z těchto dotazníků jsem dále použila k ověřování stanovených hypotéz a tvorbě tabulek a grafů.

U kvalitativní části sběru dat jsem použila interview. Výstupy z rozhovorů jsem poté zpracovala pomocí obsahové analýzy.



## 4. VÝSLEDKY VÝZKUMU A JEJICH DESKRIPTICE

### 4.1. Kvantitativní výzkum – výsledky dotazníkového šetření

Pro výzkumnou část jsem si stanovila čtyři hypotézy, které měly být potvrzeny 23 dílčími výzkumnými otázkami. Těchto 23 otázek jsem kvůli lepší srozumitelnosti a potvrzení hypotéz ještě rozdělila do čtyř nadřazených úseků, tzn., že s každou hypotézou souvisí více otázek, aby byla zajištěna reprezentativnost výsledku.

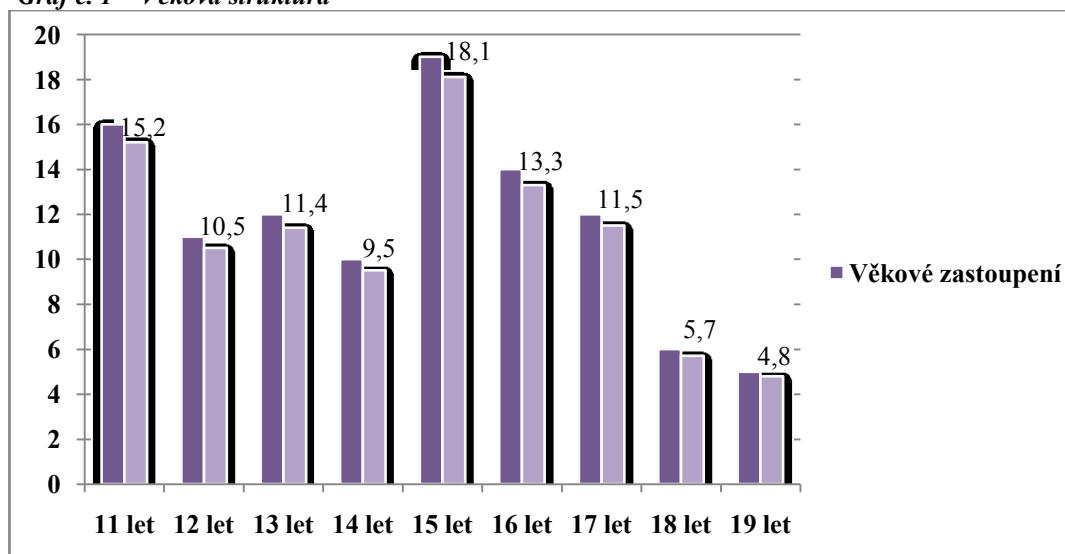
#### 4.1.1. První otázka – Existuje rozdíl mezi postojem pravidelné čtenářky dívčích časopisů a dívkou, která časopis čte jen ojediněle či vůbec?

##### 4.1.1.1. Základní informace o respondentkách (otázka v dotazníku č. 1)

Tab. č. 1 – Věková struktura

Věk dívek	Věkové zastoupení	Věkové zastoupení v %
11 let	16	15,2
12 let	11	10,5
13 let	12	11,4
14 let	10	9,5
15 let	19	18,1
16 let	14	13,3
17 let	12	11,5
18 let	6	5,7
19 let	5	4,8
<b>Celkem</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

Graf č. 1 – Věková struktura



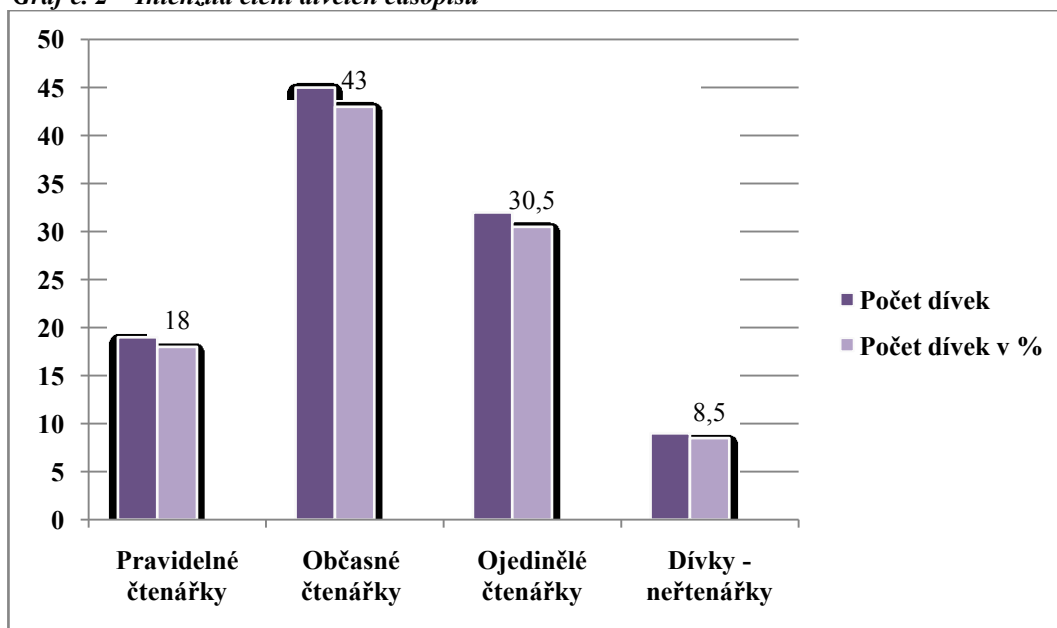
Dotazníkové šetření proběhlo pouze u dívek, které mohou být, nebo jsou čtenářkami dívčích časopisů a reprezentují dospívající dívky ve věku od 11 do 19 let, kterým jsou tyto časopisy určeny. Průměrný věk dívek je 11,6 let. Z grafu je zřejmé, že největší zastoupení ve výzkumném vzorku tvoří 15tileté dívky. Naopak nejmenší zastoupení tvoří 19tileté dívky.

#### 4.1.1.2. Jak často si dívka kupuje dívčí časopisy (otázka v dotazníku č. 2)

Tab. č. 2 – Intenzita čtení dívčích časopisů

Možnosti odpovědí	Počet dívek	Počet dívek v %
Jsem pravidelnou čtenářkou.	19	18
Občas si dívčí časopis koupím.	45	43
Časopis si koupím zřídka kdy.	32	30,5
Vůbec dívčí časopisy nečtu.	9	8,5

Graf č. 2 – Intenzita čtení dívčích časopisů



V tomto grafu je znázorněna intenzita, která zobrazuje, jak často si dívky kupují dívčí časopisy. Z grafu je zřejmé, že čtení dívčích časopisů je u dospívajících dívek velmi rozšířené. 19 dívek (18%) v dotazníku uvedlo, že jsou pravidelnými čtenářkami, tudíž odebírají nějaký dívčí časopis. Naopak pouze 9 dotázaných dívek tvrdí, že dívčí časopisy vůbec nečtou. Jejich důvody viz následující tabulka č. 3. Největší zastoupení ve výzkumném vzorku měly dívky, které si občas dívčí časopis koupí – 45 dívek (43%) je občasnými čtenářkami.

4.1.1.3. *Důvody, proč některé z dívek nečtou dívčí časopisy (otázka v dotazníku č. 2)*

**Tab. č. 3 – Důvody, proč některé z dívek nečtou dívčí časopisy**

Uvedené důvody	Počet dívek	Počet dívek v % z celkové počtu dotázaných
V dívčích časopisech jsou „nesmysly“ (informace nejsou pravdivé).	2	1,9
Nezajímavý obsah dívčích časopisů.	3	2,8
Mám málo času na čtení dívčích časopisů.	2	1,9
Jsou pro mě moc drahé.	2	1,9

Tato tabulka zobrazuje důvody, proč některé dotázané dívky nemají zájem o dívčí časopisy. Do tabulky jsem zahrнула veškeré možné důvody, které dívky do dotazníku uvedly. Jednalo se o 9 dotázaných dívek ze 105, které uvedly, že dívčí časopisy vůbec nečtou. Z této tabulky je zřejmé, že pro 3 dotázané dívky nejsou dívčí časopisy zajímavé z hlediska jejich obsahu. Mezi další důvody patřila peněžní cena a drahocenný čas, který 2 z dívek nechtějí trávit čtením dívčích časopisů.

4.1.1.4. *Závislost mezi věkem dívek a čtením dívčích časopisů*

**Tab. č. 4 – Závislost mezi věkem dívek a čtením dívčích časopisů**

Věk čtenářek	Počet čtenářek dívčích časopisů	Počet nečtenářek	Počet dotazovaných dívek
11 let	15	1	16
12 let	11	0	11
13 let	12	0	12
14 let	10	0	10
15 let	19	0	19
16 let	14	0	14
17 let	11	1	12
18 let	3	3	6
19 let	1	4	5
<b>Celkem</b>	<b>96</b>	<b>9</b>	<b>105</b>

Tato tabulka zobrazuje závislost věku dívek na čtení dívčích časopisů. Z této tabulky je zřejmé, že nejvíce čtenářek se pohybuje mezi 14 až 15 rokem. Nejpočetnější zastoupení pak mají 15tileté dívky. Dále je zřejmé, že čím je dívka starší, tím je menší pravděpodobnost, že bude čtenářkou dívčího časopisu. Z pěti dotazovaných 19tiletých dívek byla čtenářkou dívčího časopisu pouze jedna dívka. Pokud nějaká ze starších respondentek uvedla, že je čtenářkou, jednalo se spíše o ne zcela úplně dívčí časopis jako je např. Joy, Cosmopolitan apod. Tyto časopisy už nelze popsat jako typicky dívčí.

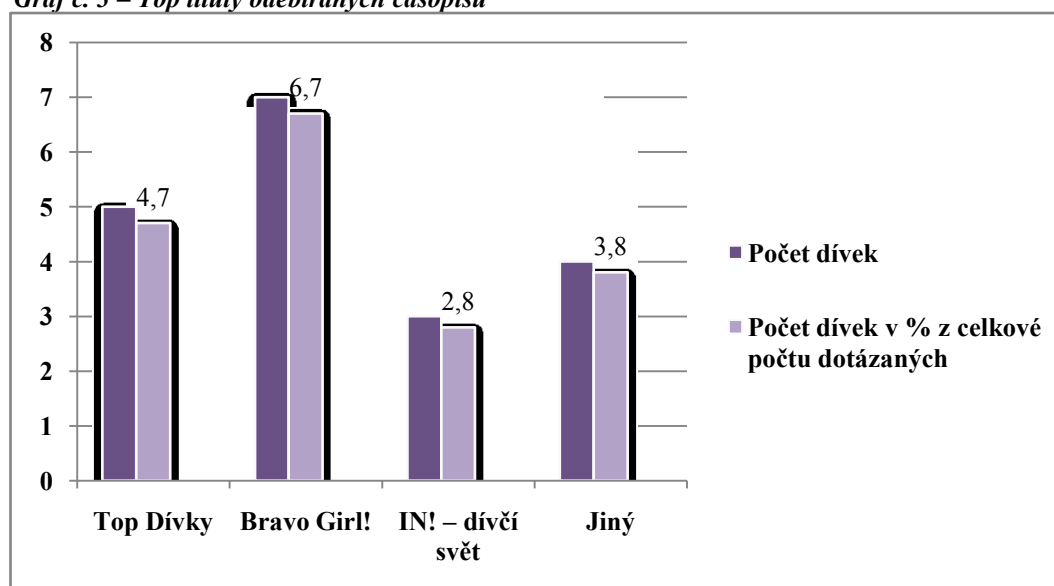
Jedním z důvodů je např. jiný obsah, který se spíše zaměřuje na péči o tělo, rodinu, vaření apod. Milostné články pro mladistvé, typické pro dívčí časopisy, zde například zcela chybí. Naopak všechny dotazované dívky ve věku od 12 do 16 let byly čtenářkami alespoň nějakého dívčího časopisu.

#### 4.1.1.5. Nejčtenější tituly pravidelných čtenářek (otázka v dotazníku č. 3)

Tab. č. 5 – Top tituly odebíraných časopisů

Tituly dívčích časopisů	Počet dívek	Počet dívek v % z celkové počtu dotázaných
Top Dívky	5	4,7
Bravo Girl!	7	6,7
IN! – dívčí svět	3	2,8
Jiný	4	3,8
<b>Celkem</b>	<b>19</b>	<b>18</b>

Graf č. 3 – Top tituly odebíraných časopisů



Vzhledem k tomu, že se v předchozí otázce označilo 19 dívek jako pravidelné čtenářky dívčích časopisů, tato otázka byla zaměřena na tituly, které dívky pravidelně odebírají. Mezi nejčtenější pravidelně odebíraný titul patří časopis Bravo Girl!, poté Top dívky a jako nejméně populární se projevil časopis IN! – Dívčí svět. Tento výsledek je pravděpodobně zapříčiněn tím, že časopis IN! – dívčí svět má pouze elektronickou podobu a tištěnou podobu lze získat jen předplatným časopisu na jeho internetových stránkách. Dala jsem dívkám prostor i pro jiné dívčí časopisy. Čtyři dívky v dotazníku uvedly, že odebírají jiný dívčí časopis, než bylo uvedeno. Jednalo se o časopisy *Bravo* a *Popcorn*. Tyto časopisy jsem do nabídky nezařadila záměrně, protože

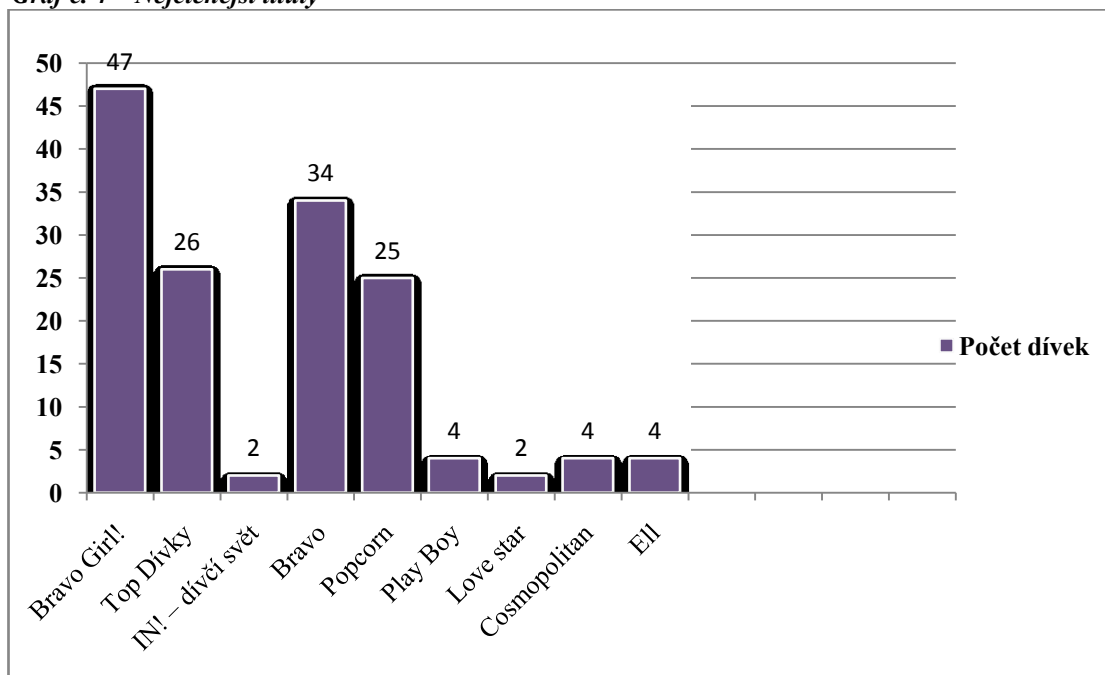
se o dívčí časopisy nejedná. Jedná se o časopisy pro mládež s podobným obsahem, ale tyto časopisy nejsou genderově zaměřené, tzn., že nejsou určeny pouze pro dívky. Ostatní dívky (86 dívek) uvedly, že nejsou pravidelnými čtenářkami.

#### 4.1.1.6. Nejčtenější dívčí časopisy (otázka v dotazníku č. 4)

Tab. č. 6 – Nejčtenější tituly

Tituly dívčích časopisů	Počet dívek
Bravo Girl!	47
Top dívky	26
IN! – dívčí svět	2
Bravo	34
Popcorn	25
Play Boy	4
Love star	2
Cosmopolitan	4
Ell	4

Graf č. 4 – Nejčtenější tituly



U této otázky měly dívky možnost napsat více než jeden titul dívčího časopisu, který si alespoň někdy koupí. Z grafu vyplývá, že nejčtenějším titulem je časopis Bravo Girl! Za pozornost stojí i časopis Top dívky, který si kupuje 26 dívek ze 105 dotázaných. Naopak časopis IN! – dívčí svět u dospívajících dívek není moc populární, pouhé dvě dívky uvedly, že si ho občas koupí. Další časopisy, které jsou

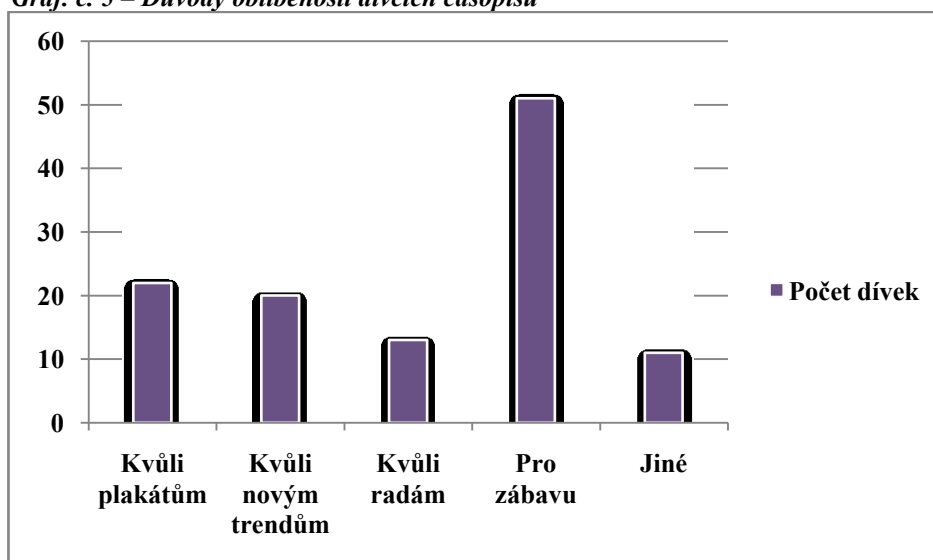
v tabulce a grafu uvedeny, nepatří mezi typicky dívčí časopisy – jedná se o časopisy pro mládež. Nejpopulárnějším časopisem pro mládež se stal titul Bravo.

#### 4.1.1.7. Důvody oblíbenosti dívčích časopisů (otázka v dotazníku č. 5)

Tab. č. 7 – Důvody oblíbenosti dívčích časopisů

Důvody	Počet dívek
Kvůli plakátům	22
Kvůli novým trendům	20
Kvůli radám	13
Pro zábavu	51
Jiné	11

Graf. č. 5 – Důvody oblíbenosti dívčích časopisů



U této otázky měly dívky opět možnost uvést více než jeden důvod, proč si kupují dívčí časopisy. Z grafu je zřejmé, že dominantní odpovědí byla odpověď „zábava.“ Druhým nejčastějším důvodem byly plakáty, které nechybí v žádném dívčím časopise. 20 dívek uvedlo, že je dívčí časopisy zajímaví kvůli novým trendům a 13 dívek uvedlo jako důvod rady, které tyto časopisy nabízejí. U této otázky mohly dívky uvést i jiné důvody. Objevily se 3 další, a to kvůli muzice, celebritám a kvůli dárkům.

#### 4.1.2. Vyhodnocení hypotézy č. 1:

Hypotéza č. 1:

*Pravidelné čtenářky dívčích časopisů mají na rozdíl od „občasných čtenářek či nečtenářek“ odlišný hodnotový žebříček, který upřednostňuje módu, nejnovější trendy a konzumerismus.*

*Hypotéza č. 1* byla podložena pěti výzkumnými otázkami. Zda se hypotéza potvrdila, není jednoznačné určit, neboť jen 9 respondentek ze 105 potencialních čtenářek dívčích časopisů uvedly, že tyto časopisy vůbec nečtou. Na druhou stranu 5 z nich jako důvod svého nezájmu uvedlo, že pro ně obsah časopisů není zajímavý a informace v nich nejsou pravdivé (Tab. č. 3). Na tomto základě se tedy domnívám, že jejich hodnotový žebříček bude alespoň z části odlišný, než u pravidelných čtenářek či dívek, které čtou dívčí časopisy ojedinele. Velkou roli u hodnot dospívajících dívek hraje věk, to nám potvrzuje Tab. č. 4. Ta zobrazuje závislost mezi věkem dívek a čtením dívčích časopisů. Z této tabulky je zřejmé, že hodnotový žebříček dívek se s postupem jejich věku mění a čím je dívka starší, tím je menší pravděpodobnost, že bude čtenářkou dívčích časopisů. Z toho vyplývá, že se její zájmy mění a obsah těchto časopisů už pro ni není zajímavý.

#### 4.1.3. **Druhá otázka** – Ovlivňují nějakým způsobem dívčí časopisy tělesný vzhled dospívajících dívek?

##### 4.1.3.1. *Spokojenost dívky se svým tělem (otázka v dotazníku č. 6)*

**Tab. č. 8 – Spokojenost dívky se svým tělem**

<b>Možnosti</b>	<b>Počet dívek</b>	<b>Počet dívek v %</b>
Ano	34	32,4
Ne	71	67,6

Tato tabulka nám jasně ukazuje, že naprostá většina dívek není spokojená se svým tělem, což je v tomto věku poněkud znepokojující fakt. Pouhých 34 ze 105 dotázaných dívek je se svým tělem spokojeno. 71 dívek ale se svým tělem spokojeno není. Jedním z důvodů, proč tomu tak je, může být mediální propagace štíhlých a vypracovaných těl, která jsou zobrazena na plakátech, na billboardech, v TV, na internetu, v tiskovinách apod.

##### 4.1.3.2. *Diety z dívčích časopisů (otázka v dotazníku č. 7)*

**Tab. č. 9 – Diety**

<b>Možnosti</b>	<b>Počet dívek</b>	<b>Počet dívek v %</b>
Ano	33	31,4
Ne	72	68,6

Tabulka nám zobrazuje fakt, že 33 dívek (31,4%) už ve svém věku držely nějakou dietu, která byla doporučena v dívčím časopise. 72 dívek žádnou takovou dietu nezkusilo. I přestože většina dívek uvedla, že dietu nedržela, myslím si, že číslo 33 je poněkud vysoké. Když si uvědomím, jakého věkového rozmezí respondentky byly, nemyslím si, že by nějaká dieta byla vhodná. Jejich tělo se v tomto věku potřebuje rozvíjet. Dále z této tabulky vyplývá, že 33 respondentek má k dívčím časopisům velkou důvěru, pokud mají odvahu vyzkoušet nějakou dietu, která je zde doporučena.

#### 4.1.3.3. Oblíbenost u kluků na základě čtení dívčích časopisů (otázka v dotazníku č. 8)

**Tab. č. 10 – Oblíbenost u kluků na základě čtení dívčích časopisů**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano	18	17
Ne	87	83

U této otázky se dívky měly vyjádřit k tomu, zda si myslí, že dívky oblíbené u chlapců by se měly řídit trendy, módou a radami z dívčích časopisů. Pouhých 18 dívek se přiklonilo k možnosti ano. Převážná většina respondentek však odpověděla, že na tomto faktu nezáleží, tudíž označily odpověď ne.

#### 4.1.3.4. Vztah s partnerem (otázka v dotazníku č. 9)

**Tab. č. 10 – Vztah s partnerem**

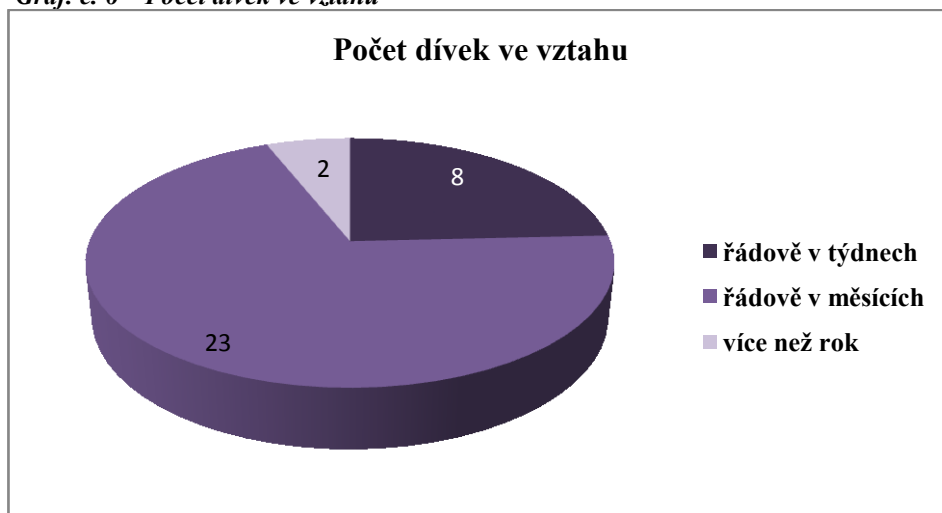
Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, mám.	33	31,4
Ne, nemám.	72	68,6

Z této tabulky je zřejmé, že 33 dívek je v partnerském vztahu. 72 dívek partnera nemá. Z toho vyplývá, že čtení dívčích časopisů opravdu na partnerství nemá nijak velký vliv, neboť ze 105 dotázaných čte dívčí časopisy, alespoň občas, 96 dívek, ale partnerský vztah má z nich pouze 33 dívek.

Následující graf zobrazuje počet dívek ve vztahu. Pokud dívky odpověděly, že mají partnera, měly možnost vyjádřit, jak dlouho tento vztah trvá. To nám zobrazuje graf č. 6. Z grafu je na první pohled zřejmé, že největší zastoupení mají vztahy, které trvají řádově v měsících. Naopak nejmenší zastoupení mají dlouhodobější vztahy, tj. vztahy trvající déle než jeden rok. Takový vztah mají pouze 2 dívky ze 105 dotázaných.



Graf. č. 6 – Počet dívek ve vztahu



4.1.3.5. *Názor dívky na tělesný vzhled (otázka v dotazníku č. 10)*

Otázka pro dívky v tomto případě, zněla: Jakou dívku si myslíš, že by kluk jménem Otík pozval na rande? (*Obě dívky jsou charakterově i inteligenčně stejné – takové, jaké Otík chce.*)

Dívka č. 1



Dívka č. 2



Tab. č. 11 – Názor dívky na tělesný vzhled

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Dívka č. 1	85	81
Dívka č. 2	20	19

U této otázky mě především zajímalo, zda respondentky vyberou atraktivnější dívku, která je ale úplně stejná jako dívka č. 2. Cílem této otázky bylo, na jaké hodnoty dívky přihlížejí a jaké priority si myslí, že jejich opačné pohlaví upřednostňuje. To nám dokazují odpovědi, v nichž se 85 dívek přiklonilo k dívce č. 1.

#### 4.1.3.6. Doprovodná otázka ke vzhledu respondentky (otázka v dotazníku č. 11)

Tab. č. 12 – Doprovodná otázka ke vzhledu respondentky

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, vadilo.	84	80
Ne, nevadilo.	21	20

Tato otázka sloužila jako doplnění předchozí otázky. Dívky zde měly odpovědět, zda by jim vadilo vypadat jako dívka č. 2. Z tabulky je zřejmé, že 84 respondentek by rozhodně jako dívka č. 2 vypadat nechtělo. Pouhým 21 dívkám by tento vzhled nevadil. U zdůvodnění těchto výsledků se opět přikloním k mediální propagaci, která zobrazuje nereálná dokonalá těla. Proto se nelze divit, že mnoho dívek se svá těla snaží všemi způsoby vypracovat do dokonalé podoby.

#### 4.1.4. Vyhodnocení hypotézy č. 2:

Hypotéza č. 2:

***Dívčí časopisy do jisté míry zcela určitě ovlivňují vzhled svých čtenářek díky propagaci fotek štíhlých postav a nejnovějších módních trendů.***

*Hypotéza č. 2* byla podložena šesti výzkumnými otázkami. Podle mého názoru se tato hypotéza potvrdila. Dívčí časopisy mají jistý podíl na vzhledu svých čtenářek. To nám dokládá především otázka č. 7, kde 33 respondentek odpovědělo, že zkusily nějakou dietu doporučenou v dívčím časopise. Pokud vezmeme v úvahu věk respondentek, tj. od 11 do 19 let, je neuvěřitelné, že dívky v tak útlém věku už své tělo potrápily nějakou dietou doporučenou právě v dívčím časopise. Z této otázky dále vyplývá, že dívky do dívčích časopisů vkládají velkou důvěru. Otázka č. 6 (tab. č. 8) nám jasně ukazuje, že převážná většina dívek (71 dívek) není spokojena se svým tělem. Další otázky, které potvrzují tento fakt, jsou otázky č. 10 a 11. Nadměrná většina dívek by chtěla mít vypracované a štíhlé tělo. Nemohu tvrdit, že je tento fakt přímo závislý na dívčích časopisech, ale mohu tvrdit, že tyto časopisy na svých stránkách jiná těla nezobrazují a tím zkreslují realitu. Na tomto základě lze tvrdit, že dívčí časopisy své čtenářky ovlivňují. Pak se nelze divit, že 67,6% dívek je nespokojeno se svým tělem a část z nich už vyzkoušelo dietu z dívčích časopisů. U otázek č. 8 a 9 mě především zajímalo, zda si respondentky myslí, že je čtení dívčích časopisů (módních článků, rad o líčení a péči o tělo apod.) dobrým přínosem pro navázání vztahu s přítelem. Vzhledem k tomu, že 72 dívek nemá žádného partnera (tab. č. 10), chápu to, že jen 18

respondentek odpovědělo, že oblíbenost u druhého pohlaví je závislá na čtení dívčích časopisů. 87 dívek odpovědělo, že mezi čtením těchto časopisů a navazováním vztahu s partnerem vztah není. Otázka č. 8 by potvrdila hypotézu v případě, že by více respondentek mělo vztah s přítelem, tzn., že tato otázka mi k potvrzení hypotézy nemohla sloužit.

#### 4.1.5. Třetí otázka – Slouží dívčí časopisy svým čtenářkám jako únik do feminního světa?

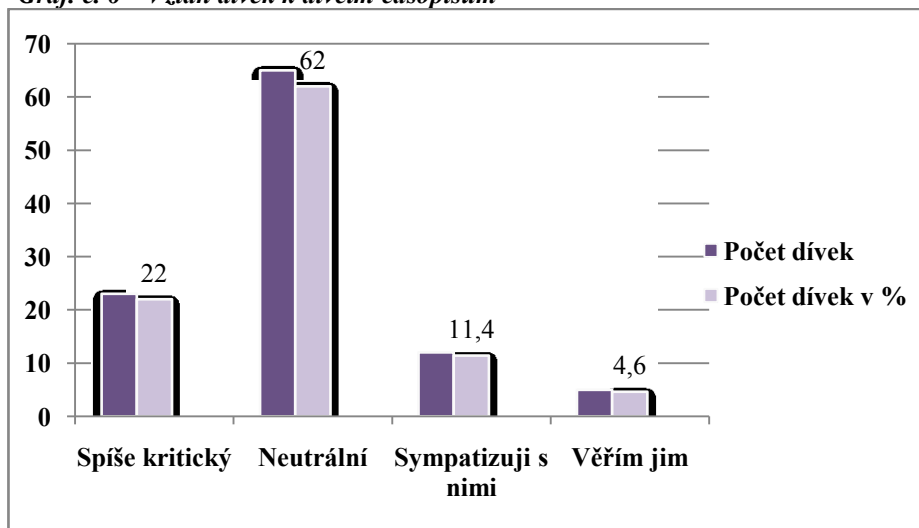
##### 4.1.5.1. Vztah dívek k dívčím časopisům (otázka v dotazníku č. 12)

Tab. č. 13 – Vztah dívek k dívčím časopisům

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Spíše kritický	23	22
Neutrální	65	62
Sympatizují s nimi	12	11,4
Věřím jim	5	4,6

Tato tabulka nám zobrazuje vztah dívek k dívčím časopisům. Z výsledků je zřejmé, že největší zastoupení mají dívky, které mají k dívčím časopisům neutrální vztah. Jedná se o 65 dívek (62%). Naopak jen 5 dívek uvedlo, že těmto časopisům věří. Překvapilo mě, že 23 dívek popsalo svůj vztah k dívčím časopisům jako kritický, neboť předchozí výsledky tomuto faktu neodpovídají. Celkově mě tento výsledek zklamal. Podle mého úsudku by každá dívka měla mít nějaký názor či vztah k tiskovině, kterou čte. Ve velké míře mě zaskočilo, kolik dívek má k dívčím časopisům kritický vztah, protože jen 9 dívek z celkového počtu respondentek uvedlo, že nejsou čtenářkami.

Graf. č. 6 – Vztah dívek k dívčím časopisům



Pro lepší znázornění jsem výsledky uvedla i do grafického zpracování. Zde je krásně vidět, že neutrální, čili žádný názor, na dívčí časopisy u respondentek zcela převládá.

#### 4.1.5.2. Spokojenost s obsahem dívčích časopisů (otázka v dotazníku č. 13)

**Tab. č. 14 – Spokojenost s obsahem dívčích časopisů**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Jsem spokojena	81	77
Nejsem spokojena	24	23

Tato tabulka nám zobrazuje spokojenost dívek s obsahem dívčích časopisů. Vidíme, že většina dívek s obsahem sympatizuje a žádné téma jim nechybí. Jedná se o 81 dívek. Naopak 24 dívek s obsahem spokojeno není. Dala jsem dívkám možnost napsat, o jaká témata či informace by v dívčích časopisech měly zájem. Tato témata jsou uvedena v následující tabulce.

#### 4.1.5.3. Žádaná témata (otázka v dotazníku č. 13)

**Tab. č. 15 – Žádaná témata**

Témata	Počet dívek	Počet dívek v %
Články o politice	1	1
Více muziky	2	2
Více pravdivých článků	3	2,9

Mezi nejžádanější chybějící informace patřily články, které jsou více založené na pravdě. Tyto informace chybí 3 dívkám. Jedná se o dívky, jejichž vztah k dívčím časopisům označily jako kritický. Mezi další žádaná témata patřila politika a články o muzice. Ostatní dívky, které uvedly, že jsou s obsahem nespokojené, nenapsaly žádné téma, o které by dívčí časopisy rozšířily. Jedná se o 18 dívek.

#### 4.1.5.4. Důvěra čtenářek v dívčí časopisy (otázka v dotazníku č. 14)

**Tab. č. 16 – Důvěra čtenářek v dívčí časopisy**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano	27	25,7
Ne	78	74,3

U této otázky jsem se dívek zeptala, zda by se dívčímu časopisu někdy světily s nějakým problémem, nebo požádaly o radu. Větší procento dívek se přiklonilo k možnosti nesvěřit se. Jedná se o 78 dívek. Naopak 27 dívek uvedlo, že by se dívčímu

časopisu se svým problémem svěřilo. Vzhledem k tomu, že u otázky č. 12 mělo pouze 17 dívek kladný vztah k dívčím časopisům (12 dívek s nimi sympatizuje a 5 dívek časopisům věří), je tento výsledek opět poněkud překvapující. Z těchto dvou otázek totiž vyplývá, že počet dívek, které mají kladný vztah k dívčím časopisům, není úměrný počtu dívek, které by se dívčím časopisům svěřily, nebo je žádaly o radu.

#### 4.1.5.5. Fotoromány (otázka v dotazníku č. 15)

**Tab. č. 17 – Fotoromány**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, baví mě.	67	64
Ne, nebaví mě.	38	36

Tato tabulka nám zobrazuje, zda dívky baví číst fotoromány. Ze 105 dotázaných dívek fotoromány baví číst 67 dívek, což je více než polovina. Naopak 38 dívek tvrdí, že pro ně nejsou zajímavé. Je nutné dodat, že fotoromány nemění svůj obsah, vždy se jedná o nešťastnou lásku mezi teenagery, která má ale vždy šťastný konec. I přesto jsou fotoromány stále populární a většina dívek si tento příběh přečte.

#### 4.1.5.6. Dívčí idol (otázka v dotazníku č. 16)

**Tab. č. 18 – Dívčí idol**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, mám.	91	87
Ne, nemám.	14	13

U této otázky jsem se dívek ptala na to, zda mají svůj idol a pokud ano, chtěla jsem vědět zdroj, ze kterého se o něm dozvídají (viz následující tabulka). Výsledek mě překvapil. Pouhých 14 dívek nemá žádný idol a 91 dívek ano.

#### 4.1.5.7. Zdroje dívčích idolů (otázka v dotazníku č. 16)

**Tab. č. 19 – Zdroje dívčích idolů**

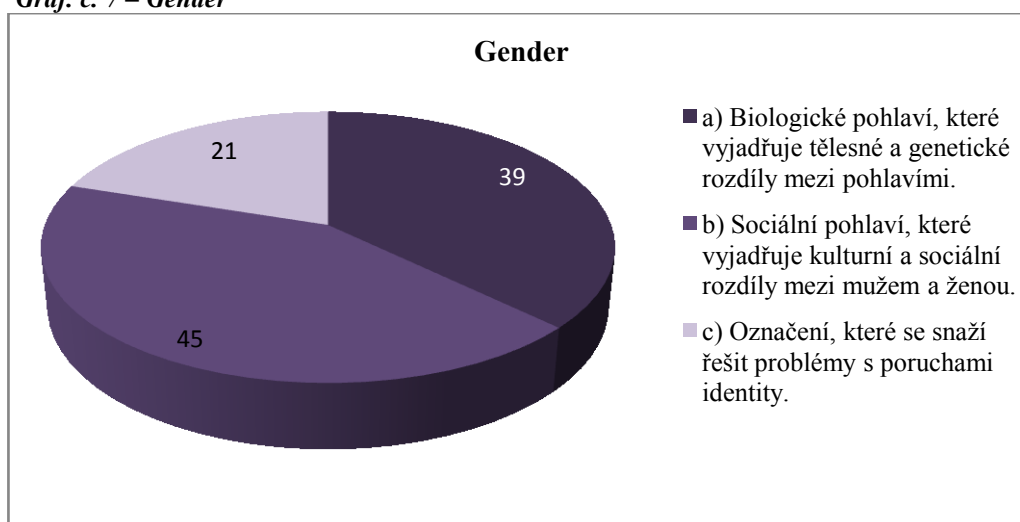
Možnosti	Počet dívek
TV	25
Dívčí časopisy	19
Internet	57
Jiný zdroj	4

Tato tabulka zobrazuje zdroje, ze kterých se dívky dozvídají o svých idolech. Jedná se o 91 dívek, které v otázce č. 16 označily odpověď ano. Dívky měly možnost

uvést více zdrojů. Nejpoužívanějším zdrojem se stal internet. Z mého pohledu to není překvapení. Zajímalo mě spíše, na jakém místě se umístí dívčí časopisy. 19 dívek uvedlo, že zdrojem informací k jejich idolům jsou právě dívčí časopisy. Pouze 4 dívky uvedly jiný zdroj. Jednalo se o sportovní akce, neboť jejich vzorem byli sportovci.

#### 4.1.5.8. Gender (otázka v dotazníku č. 17)

Graf. č. 7 – Gender



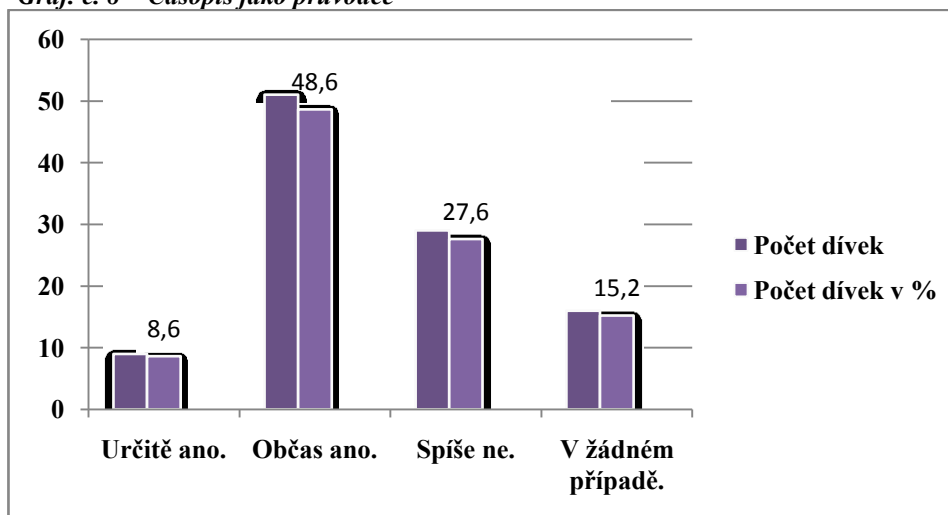
Tento graf zobrazuje, jak dívky rozumí slovu *gender*. Dala jsem dívkám tři možnosti, z nichž byla správná jen jedna – a to odpověď b). Pro tuto otázku bylo lepší, zvolit uzavřené odpovědi. Myslím si, že pokud bych zvolila otevřenou otázku, co znamená slovo *gender*, odpovědělo by mi ještě méně respondentek, než v tomto případě. Na tuto otázku dokázalo správně odpovědět pouze 45 dívek, což není ani polovina dotázaných. 60 dívek odpovědělo špatně. Z toho vyplývá, že tento pojem nemá moc dotazovaných v povědomí. Bylo by dobré, kdyby se tento pojem do jejich povědomí ale dostal, ať už skrze vyučování na školách, z tisku nebo jiných zdrojů.

#### 4.1.5.9. Časopis jako průvodce (otázka v dotazníku č. 18)

Tab. č. 20 – Časopis jako průvodce

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Určitě ano.	9	8,6
Občas ano.	51	48,6
Spíše ne.	29	27,6
V žádném případě.	16	15,2

**Graf. č. 8 – Časopis jako průvodce**



Tento graf a tabulka nám zobrazují, zda dívky o nějakém z dívčích časopisů mohou říci, že jim může sloužit jako průvodce jejich obdobím dospívání. Jen 9 dívek uvedlo, že jim dívčí časopis určitě může posloužit jako průvodce. Ostatní dívky o tom nejsou přesvědčené. 51 respondentek označilo odpověď občas a 29 dívek, že spíše ne. Poslední možností bylo, že dívčí časopisy v žádném případě dívkám nemohou sloužit jako průvodce – tuto odpověď označilo 16 dívek. Z toho vyplývá, že dívky mají k těmto časopisům velkou důvěru a mohly by se jimi tedy i řídit.

#### 4.1.5.10. Možnost časopisu jako odreagování (otázka v dotazníku č. 19)

**Tab. č. 21 – Možnost časopisu jako odreagování**

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, často.	10	9,4
Občas ano.	48	45,7
Spíše ne.	24	22,9
Vůbec ne.	23	22

Tato tabulka zobrazuje to, zda dívkám ve slabších chvílích mohou dívčí časopisy sloužit k odreagování od okolního světa. Největší počet dívek (45,7%) odpovědělo, že jim občas dívčí časopisy k tomuto účelu slouží. Naopak nejmenší zastoupení měla odpověď a), kde dívky uvedly, že se často dívčím časopisem odreagovávají. Docela vysoké zastoupení měla i odpověď vůbec (22%). Dívky v tomto případě vyhledávají jiné alternativy relaxace a odreagování.

#### 4.1.6. Vyhodnocení hypotézy č. 3:

Hypotéza č. 3:

***Dívčí časopisy ve velké míře upevňují genderové stereotypy.***

*Hypotéza č. 3* byla podložena osmi výzkumnými otázkami. Hned na začátek bych chtěla říci, proč si myslím, že dívčí časopisy upevňují genderové stereotypy. U této hypotézy vycházím z mé teoretické části, kde popisuji genderové stereotypy jako předem stanovené představy o povahových rysech a způsobech chování. U hypotézy č. 3 jsem toto tvrzení myslela tak, že redaktorky dívčích časopisů mají jasnou představu o svých čtenářkách. Obsahy dívčích časopisů jsou zaměřené jedním směrem, ve kterém by se jejich čtenářky měly pohybovat. Jakékoliv individuality jednotlivých čtenářek jsou zde nepřípustné. Proto je jejich obsah tak stereotypní a neměnný. A v tomto duchu by se mělo odvíjet i myšlení jejich čtenářek.

Tato hypotéza byla podložena otázkami 12 – 19. Všeobecně mohu říci, že tyto otázky potvrdily fakt, že respondentky dívčím časopisům v převážné většině důvěřují. To už samo o sobě napovídá, že dívčí časopisy se snaží vyvolat ve svých čtenářkách důvěru a právě tímto gestem upevňují genderové stereotypy. Čím větší bude důvěra dívek, tím jednodušší bude představa o jejich hodnotách a cílech. Většina dívek tento podtext dívčích časopisů nechápe (nerozumí slovu *gender* – viz otázka č. 17) a tímto gestem zaniká i jejich jedinečnost a individualita. Nyní bych chtěla poukázat na jednotlivé otázky, které tato fakta potvrzují.

Otázka č. 12 hypotézu zcela nepotvrzuje, neboť jen 5 dívek uvedlo, že informacím v dívčích časopisech zcela věří a naopak 23 dívek má k těmto informacím spíše kritický vztah. Jak už jsem ale zmiňovala u předešlé hypotézy, tyto odpovědi zcela neodpovídají předchozím výsledkům, kde dívky odpovídají v rozporu s tímto faktem. Proto si myslím, že pokud dívky zaujímají neutrální vztah (65 dívek) k dívčím časopisům, nejedná se o negativní postoj. Další otázkou, která by mohla být v rozporu s hypotézou, je otázka č. 14, kde jen 27 dívek uvedlo, že by se dívčímu časopisu svěřily, či žádaly o radu. 78 dívek by o radu nepožádalo. Ostatní otázky hypotézu genderových stereotypů potvrzují. Otázka č. 13 (tab. č. 14) nám ukazuje, že 81 dívek sympatizuje s obsahem dívčích časopisů a pouze 24 dívek by obsah změnilo. Podobně je tomu tak u otázky č. 15, kde 67 dívek uvedlo, že je baví číst fotoromány. U otázky č. 18 je tomu podobně, největší zastoupení měla odpověď, že dívčí časopisy občas slouží dívkám jako průvodce obdobím dospíváním (51 dívek). Otázka č. 19 ale není zcela jednoznačná,



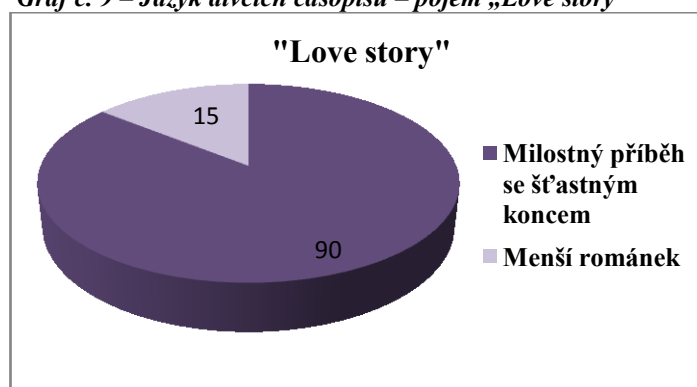
neboť 23 dívek uvedlo, že jim dívčí časopis neslouží jako odreagování od okolního světa.

Na základě těchto odpovědí mohu říci, že se hypotéza potvrdila jen z části a proto ji nemohu jednoznačně určit. Z odpovědí totiž vyplývá, že převážné procento čtenářek dívčích časopisů uvažuje v jejich stereotypním duchu, ale pořád existují dívky, které se snaží prosadit svou individualitu.

#### 4.1.7. Čtvrtá otázka – Mají dívčí časopisy natolik silný vliv na své čtenářky, že myšlenky z dívčích časopisů přenášejí do svého reálného života?

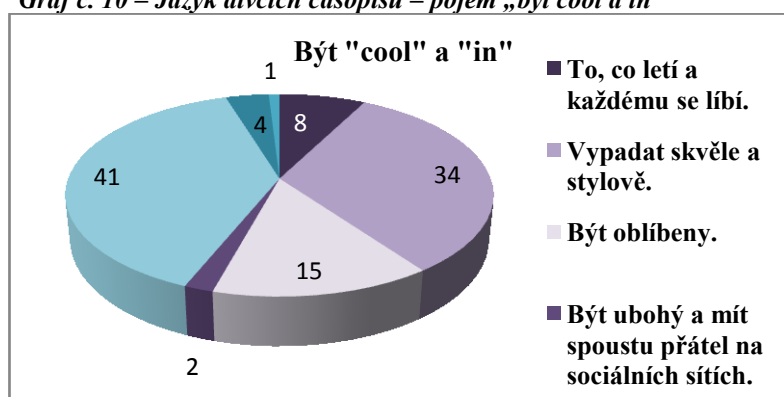
##### 4.1.7.1. Jazyk dívčích časopisů – vysvětlení pojmů (otázka v dotazníku č. 20)

Graf č. 9 – Jazyk dívčích časopisů – pojem „Love story“



U této otázky jsem dívkám napsala 3 pojmy, které dívčí časopisy často používají a prosila jsem o jejich vysvětlení. Zajímalo mě, zda dívky chápou to, co čtou. Prvním pojmem bylo „Love story“. Mohu říci, že tento pojem vysvětlily všechny dívky a všechna vysvětlení se dala považovat za správná. Jednalo se o 90 dívek, které „Love story“ chápou jako milostný příběh se šťastným koncem. Zbýlých 10 dívek ho popsalo jako menší románek.

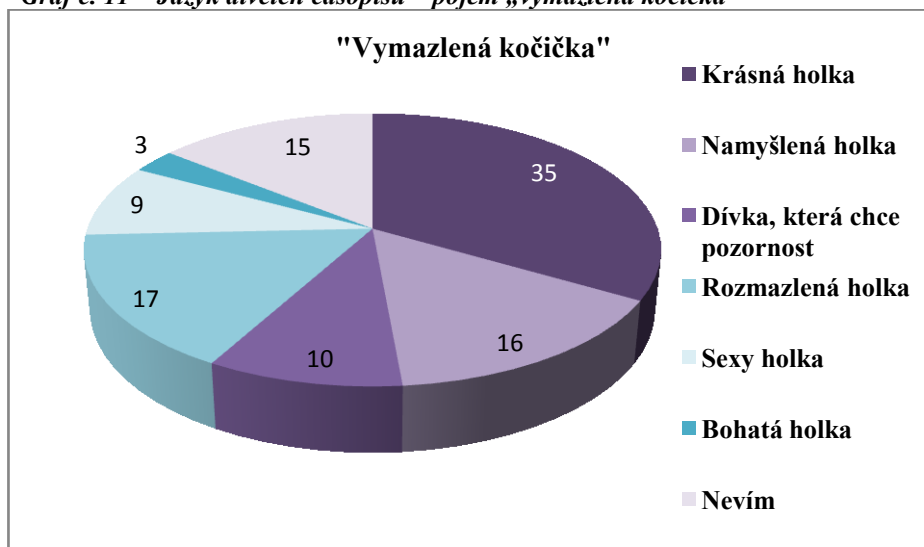
Graf č. 10 – Jazyk dívčích časopisů – pojem „být cool a in“



Pojem být „cool, in“ už má rozmanitější vysvětlení a dívky ho chápou různými způsoby. Z grafu je zřejmé, že nejvíce dívek (41 dívek) vysvětlilo tento pojem jako „jít s dobou a módou“. Druhý největší počet (34 dívek) vysvětlilo pojem jako „vypadat skvěle a stylově“. Ostatní vysvětlení naznačují podobný význam jako již zmíněná. Jediné vysvětlení, které mě překvapilo, byly 2 dotazníky, kde dívky popisují tyto pojmy v negativním slova smyslu – „být ubohý“. Takto dívčí časopisy ale tyto pojmy neinterpretují. Pojem má být opravdu chápán pozitivně, tzn. jít s dobou, být moderní a přizpůsobovat se každému novému trendu.

Následující graf popisuje poslední pojem, který jsem od respondentek chtěla vysvětlit. Jedná se o pojem „vymazlená kočička“. Z grafu vyplývá, že spousta dívek si s ním nevěděla rady. V dívčích časopisech tento pojem vykreslují jako dívku, o kterou má zájem každý kluk, tedy dívku moderní a atraktivní. Předchozí pojem s tímto souvisí – takováto dívka by podle dívčích časopisů měla být právě „cool a in“. Odpovědi respondentek jako jsou: krásná holka, dívka, která chce pozornost a „sexy“ dívka, bych tedy uznala jako za správné. Ostatní vysvětlení nemohu soudit. Jednalo se spíše o subjektivní pocit, jak dívky tento pojem chápou.

Graf č. 11 – Jazyk dívčích časopisů – pojem „vymazlená kočička“



#### 4.1.7.2. Používání pojmů z otázky č. 20 v běžné mluvě (otázka v dotazníku č. 21)

Tab. č. 22 – Používání pojmů z předchozí otázky v běžné mluvě

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, používám.	49	46,7
Ne, nepoužívám.	56	53,3

Tato tabulka zobrazuje to, zda dívky používají některý výraz z předešlé otázky v běžné mluvě. Odpovědi dívek jsou přibližně „půl na půl“. Skoro polovina dívek (46,7%) uvedla, že některé pojmy používá i v běžném životě. Ostatní dívky (53,3%) uvedly, že tyto pojmy nepoužívají.

#### 4.1.7.3. Sexuální zkušenosti (otázka v dotazníku č. 22)

*Tab. č. 23 – Sexuální zkušenosti*

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, mám.	26	24,8
Ne, nemám.	79	75,2

Touto otázkou jsem chtěla zjistit, zda mají dívky za sebou jakékoliv sexuální zkušenosti a pokud ano, zda čerpají nějaké rady, návody apod. z dívčích časopisů (viz tabulka č. 24). Z tabulky je zřejmé, že 79 dívek žádné sexuální zkušenosti nemá a 26 dívek už ano. Odpovědi na tuto otázku mě nijak nepřekvapily, vzhledem k věku dívek jsou tyto výsledky pochopitelné.

*Tab. č. 23 – Dívčí časopisy jako rádcí sexuálních zkušeností*

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, zkusila.	11	10,5
Ne, nezkusila.	15	14,3
<b>Celkem</b>	<b>26</b>	<b>24,8</b>

Tato tabulka zobrazuje dívky, které za sebou už mají jakékoliv sexuální zkušenosti. Tabulka je rozdělená na dívky, které se řídily nějakou radou z dívčích časopisů a na dívky, které z nich žádnou radu nezkusily. 11 dívek uvedlo, že si od dívčích časopisů v oblasti sexuálního života nechaly poradit, 15 dívek z těchto časopisů nic nevyzkoušelo.

#### 4.1.7.4. Dívčí časopis jako rádce intimnosti (otázka v dotazníku č. 23)

*Tab. č. 24 – Dívčí časopis jako rádce intimnosti*

Možnosti	Počet dívek	Počet dívek v %
Ano, dozvím.	45	42,8
Ne, nedozvím.	60	57,2

U této otázky mě zajímalo, zda dívky dívčím časopisům vkládají takovou důvěru, aby se jich zeptaly (nebo jen dozvěděly) na informace, na které se stydí zeptat rodičů. Rodiče jsem uvedla, neboť si myslím, že jsou pro dívky v tomto věku ještě

pořád nejdůvěryhodnějšími osobami. Výsledky mě ale opravdu zaskočily. 45 dívek, což je skoro polovina dotázaných, uvedlo, že v dívčích časopisech najdou informace, na které se stydí zeptat rodičů. 60 dívek uvedlo, že takové informace zde nenajde. I když si představím, že se s největší pravděpodobností jedná o intimnosti, myslím si, že převážně s maminkami by právě tyto informace dívky měly řešit.

#### 4.1.8. Vyhodnocení hypotézy č. 4:

Hypotéza č. 4:

***Dívčí časopisy skrývají silnou ideologii, kterou dívky jako čtenářky přejímají do svého běžného života.***

*Hypotéza č. 4* byla podložena čtyřmi výzkumnými otázkami. Zda se hypotéza potvrdila, není jednoznačně určit, spíše se ale přikláním k názoru, že se nepotvrdila. Dokládají to především tři poslední otázky, kde se polovina přiklonila na jednu stranu a polovina na druhou, tzn., že výsledky jsou vcelku vyvážené. I přesto si dívčí časopisy získaly velkou důvěru svých čtenářek. Pokud jde o vysvětlení pojmů, převážná většina dívek pojmy chápala dobře a 49 dívek (46,7 %) tyto pojmy používá i v běžné mluvě. Touto otázkou se nám hypotéza potvrdila pouze z poloviny a stejně je tomu tak u další otázky, kde z 26 dívek, které mají za sebou sexuální zkušenosti, 11 z nich zkusilo doporučenou radu z dívčích časopisů. Opět je to jen polovina dívek. Výjimkou není ani otázka č. 23, kde 45 dívek hypotézu potvrdilo a 65 dívek nikoli. Závěrem tedy mohu říci, že se hypotéza č. 4 nepotvrdila.

#### 4.2. Kvalitativní výzkum – výstupy z interview

Interview probíhalo s pravidelnými čtenářkami dívčích časopisů, díky němuž jsem získala hlubší informace pro můj výzkum. Jednalo se o 5 dívek různého věku. U dotazování jsem se zaměřila na témata týkající se: důvodů čtení dívčích časopisů, vnímání informací v dívčích časopisech a na jejich kritiku.

Použité otázky při interview

1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?*
2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?*
3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?*

4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?*
5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?*
6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?*

#### **4.2.1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?***

Dívky v rozhovorech jednoznačně označily za nejčtenější dívčí časopisy Bravo Girl! a Top dívky. Stejně jako u dotazníkového šetření jsem zjistila, že dívky za dívčí časopisy označovaly i jiné, které ale nelze řadit k typicky dívčím. Jedná se především o časopisy Bravo a Popcorn. Dívka B mi při rozhovoru řekla, že i časopis Bravo patří k jejím oblíbeným. Odpovědi na tuto otázku mi potvrdily dotazníkové šetření, kde dívky za nejčtenější pouze dívčí časopisy také označily Bravo Girl! a Top Dívky.

Tématu, proč dívky vlastně dívčí časopisy čtou, se týkají skoro všechny otázky rozhovoru. Je těžké nějakým způsobem zpracovat, co dívky v dívčích časopisech zajímá nejvíce. Každá dívka uvedla odlišné zájmy jejich čtení. Pokud bych měla vybrat nejčastější důvod, jedná se nejspíš o nové trendy – módu, líčení, styl oblékání apod. Dívka A a D uvedly, že jejich důvodem číst časopisy jsou dárky, které jsou k nim přiložené. Mezi další důvody patří články o hudbě a sběr plakátů.

#### **4.2.2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?***

Z rozhovorů jsem měla pocit, že dívky časopisům důvěřují i přesto, že jedna z dívek uvedla, že čte časopisy jen pro zábavu. Myslím si, že kdyby dívky časopisům nevěřily alespoň zčásti, vůbec by je nečetly. Dívky A a C doslova uvedly, že informacím z dívčích časopisů důvěřují. Dívka E sice nelpí na člancích, ale řídí se radami ohledně svého vzhledu, z čehož vyplývá, že jim musí důvěřovat. Z dívky D jsem měla smíšený pocit a z její odpovědi přesně nepoznám, jestli do dívčích časopisů vkládá nějakou důvěru. Jediná dívka, jejíž názor na informace se jevil jako kritický, je dívka B.

V dotazníkovém šetření nejvíce dívek odpovědělo, že mají k těmto informacím neutrální vztah. Po těchto pěti rozhovorech už se nedivím, proč dívky takto odpovídaly. Dívka si totiž vždy najde alespoň jedno téma, které je pro ni atraktivní a do tohoto tématu vkládá důvěru. Nelze to ale říct o časopisu jako celku.

#### **4.2.3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co jsi z časopisu zkusila?***

U této otázky mohu jednoznačně tvrdit, že dívky z dívčích časopisů zkoušejí jak výrobky, tak i doporučení, či rady. Většinou se jednalo o zkrášlovací prostředky, které dívky na doporučení časopisu vyzkoušely. Dále se zajímají o rady, které se vztahují k módě a oblečení. Pouze dívka C uvedla, že v nynější době se žádnými radami neřídí a výrobek si nekoupila. Na druhou stranu nemůže zaručit, že tomu tak bylo i v dřívější době.

#### **4.2.4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?***

Ze všech rozhovorů bylo zřejmé, že jsou si dívky vědomy toho, že v dívčích časopisech nenajdou žádnou dívku silnější postavy nebo dívku s nedokonalou pleť. Žádná z dívek ale neuvedla, že by se někdy nad těmito fotkami zastyděla, nebo se dokonce cítila špatně. Dívka D dokonce upozornila na to, že jí mnohem horší přijdou nereálné fotky chlapců. Když jsem se dívek na tuto otázku ptala, cítila jsem, že jsou si moc dobře vědomé dokonalých těl na fotkách těchto časopisů. Kdyby jim nevadilo, že v dívčích časopisech nenajdou silnější postavy, do dotazníků by neuváděly, že nejsou spokojeny se svým tělem. Odpovědi dívek v rozhovoru a výsledky dotazníkového šetření si v tomto případě trošku odporují.

#### **4.2.5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?***

Když jsem vyslovila tuto otázku, dívky se na mě netvářily moc příjemně. Skoro žádná z nich o přidání nějakého tématu neuvažovala a obsah by nechala takový, jaký je. Když jsem vyslovila slovo "politika a současný svět," všechny dívky se zhrozily. Bylo vidět, že ani jedna dívka by o tato témata neprojevila zájem. Jejich názory byly takové, že se raději podívají na televizní zprávy a že by takovéto téma rozhodně do dívčích časopisů nezařadily. Jediná témata, o která dívky jevily zájem, byly příroda, zvířata a sport. Dívky B a D si myslí, že zařadit sportovní témata do obsahu dívčích časopisů by nebylo špatné.

Jak již vyplynulo z dotazníkového výzkumu, dívky by obsah dívčích časopisů neměnily. Tento závěr vyplývá i z rozhovorů.

#### 4.2.6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?*

Z uvedených odpovědí vyplývá, že dívky neznají moc jiných dívek, které by tyto časopisy nečetly. Dívky nevedly žádný rozumný důvod, proč si některé jejich vrstevnice časopisy nekupují. Jediná dívka C si myslí, že by to mohlo být způsobeno věkem, tzn. čím starší dívka je, tím je menší pravděpodobnost, že bude čtenářkou. Tento fakt se potvrdil i v dotazníkovém šetření. Ostatní dívky si myslí, že by jejich nezáměr mohl být způsoben obsahem. Zajímavý názor uvedla dívka D. Tvrdí, že čtení dívčích časopisů je v jejich věku naprosto normální. Každý věk prý přináší určitý druh časopisů a dívčí časopisy jsou jejich věku přiměřené. Zároveň nevěří, že by existovala dívka, která si nikdy nekoupila dívčí časopis.

#### 4.3. Shrnutí výsledků

Pro svůj výzkum jsem použila kombinovanou metodu. U kvantitativní části jsem sbírala data pomocí dotazníkového šetření. Toto šetření se týkalo 105 dívek ve věku od 11 do 19 let. Stanovila jsem si čtyři úseky, do kterých jsem rozdělila výzkumné otázky. Pro každý úsek jsem vytvořila hypotézu, kterou jsem dokládala dílčími výzkumnými otázkami. Ne všechny hypotézy se ale potvrdily.

V prvním úseku jsem se zajímala o to, zda existuje nějaký rozdíl mezi pravidelnými čtenářkami dívčích časopisů a dívkami, které čtou dívčí časopisy jen ojediněle či vůbec (*hypotéza č. 1 - Pravidelné čtenářky dívčích časopisů mají na rozdíl od „občasných čtenářek či nečtenářek“ odlišný hodnotový žebříček, který upřednostňuje módu, nejnovější trendy a konzumerismus.*). Tato hypotéza se výzkumem potvrdila jen z části. Vzhledem k tomu, že 5 respondentek (nečtenářek) uvedlo, že pro ně dívčí časopisy nejsou zajímavé, soudím, že musí mít odlišné zájmy než dívky – čtenářky. Větší závislost hodnotového žebříčku vyplynula na věku respondentky, tzn. čím je dívka starší, tím je menší pravděpodobnost, že bude čtenářkou dívčích časopisů.

Druhý úsek byl věnován tomu, zda nějakým způsobem dívčí časopisy ovlivňují tělesný vzhled dospívajících dívek (*hypotéza č. 2 - Dívčí časopisy do jisté míry zcela určitě ovlivňují vzhled svých čtenářek díky propagaci fotek štíhlých postav a nejnovějších módních trendů.*). Mohu říci, že hypotéza č. 2 se potvrdila. Z výzkumu jsem zjistila, že čtenářky do dívčích časopisů vkládají velkou důvěru. Spousta dívek vyzkoušela nějaké rady a diety, které časopis doporučoval. Tuto hypotézu potvrdil i fakt, že 67,6 % dívek je nespokojeno se svým tělem.

Ve třetím úseku jsem se zajímala o to, zda dívčí časopisy mohou svým čtenářkám sloužit jako únik do feminního světa (*hypotéza č. 3 - Dívčí časopisy ve velké míře upevňují genderové stereotypy.*). Tato hypotéza se opět potvrdila jen z části. Některé otázky ji potvrzují, některé otázky ji ale vyvracejí. Např. otázka č. 19 není jednoznačná, neboť 23 dívek uvedlo, že jim dívčí časopisy neslouží jako odreagování od okolního světa a pouhých 10 dívek uvedlo, že se čtením dívčího časopisu často odreagovávají. Na druhou stranu otázka č. 18 ale hypotézu potvrzuje, neboť 52 dívek odpovědělo, že jim dívčí časopis občas může sloužit jako průvodce obdobím dospívání a pouhých 16 dívek uvedlo, že v žádném případě. Závěr je tedy nejednoznačný, a proto ani nemohu tvrdit, že by se čtenářky ponořily čtením dívčích časopisů do ryze feminního světa.

Poslední úsek, a to čtvrtý úsek, se věnuje tomu, zda mají dívčí časopisy natolik silný vliv na své čtenářky, že myšlenky z dívčích časopisů přenášejí do svého reálného života (*hypotéza č. 4 - Dívčí časopisy skrývají silnou ideologii, kterou dívky jako čtenářky přejímají do svého běžného života.*). Tato hypotéza se výzkumem nepotvrdila. U této hypotézy bylo nejtěžší se rozhodnout, výsledky u dílčích otázek byly dost vyvážené, proto hypotézu nemohu potvrdit.



## 5. ZÁVĚR

Hned v úvodu mé bakalářské práce jsem si dovolila tvrdit, že je potřeba začít odbourávat genderové stereotypy, které jsou v naší společnosti historicky ukotvené. Dále jsem tvrdila, že je potřeba začít u nejmladší generace, aby pochopila podstatu tohoto chápání. Měla jsem pravdu. Naše nejmladší generace vyrůstá v době masové mediální komunikace a moderních technologií. A právě média jsou jedním z největších zdrojů genderových stereotypů. Toto tvrzení zakládám na zkoumání alespoň dílčí části médií, a tím jsou tiskoviny – dívčí časopisy. Dívčí časopisy v sobě skrývají ideologii, která dívky vede jedním směrem a jakákoli individualita je zde odsuzována. V dívčích časopisech se totiž objevuje stereotyp dívek. Existuje jen jeden model a dívčí časopisy se snaží své čtenářky vést k tomu, aby byl tento model naplněn. V dívčích časopisech jsem nenašla nic jiného než nejnovější módní trendy, teenagerovskou lásku, naivní články o dokonalém světě, vypracovaná těla dívek i chlapců a další. Mojí cílovou výzkumnou otázkou bylo, jakým způsobem ovlivňují dívčí časopisy hodnotové postoje svých dospívajících čtenářek. Odpovědí je, že jsou dívky obsahem těchto časopisů ovlivňovány v mnoha směrech. Jedním z důvodů může být to, že dívčí časopisy mají snahu působit jako jeden ze socializačních faktorů. Dívky, které čtou dívčí časopisy pravidelně, mají tendenci přejímat vzory, které jsou zde nabízeny. U dívek, které si časopisy koupí občas, je tato tendence menší.

Další tvrzení, které vyplývá z mé práce, je to, že dívčí časopisy pomocí jednoho platného vzoru dívky, tlačí své čtenářky k předčasnému dospívání. Dívky v období dospívání poznávají spoustu nových věcí a jevů, ale dívčí časopisy nabízejí přemíru tematiky, která čtenářky navádí směrem, který si časopis jednoduše řečeno určí. Mohu říci, že dívčí časopisy spoluutvářejí realitu každé své čtenářky. Na druhou stranu si nemyslím, že by měly dívčí časopisy jako oblast zájmů nést negativní důsledky na chování a vývoj dívky. Dívčí časopisy nemohou plnit vzdělávací funkci, slouží dívkám jako zdroj zábavy. Dívky ale musí pochopit rozdíl mezi reálným světem a zidealizovaným mediálním světem. Toto tvrzení se mi ale pomocí výzkumu nepotvrdilo. Dívky v převážné většině informacím v dívčích časopisech důvěřují a s jejich náplní jsou rovněž spokojeny. Tento názor měla převážná většina respondentek, neboť ze 105 dotázaných pouze 9 z nich uvedlo, že dívčí časopisy vůbec nečtou. To znamená, že ostatní dívky (96 dívek) sympatizují s jejich obsahem a jejich hodnoty budou zaměřené na hodnoty dívčích časopisů. Jen 23 dívek v dotazníkovém šetření uvedlo, že k informacím v dívčích časopisech přistupují kriticky.

Dle mého názoru závěrem mohu říci, že cíl, který jsem si na začátku mé práce stanovila, se mi podařilo úspěšně splnit. Zjistila jsem, že dívčí časopisy v sobě skrývají velkou moc. Spousta dívek s nimi sympatizuje a jen málo dívek se na ně dívá kriticky. Proto dívčí časopisy rozhodně mají vliv na hodnotové postoje svých čtenářek. Mohu to konec konců potvrdit i hypotézou, která říká, že dívčí časopisy ovlivňují tělesný vzhled svých čtenářek.

## 6. ZDROJE

### Seznam použité literatury

- BOURDIEU, P.: *Nadvláda mužů*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2000. 145 s. ISBN 80-7184-775-5.
- CARR-GREGG, M., SHALE, E.: *Pubertáči a adolescenti – Průvodce výchovou dospívajících*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7367-662-9.
- JANOŠOVÁ, P.: *Dívčí a chlapecká identita - Vývoj a úskalí*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2284-9.
- JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KADLECOVÁ, K.: *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů: Jazyk, ideologie, publikum a jeho přístup*. 1. vyd. Liberec: Bor, 2007. 190 s. ISBN 978-80-86807-57-7.
- KONČELÍK, J., ORSÁG, P., VEČERA, J.: *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2011. 312 s. ISBN 978-80-7367-698-8.
- LIPOVENSKY, G.: *Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství*, Praha: Prostor, 2000. 288 s. ISBN 80-7260-030-3.
- MACEK, V., SMÉKAL, V.(eds.): *Utváření a vývoj osobnosti*, Brno: Barriester a Principal, 1999. 262 s. ISBN 80-85947-83-8.
- PREUSCHOFF, G.: *Výchova dívek*. Praha: Portál, 2007. 158 s. ISBN 978-80-7367-207-2.
- RENZETTI C. M., CURRAN D. J.: *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. 642 s. ISBN 80-246-0525-2.
- TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
- VÁGNEROVÁ, M.: *Vývojová psychologie I. Dětství a dospívání*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. 467 s. ISBN 80-246-0956-8.
- VÁGNEROVÁ, M.: *Základy psychologie*. Praha: Karolinum, 2010. 356 s. ISBN 978-80-246-0841-9.
- VERNER, P.: *Vývojové trendy českých médií po roce 1989*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. 176 s. ISBN 978-80-7452-007-5.
- VĚŠÍNOVÁ E. A KOL. *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha: Open Society Fund, 1999. 171 s.

## Ostatní

### Elektronické zdroje

ADMIN. Historie [online] 30.4. 2010, [14. 11. 2012] postupně z

<http://vydavatelstvi.in.cz/>.

BAUER MEDIA. Bravo Girl! [online], [14. 11. 2012] postupně z

<http://www.bauermedia.cz/>.

Časopisy pro mladé slečny - peklo nebo ráj? [online], 30.8. 2007, [18. 11. 2012]

postupně z <http://www.rozumimti.estranky.cz/>.

DUSPIVA, Z. Vliv elektronických médií na děti mládež ČR v roce 2003

[online] 19.8. 2003, [14. 11. 2012] postupně z <http://blisty.cz/>.

FUČEK, M. Jak působí média na naše děti? [online] 22.1. 2003, [26. 11. 2012]

postupně z <http://www.ekamarad.cz/>.

JIRSOVÁ, A., PROUZOVÁ, H., SVOZILOVÁ, N. Poznámky k mluvě mládeže

[online] 2011, [3. 12. 2012] postupně z <http://nase-rec.ujc.cas.cz/>

KADLECOVÁ, K. Hustě vymazlená storka [online] 7.1. 2008 [30. 11. 2012]

postupně z <http://www.streetwork.cz/>.

Mýtus krásy [online], 30.8. 2007, [18. 11. 2012] postupně z

<http://www.rozumimti.estranky.cz/>.

UNIE VYDAVATELŮ. Top Dívky [online], [14. 11. 2012] postupně z

<http://www.unievydavatelu.cz/>.

### Periodika

Bravo Girl!. Praha: Bauer media, v.o.s., č. 12, 2012. ISSN 1211-4308.

Bravo Girl!. Praha: Bauer media, v.o.s., č. 1, 2013. ISSN 1211-4308.

Top dívky. Praha: Empresa Media, a.s., č. 12, 2012. ISSN 1214-3804.

Top dívky. Praha: Empresa Media, a.s., č. 1, 2013. ISSN 1214-3804.

## PŘÍLOHA Č. 1

### DOTAZNÍK

Milá dívko,

tento dotazník je součástí výzkumu pro mou bakalářskou práci. Dotazník není zkouškou vědomostí, neexistují správné ani chybné odpovědi. Snaž se prosím odpovědět na všechny mé otázky a vyplň vždy tu odpověď, která je ti nejbližší. Tyto dotazníky budu zpracovávat anonymně, takže se nemusíš bát, nikomu je neukážu.

Předem Ti děkuji za vyplnění,  
Kateřina Čáslavová

1. Věk:
2. Jak často si kupuješ dívčí časopis?
  - a) Jsem pravidelnou čtenářkou - odebírám každé číslo časopisu.
  - b) Občas si dívčí časopis koupím.
  - c) Jen zřídka kdy.
  - d) Vůbec nečtu dívčí časopisy. (Pokud nečteš dívčí časopisy, uveď důvod, proč)

.....
3. Pokud jsi pravidelnou čtenářkou dívčího časopisu, zaškrtni, jaký časopis odebíráš.
  - a) Top Dívky
  - b) Bravo Girl!
  - c) IN! – dívčí svět
  - d) Jiný .....
4. Uveď názvy dívčích časopisů, které alespoň někdy čteš. (pokud žádné nečteš, položku proškrtni)

.....

...

5. Z jakého důvodu si kupuješ dívčí časopisy?
  - a) Kvůli plakátům
  - b) Kvůli novým trendům
  - c) Kvůli radám
  - d) Pro zábavu
  - e) Jiný důvod .....
6. Jsi spokojená se svým tělem?
  - a) Ano
  - b) Ne
7. Držela jsi už někdy nějakou dietu, která byla doporučena v dívčím časopise?
  - a) Ano
  - b) Ne

8. Myslíš si, že dívka, která by chtěla být oblíbená u kluků, by se měla řídit dívčími časopisy?  
 a) Ano  
 b) Ne
9. Máš přítele? Pokud ano, jak dlouho s ním chodíš?  
 a) Ano, mám. S přítelem chodím .....dlouho.  
 b) Ne, nemám.
10. Jakou dívku si myslíš, že by kluk jménem Otík pozval na rande?  
*Obě dívky jsou charakterově i inteligenčně stejné – takové, jaké Otík chce.*  
 a) Dívka č. 1  
 b) Dívka č. 2

Dívka č. 1



Dívka č. 2



11. Vadilo by ti vypadat jako dívka č. 2?  
 a) Ano  
 b) Ne
12. Jaký máš k dívčím časopisům vztah?  
 a) Spíše kritický  
 b) Neutrální  
 c) Sympatizuji s nimi  
 d) Věřím jim
13. Vyhovuje ti obsah dívčích časopisů, pokud ne, jaké téma by tě v dívčích časopisech zaujalo?  
 a) Ano  
 b) Ne .....
14. Svěřila ses dívčímu časopisu někdy s nějakým problémem, nebo si žádala o radu?  
 a) Ano  
 b) Ne
15. Baví tě číst fotoromány?  
 a) Ano  
 b) Ne
16. Máš nějaký svůj idol? Pokud ano, z jakého zdroje se o něm dozvídáš?

- a) Ne, nemám.
- b) Ano, mám. Informace mám z: a) TV
  - b) dívčích časopisů
  - c) internetu
  - d) jiný zdroj .....

17. Jak rozumíš slovu *gender*?

- a) Biologické pohlaví, které vyjadřuje tělesné a genetické rozdíly mezi pohlavími.
- b) Sociální pohlaví, které vyjadřuje kulturní a sociální rozdíly mezi mužem a ženou.
- c) Označení, které se snaží řešit problémy s poruchami identity.

18. Můžeš o nějakém z dívčích časopisů říci, že ti může sloužit jako průvodce tvým obdobím dospívání?

- a) Určitě ano.
- b) Občas ano.
- c) Spíše ne.
- d) V žádném případě.

19. Pokud máš někdy mizernou náladu a nechceš být v ničí společnosti, slouží ti dívčí časopis jako odreagování od okolního světa?

- a) Ano, často.
- b) Občas ano.
- c) Spíše ne.
- d) Vůbec ne.

20. Dívčí časopisy používají specifický jazyk, můžeš alespoň přibližně vysvětlit, jak rozumíš slovům:

- a) „Love story“ - .....
- .....
- b) Být „Cool“ či „In“ - .....
- .....
- c) „Vymazlená kočička“ - .....
- .....

21. Používáš občas některé výrazy z otázky č. 20 i v běžné mluvě?

- a) Ano
- b) Ne

22. Máš už za sebou nějaké sexuální zkušenosti, pokud ano, zkusila jsi nějaké rady z dívčích časopisů?

- a) Ano .....
- b) Ne

23. Dozvíš se v dívčím časopise nějaké informace, na které se stydíš zeptat svých rodičů?

- a) Ano
- b) Ne

## PŘÍLOHA Č. 2

### PŘEPISY ROZHOVORŮ

Dívka A – 11 let

**1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?***

Kupuji si jich víc, ale nejlepší je Top Dívky. Vždycky je tam nějaký dárek. Časopisy jsou poměrně stejné a nejvíc mě baví dělat si různé testy a taky jak se líčit a oblékat.

**2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?***

Časopisy mě baví číst, je tam hodně rad, jak se oblékat, líčit a co je v módě. Třeba v BravoGirl! - jsou podobný věci, takže jim věřím.

**3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?***

Jo, je tam hodně doporučené kosmetiky a tu si občas kupuji a jsem s ní spokojená. Jinak asi nic.

**4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?***

Je to hrozný, všude jsou jenom hezký a hubený holky a všichni se hezky oblékají. Ale vypadat jako oni bych stejně nechtěla.

**5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?***

O tom jsem nikdy nepřemýšlela, ale asi jo. Možná by tam mohla být i nějaká jiná rubrika, třeba o pečení. Ale kdyby tam byla třeba politika, nevím, jestli bych si to kupovala.

**6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?***

Asi jo, ale já neznám žádnou holku, která by si aspoň někdy nekoupila žádný dívčí časopis.



## **Dívka B – 12 let**

### **1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?***

Nemám žádný nejoblíbenější, čtu BravoGirl! a Top Dívku. A taky Bravo. Kupuji si je podle toho, jestli je tam něco o mojí oblíbené skupině. Nejvíc mě tam asi baví ta hudba.

### **2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?***

Je tam spousta věcí, co mě nezajímá. Třeba na každé stránce je nějaký výrobek – oblečení a líčidla a to mě nebaví. Chtějí jenom, aby si to lidi koupili.

### **3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?***

Nikdy jsem si nic nekoupila, ale už jsem něco zkusila.

### **4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?***

Ani ne, já to tak nevnímám, všude jsou tam jen hubený holky a pak se rozhlédnu okolo sebe a říkám si, že musím být „v klidu“.

### **5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?***

Jo, asi jo. Vyhodila bych pryč to doporučování výrobků a dala tam nějaké informace ze světa – třeba sport. Ten mi tam docela chybí.

### **6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?***

Myslím si, že asi kvůli obsahu, znám holky, co jsou na tyhle časopisy úplně „ujetý“ a holky, které to nezajímá. Ale nevím, proč si je nekupují.

## Dívka C – 14 let

### 1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?*

Líbí se mi v nich všechno. Hodně si čtu fotoromány a taky mě baví sbírat plakáty. A někdy je tam nějaký příběh (třeba o holce s anorexií) a to mě taky baví číst.

### 2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?*

Baví mě to, hlavně mají zajímavý obsah. Když jsem byla mladší, tak jsem tam psala třeba i nějaký dotaz a fakt mi odpověděli. Jinak jím hodně věřím, proč ne, když mi i odepsali na dotaz.

### 3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?*

Jo, je toho spousta. Třeba teď mám doma řasenku, kterou jsem si tam našla. A dělám si různé testy a pak mě baví číst výsledky.

### 4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?*

Teď už ani ne, ale dřív mi to vadilo. Já jsem byla vždycky silnější a nemohla jsem pochopit, proč jsou holky v časopisech tak hubené. Dneska už mi to tak nepříjde.

### 5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?*

Možná bych tam přidala něco o zvířatech, přírodě nebo tak něco. Ale jinak se radši kouknu na zprávy, než aby to psali tady.

### 6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?*

Třeba moje kamarádka je nečte, je jí 16 a nebaví jí to. Ale asi to je taky tím, že je starší, nebo nevím.

## **Dívka D – 15 let**

### **1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?***

Kupuju si BravoGirl! i Top dívku. Baví mě to číst, protože jsou tam takové „ujeté příběhy“ a vždycky se u nich s holkami zasmějeme. Občas je tam i hezký dárek jako třeba diář, takže se to fakt vyplatí, si ho koupit.

### **2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?***

Občas jsou tam asi pěkné „hlouposti“, ale mě to hrozně baví číst. Prostě je čtu asi hlavně pro pobavení a ne kvůli nějaké radě.

### **3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?***

Myslím si, že ani ne, nebo si to už nepamatuju. Ale když jsem byla mladší, asi jsem z nich něco zkoušela, nevím ale už co to bylo.

### **4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?***

Mě spíš dostávají ty fotky kluků. Kdybychom měli my ve třídě takhle hezké kluky, to by bylo super. Bylo by z čeho vybírat. Po holkách ani nekoukám, ale asi jsou to samé „barbie“.

### **5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?***

Mě třeba hodně baví sport a to tady vůbec nepíší. A myslím si, že kdyby tam dali třeba něco o té ekologii, že by to taky bylo dobré. Ale třeba by si to holky potom nekoupily.

### **6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?***

To nevím. Myslím si, že je normální je číst. Když jsem byla malá, četla jsem časopisy pro děti a moje mamka čte časopisy o vaření, takže mi přijde normální, že mladé holky čtou dívčí časopisy. Prostě je to v našem věku normální. A já nevěřím tomu, že existuje nějaká holka, která si nikdy nekoupila žádný dívčí časopis.

## **Dívka E – 16 let**

### **1. *Jaký dívčí časopis čteš a co tě v něm zajímá?***

Kupuju si jenom Top Dívky. A hlavně kvůli těm trendům a módě. Kde člověk najde takhle hezky po hromadě, co teď letí. Ty holky jsou tam vždycky krásně oblečené a baví mě jejich styl.

### **2. *Jak vnímáš informace, které ti dívčí časopisy poskytují (jaký vztah k nim zaujímáš)?***

Já ten obsah zase tolik nečtu, občas třeba co se týče líčení a péče o pleť a to jsou dobré rady a informace. Ale třeba testy a ankety mě nebaví.

### **3. *Je něco - rada, doporučení, výrobek, co si z časopisu zkusila?***

Jo, to určitě, třeba šampony, řasenku a hodně se nechávám inspirovat tím stylem oblékání. Fakt jdou s dobou. Když jsem si pak koupila podobné oblečení, tak mi to všichni chválili.

### **4. *Necítíš se někdy špatně, když vidíš v dívčím časopise fotky jen krásných dívek?***

Já se snažím nosit to, co oni, ale ty holky mají hrozně krásné a dlouhé nohy. To mě štve, já takové nemám a třeba sukně jim sluší o hodně víc než mě.

### **5. *Když je tolik dívek, které si kupují dívčí časopisy, nemyslíš, že by se v nich mělo psát i o jiných tématech (např. o současném světě, politice, ekologii, zdravém životním stylu apod.)?***

Mě tam žádné téma nechybí, fakt mě baví jen ta móda a té je tam hodně. Kdyby bylo nějaké důležité téma, co by se mladé holky měly dozvědět, proč ho tam nedat, to je pravda.

### **6. *Proč si myslíš, že některé dívky tyto časopisy nečtou? Kvůli jejich obsahu?***

Mám hodně kamarádek a myslím si, že si tyhle časopisy kupujeme všichni. Baví nás oblečení. Asi jsou holky, co je tyhle časopisy nebaví, ale to budou třeba nějaké „šprtky“.