

Moderní muž pohledem pánských časopisů

Korpusem je 5 vydání časopisu Maxim (čísla 8, 9,10,11,12/2008) a 5 vydání časopisu Esquire (čísla 2,3,4,5,6/2009).

Life-stylové pánské časopisy zaujímají zvláštní postavení. Jejich sílovou skupinou příjemců jsou muži mezi ideálně 18 – 35 lety. Snaží se vytvářet dojem určité elity. S různými alternativními názory většinou nijak nepolemizují, ale doporučují svůj vlastní pohled na svět, prezentují specifický obraz muže jako vzoru, který nabízejí čtenářům. Tyto časopisy si udržují podobnost v tom, že často zahrnují stejné tematické oblasti, ale více nebo méně jsou odlišné způsoby, jak tato témata zpracovávají.

V mužských časopisech lze najít výslovnou genderovou stereotypizaci, která poskytuje vzory chování. Ty představují podle časopisů charakteristické rysy mužského pohlaví.

„Pánské tituly vesměs cílí na muže spíše mladší, minimálně středoškolsky vzdělané a majetnější. Obsahové schéma je střížené podle osvědčené šablony: vztahy a sex, příběhy, celebrity, kosmetika, dovolená a cestování, jídlo.“¹ Dále ještě nesmí chybět v pánských časopisech „dobrodružství v kombinaci se sportem a nějaký ozvuk válčení a něco o zbraních.“² Psychoterapeut Martin Jára k obsahové náplni doplňuje: „Jen v jediném pánském titulu jsem našel rubriku „Rodina“ (pozn. Esquire), i když je postavená spíš na tom, jak se děti elegantně zbavit.“³ S největší pravděpodobností hovoří o článku typu „Jak vystrnadit děti z domova“, který se týká odchodu mladých lidí z bytu rodičů.⁴ Více méně pravdivý obsah textu je zakončen prohlášením, které nastiňuje dominantní názor časopisu: „I kdyby holka náhodou měla studovat doma, pošlu ji pak na půl roku na nějakou stáž třeba za Atlantik. Pochybuju, že by se jí potom ještě chtělo stěhovat zpátky do dětského pokojíčku k plyšákům a pod náš rodičovský dohled.“⁵ K této rubrice Martin Jára v návaznosti smířlivě konstatuje: „což na druhé straně chápu, i otec může mít někdy všeho dost a ohlasy zřejmě píšou unavení otcové.“⁶ Zatímco uvedený článek hovořil o dětech kolem plnoletosti, jiný v této rubrice naopak připravuje muže na první dny otcovství: „Proč vám nikdo neřekl, že budete spát jenom

¹ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 33.

² tamtéž

³ tamtéž

⁴ Garkisch, D.: Jak vystrnadit děti z domova. Praha: Esquire, 2009, č. 3, s. 30.

⁵ tamtéž

⁶ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 33.

patnáct minut denně a že polovinu všech večerů strávíte seškrabováním hovínek ze stropního větráku?“⁷ Ani zde při popisu prvních týdnů života s dítětem nechybí prvek posilující mužské sebevědomí: *“většina vašich známých a přátel je ještě pořád ohromena tím, že jste zjistil, jak správně oplodnit ženu.”*⁸ Muž je nabádán brát každopádně věci s humorem, tak aby jej i méně příjemné věci, co nejméně narušili *“buďte klidně trochu sobecký a nebojte se odmítat návštěvy, když se na to nebudete cítit.”*⁹ Pokud už není zbytí, dostane radu, ať alespoň distribuuje na návštěvy část povinností: *„jen ať si hezky kleknou, nasadí gumové rukavice a pustí se do drhnutí vany nebo záchodové mísy.”*¹⁰

V dalším článku je naopak vzorem muž, který se chopí role otce a vštěpuje svému synovi názory a nabízí vzorce chování, které mu nikdo jiný, rozhodně ne ženy, nedokáže poskytnout: *“i když se matky snaží vyrovnat mužům sebevíce, jsou věci, které svým synům prostě nemohou předat. To mohou jen otcové.”*¹¹ Tento podtitulek zmiňuje ženskou snahu vyrovnat genderové role, což je pro pánské časopisy terčem pozornosti, byť sama nezastupitelnost mužského vlivu na rozvoj dítěte je nezpochybnitelná. Časopisový hrdina by měl být čestný, nebojácný, umět skoro všechno na světě a ženy po něm mají šílet. Syna by měl naučit chytat ryby, rozdělat oheň, střílet ze vzduchovky atd. Naučit ho, že *“každý chlap by se měl postarat v první řadě sám o sebe, v řadě druhé pak i o své blízké.”*¹² Zvládat situace bez stěžování a ukazování emocí *“chlap může prohrát, ale nesmí ho to porazit a musí vždycky vědět, jak ze situace se cítí vybruslit.”*¹³ V čísle 4 je v článku v sekci „Rodina“ rozebírána situace, kdy má rozvedený otec představit novou partnerku svým dětem. Na článek reagoval v příštím čísle čtenář dopisem, který souhlasí s vyzněním článku: *“samozřejmě by se měly brát ohledy i na děti, ale v omezené míře, protože děti vás jednou opustí, kdežto od partnerky něco podobného asi neočekáváte.”*¹⁴ A dodává, že chlap by měl brát ohled hlavně sám na sebe. Ale i v pánském časopise lze vysledovat projev výraznější citové náklonnosti muže vůči dětem, která není vlivem okolnosti v tomto případě opětována: *“vzít někomu*

⁷ Esquire 6/2009, s. 26

⁸ tamtéž

⁹ tamtéž

¹⁰ tamtéž

¹¹ Esquire 5/2009, s. 32.

¹² tamtéž

¹³ tamtéž

¹⁴ Esquire 5/2009, s. 8.

svobodu neznamena jen zbavit ho jeho let, ale také oddělit ho od těch, které má nejráději. Pro mě jsi nejcennější člověk ty. Jak ti to ale mám říci?“¹⁵ Líčí příběh zkrachovalého podnikatele, který píše „dopis“ z vězení své sedmnáctileté dceři, kterou sedm roků neviděl, protože si odpykává trest vězení. Tento dopis je první za celou dobu, který se má dostat dceři do rukou, ostatní předešlé její matka zabavila. Exmanželka jej tedy nejen nepodpořila, ještě se všemocně snaží, aby na dotyčného dcera zapoměla: *“Nepochybuji o tom, že tvoje matka a ostatní blízcí lidé, kteří tě obklopují, využili těch téměř sedm let k tomu, aby ti jejich verze celé té nešťastné události byla bližší.”*¹⁶ Žena je zde tedy líčena jako ta, která brání naplnění rodičovské role ze strany otce.

SEX A VZTAHY

Na sex je v pánských časopisech nahlíženo jako na fenomén, který je záležitostí normální a zdravého životního stylu a hlavně osobnosti. *„Normativní maskulinita podle těchto časopisů nezahrnuje dlouhodobý vztah se ženou. Skutečný chlap je naopak svobodný dobrodruh. Je to člověk, který rád riskuje, s elánem se věnuje práci a svým zálibám – do kategorie zálib patří i vztahy se ženami.”*¹⁷ To je docela v protikladu k zastoupení feminity v časopisech pro ženy, která má souvislost s pokusy konstruovat ženu jako zákazníka či spotřebitele.¹⁸

*„Jedna z nejagresivnějších jednorozměrných reprezentací žen je výsledkem pokusů učinit z mužů konzumenty.”*¹⁹ Takový účelový krok má vést k tomu, aby se muži začali o časopisy zajímat a kupovat je – právě prostřednictvím zobrazovaných žen. Výsledkem je, že se časopis pro muže stal magazínem o ženách, což zrcadlově pro časopisy životního stylu pro ženy rozhodně neplatí.

Zobrazení ženy v časopise pro mladého úspěšného muže si vystačí pouze s jejími fyzickými parametry. V tom je zobrazení stereotypizované. *„Ukázková blondýna s velkými prsy, úzkým pasem, malým zadečkem a dlouhýma hubenýma nohama, představuje bělošský archetyp erotické přitažlivosti.”*²⁰ Muž je popisován nebo vystupuje jako lovec, žena jako výsledek lovu – oběť.

¹⁵ Esquire4/2009, s. 34

¹⁶ tamtéž

¹⁷ Renzetti, C.M., Curran, D. J.: Ženy, muži a společnost. Praha. Karolinum 2003, s. 192.

¹⁸ Breareale: In spite of Women in Dines, Humes: Gender, race and class in media, a text reader, 2003, s. 230.

¹⁹ tamtéž

²⁰ Breareale: In spite of Women...., s. 236.

Většinou se nejedná pouze o fotografický materiál žen v erotických situacích a pozicích. Obrazové materiály jsou doplněné poznámkami v boxech, bublinách a textech, které mají většinou ironický charakter a situaci nebo zobrazenou ženu zlehčují nebo zesměšňují. Příkladem může být rubrika Esquiru „Vtip od pěkné holky...“, kde vyobrazenou a krátce představenou modelku doprovází vtip. Např.: Povídají si dvě blondýnky: „Četla jsi Šejkspíra?“ Druhá se zamyslí a zeptá se: „Kdo to napsal?“. ²¹ Zde je jen dobré poznamenat, že dalším stereotypem, se kterým časopisy pro muže pracují, jsou občas narážky na mužskou intelektuální nadřazenost: „*Dura Mater – pod tímto názvem se skrývá označení pro tvrdou plenu mozkovou, která obaluje...ano mozek. I ženy mají mozek, jen je v průměru menší než u mužů.*“ ²² I když v tomto případě překvapivě korektně dodává poznámku: „*Což ale nemá na jeho výkonnost žádný vliv.*“ ²³ Občas lze zaznamenat dehonestace ženského rodu: „*Vždyť pokud nemá pleš a čertovo kopyto, je to nakonec jenom ženská. Nic víc!*“ ²⁴ Výraz „jen ženská“ je použit způsobem, aby bylo hned jasné, že je tak žena charakterizována mužem.

V časopise Maxim je to pak dále velké množství komentářů u fotografií obnažených žen doprovázejících různé druhy článků se vztahovou či sexuální tematikou např.: „*Když jste hezká holka, je život tak nějak jednodušší*“ ²⁵, „*Tady člověk neví, kam má dřív koukat*“ ²⁶, „*Na čtyřech ano, ale do čtyřky ne*“ ²⁷ apod. Herečky, zpěvačky, modelky i zcela běžné dívky ochotné se předvádět zaujímají pozice, které jsou jednoznačně vyzývavé a smyslné. Pravidelnými dávkami fotografií krásných žen je utvrzována čtenářova heterosexuality. Příjemcem časopisu je tedy bezvýhradně heterosexuální muž. Maxim občas vsadí na aktivní přístup vlastních čtenářů – a ukáže v rubrice „e-mail“ anonymně těla přítelkyň nebo známých čtenářů. Téma sexu je jedním z tematických pilířů pánských časopisů. Pravidelnou rubrikou, která se věnuje sexu je „Maxim sex“ – poradna, kde „sexuální poradkyně“ Pavlína, která odpovídá na sexuálně zaměřené otázky čtenářů. Mandát k vedení rubriky jí přináší, že „toho v posteli hodně prožila“. Otázky zasílané čtenáři v plné míře odpovídají celkovému nastavení časopisu. Odpovědi Pavlíniny mají naopak zastupovat názory ženské části populace. Zřejmě i v důsledku genderových stereotypů nepoužívá v odpovědích většinou vulgární slova,

²¹ Esquire 6/2009, s. 40.

²² Maxim 11/2008, s. 98.

²³ Tamtéž.

²⁴ Esquire 3/2009, s. 48.

²⁵ Maxim 10/2008, s. 127.

²⁶ Maxim 10/2008, s. 110.

kteřá se k ženě nehodí. Protože se občas jedná i o rady na hraně zdravotní problematiky mají zřejmě pomocí tohoto faktu získat zdání odbornosti a posílit důvěřehodnost pohledu do světa ženské sexuality.

Poradkyně Pavlína má za úkol zastupovat vzorek žen, které jsou pro čtenáře Maxima žádoucí. Jsou to ženy, které mají nepředpojatý a otevřený přístup k sexu minimálně v rovině komunikace, mají nízký práh studu a nebojí se experimentů nejen v sexuální oblasti. Takové, které se ukáží opakem ke stereotypnímu zobrazení žen, které jsou zmítány emocemi a ve vztahu ke všemu novému hlavně v oblasti sexu pasivní.

Téma ženy a sex tedy pánským časopisům vévodí. Zatímco dříve dominovali hlavně fotografie, dnes dostávají v časopisech pro muže ženy občas i slovo, i když nejčastěji formou rozhovoru s celebritou. „*Leitmotivem je nahlédnutí do světa krásné ženy, která nám prozradí cosi exkluzivního z ženského světa – ona sama sice pro nás zůstane nedostupná, nicméně můžeme doufat, že to, co jsme se od ní dozvěděli, bude fungovat i na jiné.*“²⁸ V Esqiru je takovouto rubrikou nepochybně „Žena, kterou milujeme“. Rubrika obsahuje krátký profil a rozhovor s ženskou celebritou, herečkou, zpěvačkou nebo také pornohvězdou jako v případě dubnového čísla Jennu Jameson. Že mají podobné příspěvky úspěch, potvrzuje reakce čtenáře v následujícím čísle „*Mám doma několik kazet s Jennou Jameson a podle mě je to nejúžasnější pornohvězda, která se kdy objevila. Když jsem si ted' o ní v Esqiru přečetl, ji mám ještě raději. Moc za to díky.*“²⁹

V Maximu se zase objevuje rubrika „Zpověď obyčejné ženy“, která dává nahlédnout do svého života v oblasti partnerství a sexu. I zde je dodržováno, že Maxim je časopis zábavní, který si dělá legraci nejen ze sebe a čtenářů, ale i z uveřejněných materiálů. V textech psaných v ich formě, autorka prezentuje přístup v podstatě mužský, jen v obráceném gardu. Na partnerském trhu se jí evidentně daří, je to ona, kdo musí korigovat počet zájemců o svou osobu, kdo je má ve své moci: „*Nikdy jsem neměla o chlapy nouzi a nikdy jsem se nemusela moc snažit, abych dostala toho, koho jsem chtěla.*“³⁰ Nemá problém udržovat vztah se dvěma muži najednou, vůbec jí nevadí jejich případná omezenost manželstvím, udržuje vyloženě kontakty za účelem sexu:

²⁷ Maxim 10/2008, s. 156.

²⁸ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 33.

²⁹ Esquire 5/2009, s. 8.

³⁰ Maxim 10/2008, s. 159.

„*Ale je to takový víceméně kamarádský sex*“³¹ apod. Pokud přece jen připustí, že ji muž opustil nebo využíval, udrží si svou linii a nebojí se věc odlehčit a zamířit s i do vlastních řad: „*No nejsem kráva? Jsem! A nechci, aby mi to někdo vyvracel.*“³²

Současně kritizuje úroveň mužů, kteří jsou k dispozici. Zdají se jí příliš chlapečtí, neschopni rozhodnutí, mazánci apod. Vidí je tedy jinak, než odpovídá ideálnímu čtenáři časopisu.

Je možné říci, že materiály, ve kterých v různých formách ženy mužům radí, jak k nim přistupovat, mají funkci určitého průvodce. Průvodce, jehož tajnou zbraní je prvek odlehčení a ironizace schovaný pod pláštěm, který vyvolává dojem odbornosti.

Muž podle pánského časopisu nepreferuje tedy dlouhodobý vztah. Je nespoutaný a partnerský vztah vnímá jako kouli na noze. Pokud se o potenciální partnerce už hovoří, tak je přijímána jako jakési nutné zlo, které dobrodruhovi bere volný čas na jeho aktivity, provozované s kamarády. Omezení jsou občas dokonce taxativně stanovená: „*Život s přítelkyní totiž vyžaduje, abyste přijali naprosto specifický soubor pravidel a omezení, budete muset: návštěvy jejich rodičů a kamarádek, nenáročné výlety do provařených turistických oblastí, vytírání koupelny, i když je zacákaná jen čistou vodou...atd.*“³³ Objevují se naopak nové a zpočátku v poblouznění nečekané restriktce, které mužům zakazují: „*autentické zážitky s jinými ženami, noční potulky, záměrně nedbalé, nehygienické a výstřední chování.*“³⁴ Poznámka o hygienických návycích muže je úsměvnou připomínkou dávno překonaného modelu maskulinity, podle kterého má správný muž smrdět „*potem a kouřem*“. Tento model ukazuje jako nemoderní, který ženy rozhodně neocení: „*Nesnásím, když nosí odporný spodní prádlo. Starý zapraný dřevý slipy! Občas se to prádlo dá odhadnout už podle oblečení. Prostě je hned vidět, když o sebe chlap nedbá.*“³⁵ Zejména mu však dlouhodobá partnerka brání v nezávazných vztazích s jinými ženami. Pokud už s nějakou partnerkou trvale žije, je důvodem možnost mít sex kdykoliv bude chtít. Texty využívají stereotyp, který ženy považuje jen za nástroj k uspokojování sexuálních potřeb a nápadů.

Ideálem ale je mít více partnerek najednou nebo je postupně střídat. Případná nevěra muže je prezentována jako adrenalinový sport. Sport, který je u správného chlapa

³¹ tamtéž

³² tamtéž.

³³ Maxim 10/2008, s. 153.

³⁴ tamtéž

žádoucí. Například článek v listopadovém Maximu pod názvem „Milenka“ a podtitulem „Když nevěra není nevěra“ dokonce hovoří v podstatě o jakémsi vyšším stupni nevěry, o nevěře, která je „legalizovaná“. Předpokládá dohodu mezi mužem a jeho manželkou nebo stálou partnerkou na tzv. otevřeném vztahu. Text přichází s ideou: proč má být muž pokrytec, skrývat milenku, mazat její SMS a vůbec lhát stále partnerce o tom, co dělá, když není s ní? Tajnosti jsou tedy přežití, lepší je prostě partnerce otevřeně přiznat existenci milenky. Text předpokládá, že od muže tato varianta požaduje pouze dvě podmínky do začátku: počkat až vztah nebude v počátku, kdy je vztah v těžké zamilovanosti a také vysvětlit partnerce rozdíl mezi dvěma druhy věrnosti: sociální a sexuální. Úkolem muže, který do takového dobrodružství chce jít je přesvědčit ženu, že jeho sociální věrnost je stálá: váží si jí, stará se o ní, chce s ní prožít celý život a nemyslí, že by ji opustil kvůli jiné ženě. Přesvědčuje o tom, že jediná věrnost, která mu schází, kterou neumí dodržet je věrnost sexuální. Nedokáže si odpustit nezávazný sex s jinými ženami. Z jeho pohledu dokonce o nic nejde: „*Pokud o tom bude vědět, vlastně ani o žádnou nevěru nejde – nic ji přece netajíte.*“³⁶ Existence nevěry je v textu odrazem sociální reality. Nevěra je normou, o jejímž četném výskytu se nepochybuje: „*Oba jste už rozumní a víte, že lidé jsou si prostě nevěrní.*“³⁷

Článek dokonce obsahuje myšlenku, že takováto dohodnutá varianta soužití je pro partnerku výhodná. Že by to mohla být právě ona, kdo by z nabízených pravidel a podmínek mohl potenciálně těžit: „*Nebudete ji obtěžovat sexem, když ji bolí hlava, je unavená, v televizi běží její oblíbený seriál nebo má „své dny...“*“³⁸. Jediné co bude muset muž recipročně zvládnout a vyrovnat se s tím, je spravedlivě dopřát také své partnerce sexuální svobodu – tedy milence. Bude muset v tomto překonat svou ješitnost a sobeckost. Přivedeno do extrému se vlastně časopisový muž snaží partnerce ulehčit život a udělat ji radost. O tom, že tak činí nezištně, se dá s úspěchem pochybovat. Pouze chce získat prostor a čas na svůj program. V podobném duchu je veden další článek stejného čísla jen tentokrát využívá „vědeckých“ argumentů. Pod názvem „Největší úchylnka? Žít jen s jednou ženou!“ dostane čtenář pojednání o nejnovějších bádáních v oblasti monogamie, polygamie v souvislosti s evolucí. Závěry jsou příznačné: „*Možná bychom ale měli nevěru brát jako výchozí stav a monogamii bez emocí zkoumat jako*

³⁵ Maxim 11/2008, s. 38.

³⁶ Maxim 11/2008, s. 73.

³⁷ Maxim 11/2008, s. 74.

³⁸ tamtéž.

vzácnost – protože skutečně je vzácností.“³⁹ Článek je uzavřen vědeckou citací, že sexualita lidí je velmi plastická a každý si může vybrat, co mu v konkrétních okolnostech vyhovuje. Je to jen na každém. Nicméně závěr textu tvoří úryvek, který vystihuje dominantní mínění pánských časopisů: „*Pokud vám ale polygamie neseď, nelamte si s tím hlavu. Prostě si v klídku prožijte nudný život vedle jediné stárnoucí ženy a potisící ze zvyku objímejte tlustého lenivého lenochoda.*“⁴⁰

Vzácnou výjimkou kdy muž v pánském časopise připouští, že mít milenku nemusí mít pokaždé jen světlé stránky a hlavně konce, je článek v květnovém čísle Esquire v pravidelné rubrice „Dopis pro...“, tentokrát adresovaný exmilence. Hrdina článku se do milenky zamiloval, posléze si však uvědomil, že rodina je pro něj cennější. Rozchod k jeho následné smůle neakceptovala dotyčná a s celým příběhem seznámila jeho manželku. Manželství skončilo, milenku nenávidí. Muž závěrem konstatuje: „*Hlavně proklínám sebe, že jsem ti podlehl a nachytil se na tu neskutečnou povrchnost. Jsou to draze zaplacené chvíličky rozkoše.*“⁴¹

Jako model partnerského soužití nabízejí pánské magazíny výhradně heteropartnerský vztah. Tato skutečnost má již historické pozadí, neboť již v době vzniku časopisu Esquire v USA 30 let 20. století panovala obava, aby takový časopis životního stylu nebyl považován za časopis pro homosexuály. Proto začal přinášet fotografie spoře oděných žen, aby cílová skupina příjemců byla nezpochybnitelná. Jinak hrozily problémy s netolerancí společnosti i ekonomické dopady na prodej časopisu.

Homosexualita se tedy v obsahu prakticky vůbec nezmiňuje, rozhodně není v seznamu možných témat. Pokud se občas objeví drobná poznámka je to v negativnější nebo komické rovině. Například v srpnovém čísle Maxima thajská modelka rozebírá typy mužů, které se točí kolem každé ženy. Jeden ze šestnácti zmíněných typů je uveden následovně: „*Teplý kamarád. Může to být zženštilá „buznička“, se kterou vybíráme prádlo a parfémy, ale častěji je to úplně normální kluk, co prostě jen šuká kluky.*“⁴²

Jediné, co je z této sféry přijímáno kladně, je lesbický vztah mezi dvěma ženami, respektive spíše sex mezi dvěma ženami. Ten je dokonce předmětem obdivu ze strany

³⁹ Maxim 11/2008, s. 91.

⁴⁰ Maxim 11/2008, s. 92.

⁴¹ Esquire 5/2009, s. 20.

⁴² Maxim 8/2008, s. 58.

ideální čtenáře časopisu: „*Odešel jsem – a když jsem se vrátil, byly už polonahé a začaly pracovat jedna na druhé. Byl jsem blahem bez sebe!*“⁴³

Maxim přináší v duchu své snahy o maximum legrace i vtipy v oblastech tzv. nekorektních. Tedy vtipy o postižených, cikánech, důchodcích, politických stranách a samozřejmě také o homosexuálech: „*Co je vrchol optimismu? Když si dva teplí koupí kočárek.*“⁴⁴

Výjimkou, kde téma homosexuality je vedeno v úsměvném, ale pozitivním duchu je rozhovor s hercem Seanem Pennem v Esquireu. Líčí, jak získal roli ve filmu o Harveyi Milkovi: Ke znalosti námětu uvedl: „*A také jsem věděl, že tento teplý politik byl zastřelený spolu se starostou San Francisca.*“⁴⁵ Humor nepostrádá ani jeho kontaktování režisérem: „*Pak mi volal režisér Gus Van Sant a pozval mě na večeři. Řekl jsem mu, že nemůžu a že jsem heterák. On se začal smát a až pak se vše vyjasnilo.*“⁴⁶

Převažuje tedy diskurz, že správný muž je heterosexuál. Ohrožující pro správný pohled na muže je pokud by se přišlo, že by tomu mohlo být naopak. Obranou je držet si hranici jakési mužské intimity, toho jak se cítí s chlapy „na blízko“ v rovině psychiky. Muž si tedy drží distanc v tom, co na sebe prozradí, ze svých vnitřních pocitů ostatním mužům.

Na stránkách pánských časopisů se občas vede něco, čemu by se dalo říci „válka pohlaví“. Ta může mít jednoznačně humorný podtext jako např. virtuální soutěž firmy Nike v běhu nazvaná „muži vs. ženy“, při které lze pomocí moderních technologií v botách měřit naběhané kilometry. A proč že firma Nike vyhlásila tuto reklamní soutěž mezi muži a ženami? S nadsázkou je uvedeno: „*Řekněme si to zcela upřímně, tahle kampaň má motivovat naše krásnější polovičky, aby začaly běhat.*“⁴⁷ Článek apeluje na tradiční mužské vlastnosti jako je soutěživost a dobrodružství. Při informování, že obě pohlaví zastupuje nejlepší český tenista a nejlepší česká atletka, uvádí text formulaci: „*tvářemi tohoto souboje „na život a na smrt“.* S mužskou ješitností se počítá i při motivaci mužů k účasti na tomto projektu: „*No přece proto, že soutěživost je v nás, pánech tvorstva, už od přírody zakódovaná a nechceme prohrát!*“⁴⁸

⁴³ Esquire 3/2009, s. 49.

⁴⁴ Maxim 12/2009, s.73.

⁴⁵ Esquire 4/2009, s. 79.

⁴⁶ tamtéž.

⁴⁷ Esquire 4/2009, s. 50.

⁴⁸ tamtéž.

Zároveň soutěž plní i další roli v mužově zorném poli. Podporuje v něm odvalu a sílu překonávat překážky a fyzické limity, podporovat kult těla, zábavnost: „*Navíc si zlepšíte svůj zdravotní stav, fyzičku a neposlední řadě se s technologií Nike pobavíte.*“⁴⁹ Duchu pánských časopisů dneška také konvenuje, že běh je individuální sport. Jako takový je z převažujícího pohledu tvůrců časopisu atraktivnější, neboť je v něm každý angažován sám za sebe na výhru i prohru. Navíc není potřeba řešit odpovědnost vůči kolegům v týmu a dodržovat závazná herní pravidla, která bývají v kolektivních sportech nepoměrně složitější.

Podstatně reálnější spor pohlaví se v mužském časopiseckém světě vede na úrovni debat o feminismu. „*Pro kulturu nových frajerů a sukničkářů je charakteristický tzv. „ironický sexismus“ a používání výsměchu a humoru ve vztahu k feminismu. Význam takové ironie uvnitř časopisu pro muže v poslední době spočívá v odmítnutí feministické kritiky mužů.*“⁵⁰ Texty povětšinou vycházejí z faktu, že feminismus je zejména v našich zeměpisných šířkách spojený s určitou hysterií a agresivním dobýváním pozic. A je zřejmě mužskou přirozeností již principu reagovat na vyvolanou agresi znovu agresí. Časopisy se tedy občas snaží feministické téma zlehčit nebo zesměšnit. Letmo o toto téma zavádí článek říjnového Maxima, který má podtitul „Pohledem se nedá zhřešit“ a týká se mužské záliby v okukování cizích žen na obrázcích i v reálu. „*Tyhle fotky jsou prostě hezké. Ale zkuste to vyprávět feministkám, které mužské očumování ženského těla označují za „vizuální obtěžování“!*“⁵¹ A dále: „*Podle feministek je naše čumění kulturně naučeným chováním, které je třeba odstranit převýchovou.*“⁵² Hojně se pak tímto tématem zabývá zářijové číslo Maxima v článku nazvaném „Feministky zakážou Maxim!“ Že se jedná o kontroverzní téma, implikují již první věty pod nadpisem: „*Dva odborníci na politicky nekorektní informace o vztazích mezi pohlavími.*“⁵³ Ti mají na problematiku jednoznačně kritický názor: „*V dnešním radikálním feminismu není skoro nic dobrého – je to jen maskované usilování o mocenská postavení a nenávisť ke všemu mužskému.*“⁵⁴ Pokračují s názorem, že feministky prosazují protimužské zákony a naopak proženské výhody. Feministické hnutí považují ve svém důsledku za

⁴⁹ tamtéž.

⁵⁰ Edwards: Sex, booze and fags: masculinity, style and men's magazines in Benwell, s. 137.

⁵¹ Maxim 10/2008, s. 56.

⁵² Tamtéž.

⁵³ Maxim 9/2008, s. 26.

⁵⁴ Tamtéž.

nebezpečné, protože svou ideologii prosazuje skrytě. Navíc tvrdí, že první generace feministek prosadily mnoho dobrého a v podstatě prosadily vše, co chtěli, současné jen hledají čím obhájit smysl další existence. Jejich motivaci vidí ve finanční rovině, protože každý boj se škodlivým jevem je dnes podpořen patřičným korytem. V jedné otázce padne také otřepaný dotaz založený na stereotypu, totiž zda se žena stává feministkou, protože ji muži nechtějí: „*Na jednom semináři o feminismu jsem si všiml, že většinu přítomných aktivistek bych na rande nepozval. Byly strašně ošklivé!*“⁵⁵Názor, který článek přibližuje je, že feminismus se snaží zrušit odlišnosti, neboť když se dají muži a ženy rozlišit, muži prý dostanou přednost. Fakticky tak zhoršuje vztahy mezi pohlavími. Má velmi silné postavení v médiích, kde dlouhodobě chybí pozitivní vzory pravých mužů. Zde také text přichází v této souvislosti s tématem, kterému se prakticky vůbec nevěnuje a nepracuje s ním, tj. s rasovou problematikou: „*Pokud je tam nějaký pozitivní mužský, tak spíš barevný.*“⁵⁶ Výjimkou potvrzující pravidlo, je článek v březnovém Esquiru rozebírající předvídatelnost budoucího úspěchu prezidenta Baracka Obami. Článek s dvojsmyslným názvem „Trefa do černého“⁵⁷ Se situaci vystihujícím podtitulem „Fenomén Obama“ je však spíš pohledem na zajímavý příběh jednotlivce, než zprávou o stavu rasových problémů v dnešním světě.

Takovým však bezpochyby, alespoň v českém měřítku, je editorial v červnovém Esquiru, kde šéfredaktor přichází s článkem „Konečné řešení romské otázky“. Název, který silně připomíná nacistické „Konečné řešení židovské otázky“, ale neústí pochopitelně do stejných závěrů. I kdyby autor měl podobný názor, ví, že jej nemůže prezentovat. Na svém autobiografickém příběhu z dětství, kdy pomáhal své babičce roznášet poštu a peníze v „*ostravské čtvrti plné snědých obyvatel*“⁵⁸ líčí svůj pohled na úpadek života Romů. „*Nevzpomínám si, že jsem jako dítě viděl něco podobného, a to jsem s babičkou chodil do bytů, kde se to cikány hemžilo. Byl v nich nepořádek, ale nikdy mi nepřišlo, že se tenkrát chovali jako dobytek.*“⁵⁹Popisuje, jak měl několik sporů s cikánskými chlapci, ale ty se na rozdíl od dnešních problémů daly řešit jednoduše: „*Výhodou dětského světa bylo, že fyzická síla vždy vítězila.*“⁶⁰Že současná situace ve čtvrtích s převažující romskou komunitou je horší než kdysi ilustruje vzpomínkou na

⁵⁵ Tamtéž.

⁵⁶ Maxim 9/2008, s. 27.

⁵⁷ Esquire 3/2009, s. 77.

⁵⁸ Esquire 6/2009, s. 10.

⁵⁹ Tamtéž.

⁶⁰ Tamtéž.

babičku: „*když šla koncem 70. let do důchodu, mohla se chlubit kamarádkám, že jí nikdy žádný cikán nepřepadnul. Myslím, že teď by se jí tolik nedařilo.*“⁶¹ Autor také v textu několikrát střídá spisovné a dle dnešních norem jediné neutrální označení Rom, Romové, s obecným v přeneseném smyslu označujícím tuláka, snědého člověka, zlobivé dítě – cikán. Použije i výraz Cikán, který je v určitých kruzích brán za hanlivý, případně rasistický. Autor však především kritizuje současný „politicky korektní“ a pozitivně diskriminační přístup, který se v oficiálních kruzích k tomuto problému zastává: „*Cokoliv ale dnes řeknete proti Romům, bude použito proti vám, i kdyby to nakrásně byla pravda. Média, která se farizejsky ohání svobodou projevu při protestech proti „náhubkovému zákonu“, ruší na internetu diskuse pod články o Romech a oslavují politiky Kocábova typu, kteří nás poučují o latentním fašismu v české populaci a slabé demokracii. Tím, že nám pan Kocáb všem zakáže o Romech mluvit (a nejen o nich), žádný problém nevyřeší.*“⁶² Komentuje tak např. některé více než kontroverzní přístupy ministra pro menšiny a lidská práva. Reprezentuje tak názor, který je ve společnosti hojně rozšířený, ale při pomnutí extrémních sil nemá viditelného mluvčího. A dále porovnává: „*Je zajímavé, že ani Vietnamci ani Číňané s českým rasismem problém nemají.*“⁶³ S nadsázkou navrhuje řešení: „*stát by na Romy převedl veškeré akcie ČEZu, kterých by se pak nemohli zbavit, a ty by se převáděly z generace na generaci. My ostatní budeme mít vždy lepší pocit, když rozsvítíme žárovku či zapneme mikrovlnou troubu.*“⁶⁴ A když někdo nebude chtít toto podporovat, protože jak konstatoval jeden čtenář ve svém dopise: „*Lidé se musí snažit. I proto nám rád Esquire, že vyzdvihuje aktivní styl života*“⁶⁵, tak „*bude šetřit elektřinou a svítit svíčkami.*“⁶⁶ Text je zakončen generalizovaným stereotypem: „*Romové už nebudou mít žádnou motivaci vykopávat kabely či rozebírat celé trafostanice a dávat je do sběru, protože by byli sami proti sobě.*“⁶⁷

Pánské časopisy pracují s názorem, že být v současné době bílý heterosexuální muž je poměrně problematické a plné potíží. Protože jako takový za sebou nemá žádnou skupinu, která by bránila jeho práva. Např. zůstaneme-li v rovině genderu, ženy se stále více vyrovnávají mužům mužskými zbraněmi. Dostávají se výš. Muž se pomalu cítí

⁶¹ Tamtéž.

⁶² Tamtéž.

⁶³ Tamtéž.

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ Esquire 5/2009, s. 8.

⁶⁶ Esquire 6/2009, s. 10.

ohrožen rostoucí emancipací žen, jejichž úspěšné dobývání funkcí snižuje jeho sebevědomí. S tím se vyrovnává jakýmsi návratem k původní maskulinitě. Muži dosud opírali svou nadřazenost o práci a ekonomickou převahu nad ženou. Proti novému trendu rovných šancí se snaží vymezit. Téma feminismu se dostalo i do článku týkající se výše popsaného vztahu k nezávazným milostným vztahům. V březnovém Esquireu pod názvem: „Ženy, kterým je lépe se raději vyhnout“ jsou popisovány různé „druhy“ milenek. Jedním z druhů je i „Milenka šílená feministka“. Text zajímavě kombinuje otázku postavení ženy ve společnosti a její roli v osobním životě: „*Jsem za práva žen. Budu vždy podporovat jejich volební právo, jejich právo na mozek, jejich nárok na stejné platové podmínky, jaké mají muži...*“⁶⁸. Současně dále konstatuje: „*Ale stejně tak si myslím, že žena by měla být schopna uvařit dobrou a kvalitní večeři. Nesnažím se tady nikomu namluvit, aby si našel blondatou blbku, které stačí, že stojí od rána u plotny a dělá žvanec.*“⁶⁹. Věta obsahuje další zprofanovaný stereotyp, kdy žena nepřilíš chytrá = blondýna. Autor pokračuje, že sice pokud hledá muž milenku, nepotřebuje nikoho k plotně, ale měl by si uvědomit, že pokud bude hodně emancipovaná nebo feministka, tak je nutné počítat s tím, že: „*ženská, která se snaží prosadit do předních linií, nevydrží nikdy dlouho na pozici té druhé. Naopak, vzhledem ke své životní filozofii se bude automaticky drát na přední pozici.*“⁷⁰ Jinak řečeno, s pouhou rolí milenky se po určité době nespokojí. Pokud tedy může text pánům radit: „*Feministka je rozhodně další milenka, které je lepší se vyhnout.*“⁷¹

Z hlediska partnerského trhu je konstatováno, že fakt zkrášlování žen od raného dětství má svůj důvod. Ženy dělají vše proto, aby sehnaly co nejbohatšího doživotního „starače“. Pokud jej už najde, kráší se proto, aby si jej udržela. „*Partnera si vybírá hlavně podle jeho schopnosti ji zabezpečit. Pečlivě vyhodnocuje jeho mocenský status, peníze, schopnost prosadit se...*“⁷². Muže tedy žena podrobně testuje. Muž nikoho testovat nemusí – k ženám přistupuje jako ke krátkým avantýrám. Dlouhodobý vztah je tedy pro muže vlastně omyl: „*Svatba je jeho největší prohrou – vítězná žena v něm právě ulovila doživotního starače.*“⁷³ V podobném duchu hovoří i dříve uvedený článek o nevěře v Maximu: „*Biologickou podstatou ženské žárlivosti je obava, že partnerka*

⁶⁷ Esquire 3/2009, s. 10.

⁶⁸ Esquire 3/2008, s. 28.

⁶⁹ Tamtéž.

⁷⁰ Tamtéž.

⁷¹ Tamtéž.

⁷² Maxim 9/2008, s. 28.

přijde o zdroje. ⁷⁴Žena je líčena jako ekonomická komodita, kterou je možné za určitou úplatu dostat. Morální hodnoty ženy jsou potlačeny finančním stimulem nebo prostřednictvím darů: „*Krásné ženy jdou hlavně po penězích.*“⁷⁵

Samotné ženy to připouští, např. na stránkách říjnového Maxima. „*Jasně, že mě zajímá, jak je na tom kluk materiálně, to je prostě pro ženskou důležitost.*“⁷⁶Ve stejném čísle se tématu finančních nákladů pro muže ve vztahu nebo bez něj, věnuje celý článek s titulem „*Stojí to za to?*“Článek ihned vyvrací myšlenku, že být se ženou vede k úspoře prostředků. Vědecky přichází s tezí, že lidé spolu vždy žijí na základě porovnání nákladů a výnosů: „*Chodit s holkou je prostě transakce jako každá jiná.*“⁷⁷Text argumentuje, že všechny vztahové věci je možné vyjádřit penězi. S nadsázkou přiznává několik kladů, ale většinou uvádí příklady, v čem bude muž trátit např. u společného bydlení: „*V bytě se začnou plíživě objevovat různé zbytečné krámy: od vonných svíček (a 27 Kč) přes proutěný koš (682 Kč) až po vykastrovaného kocoura (14000 Kč bez dalších výdajů). Rozsah těchto krámů není početně ani tematicky omezen.*“⁷⁸Podobně vychází podle článku být nezadaným chlapem v oblasti stravování, rekreace, svatby, dárků: „*Nezadaní muži nemusejí opatřování dárků věnovat moc úsilí ani peněz. Přítelkyni naproti tomu musíte nosit květiny – nebo je přinese někdo jiný, a vy budete mít smůlu.*“⁷⁹Žena dále očekává dárek ke všem možným příležitostem: „*A jak koupíte věc pod 500 Kč, je zle.*“⁸⁰Jedinou sférou, kde článek přiznává výhodnost zadanému muži je oblast péče o vzhled. Ve vztahu muže přijde péče o tělo levněji, než když bude sám. „*Nezadaní muži totiž obvykle za svůj vzhled více utrácejí. Mají pocit, že s pomocí kosmetických přípravků zvyšují svou atraktivitu. Jakmile ženu uloví, stačí péči provozovat jen na udržovací úrovni. Stačí indulona na všechno.*“⁸¹Zásadní nehmotný přínos vztahu s dívkou v této oblasti nastává hlavně v případě, že úroveň hygieny muže nebyla před seznámením na patřičné úrovni. Přítelkyně přeci jen muže k náležité péči přiměje, čímž se však sama paradoxně vystaví do nebezpečí, protože promlouváno k muži: „*Čímž se výrazně zvyšuje vaše šance na úspěšné seznámení s dalšími ženami.*“⁸²

⁷³ Tamtéž.

⁷⁴ Maxim 9/2008, s. 73.

⁷⁵ Esquire 6/2009, s. 28.

⁷⁶ Maxim 10/2008, s. 157.

⁷⁷ Maxim 10/2008, s. 97.

⁷⁸ Maxim 10/2008, s. 98.

⁷⁹ Maxim 10/2008, s. 100.

⁸⁰ Tamtéž

⁸¹ Maxim 10/2008, s. 99.

⁸² Maxim 10/2008, s. 99.

Dobrodružství

V dětství si kluci hrají na vojáky, kovboje, agenty. V dospělosti o to zrušením povinné vojenské služby definitivně přišli. Archetyp ochránce, zachránce, vůdce však navzdory všem změnám a postupnému vyrovnávání genderových rolí zůstává živý: Jen se v současnosti hůře hledá možnost pro jeho uplatnění „*Zřejmě i proto v žádném z pánských titulů nechybí kladný hrdina, záchranná mise, síla zjednávací spravedlnost, zbraň jako prostředek svobody.*“⁸³

Zkoumaný vzorek časopisů prakticky všechny možnosti z výše popsané škály nabízí. Například květnový Esquire v článku nazvaném „Když přijde čas, kdy se musíte porvat“ dovozuje, že: „*Neexistuje možnost, že by se alespoň jednou v životě nezapletl dospělý chlap do rvačky.*“⁸⁴ A pomocí několika zásadních nabízených pravidel ovlivní její výsledek: „*Je jen otázkou, jak z ní vyváznout co nejlépe.*“⁸⁵ K tomu mají dopomoci rady trenéra kickboxu. Rady směřují na běžného muže, který není nemusí být fyzicky disponován: „*Předpokládáme, že nejste nadšenec typu Ramba, nechodíte denně do posilovny ani se neoddáváte některému z bojových sportů. Pak byste se měl patrně naučit co nejdříve prát.*“⁸⁶

Podobným návodem, kde jsou jednotlivé údery doprovázené fotografickým ztvárněním v hlavní roli se samotnými redaktory Maxima, je článek „Braň se, ne?“ Ten představuje sebeobranu izraelských speciálních jednotek.

Tu má čtenář využít v případě, že: „*Jste na venkovské zábavě a burani vám dělají do holky? Maj nějaký problém? Asi jo co? Zapomeňte na lekce bojových umění a fair play.*“⁸⁷

Čistě z prostředí bezpečnostních složek mohou být i další „hrdinové“ pánského magazínu. Článek z Esquiru „Bad Boys Airlines“ líčící přepravu zločinců: „*Speciální letadlo startuje z texaského letiště a míří na jih. Jeho pilot má patnáctičlennou ochranku. Náklad je exkluzivní: 124 vězňů. Všichni mají řetězy spoutané ruce i nohy. Vypadá to jako scéna z filmu Con Air, jen s jedním zásadním rozdílem. Tohle není film. Tohle je tvrdá realita.*“⁸⁸

⁸³ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 34.

⁸⁴ Esquire 5/2009, s. 48.

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ Maxim 9/2008, s. 110.

⁸⁸ Esquire 6/2009, s. 54.

Na mužovy schopnosti a odvahu apeluje i článek květnového Esquiru nazvaný „25 situací, které byste měl zvládnout“. Přináší rady od způsobu štípání dříví až po zalepení duše kola. Je uveden lichotkou: „*Ačkoli si vůbec netroufáme pochybovat o vaší dokonalosti, jsou úskali, která i sebevíce připraveného člověka překvapí.*“⁸⁹ Čtenář je v roli žáka a nedouka, který má být připraven vstřebat nové informace, aby ze sebe neudělal před ostatními hlupáka. Tedy aby neztratil tvář. V roli učitele je časopis: „*Naštěstí jsme tu my, abychom tomu zabránili.*“⁹⁰ Tematicky navazuje na podobný článek z předchozího čísla „75 věcí, které by každý muž měl zkusit“. Škála je tady široká – od hraní ragby až po vychování psa. I tentokrát je uveden apelem: „*Nic z toho, co tady najdete, nepůjde samo. Každá položka je otázkou vašeho rozhodnutí, šancí, které hodláte využít, a odvahy, kterou jste ochoten prokázat.*“⁹¹ K článku se vyjádřil i čtenář v příštím čísle, který připouští, že více než polovinu věcí zkusil: „*Některé nestojí vůbec za to, ale uznávám, že je dobré si říci: alespoň jsem to zkusil.*“⁹²

Ve sportovně zaměřených textech je zdůrazňován boj se sebou samým, případně s přírodou. Překonávání vlastních limitů a obav je typické pro tzv. „adrenalinové sporty“. Je popisována euforie a úlevy po překonání překážek. V rubrice „Esquire adrenalin“ je v rozhovoru představena „Nejtěžší bikerská rallye na světě“ nebo formou vyprávění cestovatele a dobrodruha popsán výstup na Grossglockner. V Maximu je samotnými redaktory vyzkoušen paragliding. Text dokonce klade otázku bezpečnosti, která není jindy moc akcentována: „*Jako rizikový sport je paragliding vnímán ze dvou důvodů. Lidé podceňují trénink – místo od instruktorů se učí jeden od druhého – a šetří na výbavě.*“⁹³ Přes články o alergiích a problémech se spánkem v Esquiru a text o prostatě v Maximu platí, že časopisový muž zdravotní problémy nemá nebo si je většinou odmítá připustit. Vážný článek na zdravotní téma by vyčníval z celkového obsahu. Proto můžeme konstatovat: „*Tematicky mi v českých verzích pánských časopisů chybí zdraví, které se ve světě více akcentuje. Například zaměření na úrazy, otázky bezpečnosti jako druhé strany rizika. U nás převládá jednostranný pohled – riziko a dobrodružství je bezvadný. Spousta mužů kvůli tomu zbytečně umírá.*“⁹⁴

⁸⁹ Esquire 5/2009, s. 64.

⁹⁰ Tamtéž.

⁹¹ Esquire 4/2009, s. 63.

⁹² Esquire 5/2009, s. 8.

⁹³ Maxim 8/2008, s. 35.

⁹⁴ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 34.

„Spousta mužů to v sobě má, jen si potřebují zdůvodnit, že nejde o boj pro boj, ale o ušlechtilou ideu. Pohled na samopal mnohé muže potěší, i když mají naučené podobné emoce zadupat v zárodku.“⁹⁵Tento pohled zprostředkovaný časopisem se může dotknout přirozené agrese, která může být schována pod oblekem. „Jako ventil ale zdaleka nestačí. Skutečnou akci, opravdové fyzické vybití nashromážděné agrese fotografie nejmodernějších bitevníků nenahradí.“⁹⁶

Jazyk

Jazyk je druhem komunikačního kódu se čtenářem. Magazín pro muže chce být kamarádem, se kterým by třeba šli na pivo. Chce tedy mluvit stejným jazykem, aby mu čtenář věřil a chápal ho. Proto má poměrně vysoké zastoupení vulgarismů.

Jazyk těchto pánských časopisů je zčásti nespisovný, hlavně z lexikálního a morfologického hlediska. Také při používání spisovné češtiny má rysy hovorovosti a neformálnosti v syntaktické rovině. Což platí zejména pro časopis Maxim. Spisovná čeština se objevuje v podobě neformální a hovorové. Nejvíce se to týká rozhovorů a různých návodů, které mají vytvářet dojem, že mezi oběma stranami komunikačního procesu je hranice prostorová, časová, sociální co nejmenší.

V obsahu na začátku užívá Maxim názvy textů, které poté uvnitř čísla najdeme pod titulkem zcela nebo částečně jiným, ovšem vystihujícím následný text. (např. „Chleba se nikdy nepřejí“ vs. „Obložte si“ nebo „Recyklace“ vs. „Má to vůbec smysl“ Maxim 8/2008). Autoři textů většinou používají takový jazyk, jaký předpokládají u svých čtenářů. Nespisovnost se v nadpisech prakticky neobjevuje, přestože v textech pod nimi je často hojně zastoupena. Její užívání má důvod. Používá se k vyvolání důvěrné atmosféry a posílení prvku autentičnosti – proto je zastoupena hlavně v rozhovorech, poradnách a reportážích, kde se nevyskytují odborníci. U odborníků spisovná čeština posiluje jejich důvěryhodnost.

Příkladem nejvíce nespisovné rubriky je u Maxima „Maxim e-mail“ – dvojstrana věnovaná dopisům (e-mailům) čtenářů. Má podtitul „čtenáři, pojďte se ztrapnit“, což se v mnoha případech skutečně stane...

Nespisovnost v morfologické rovině se u Maxima projevuje většinou v jevech typických pro obecnou češtinu:

⁹⁵ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 34.

⁹⁶ Tamtéž.

é místo ý – *našláplýho časáku, zvědavý pitomce*, (Maxim 8/2008:9), *v tý, blbý zákony* (12/2008 : 135), *jedný* (Maxim 10/2008:159), *hrozně drahý* (Maxim 12/2008 : 136), *o tý* (Maxim 12/2008 : 135), *krutýho* (Maxim 8/2008 : 52), *takový gesta, americkýho* (Maxim 8/2008: 8), *hořký* (Maxim 8/2008 : 30), *je to lidský* (Maxim 8/2008 : 32).

-ma místo mi – *s náma* (Maxim 10/2008 :7), *slepýma* (Maxim 10/2008 : 130), *rovnátkama* (Maxim 8/2008 : 143), *s holkama* (Maxim 8/2008 : 148).

-em místo eme – *popoběhnem* (Maxim 8/2008 : 34)

-ema místo i – *s kámošema* (Maxim 11/2008 : 157)

-jou místo jí – **v 3. os. pl. prez.sloves 3. třídy** – *štelujou* (Maxim 12 /2008:135), *pějou* (Maxim 12/2008 : 45), *ukazujou* (Maxim 10/2008 : 52) *kážou* (Maxim 8/2008 : 148), *fackujou* (Maxim 8/2008 : 122), *nedokážou* (Maxim 9/2008 : 142).

elize koncového -í po -j u sloves ve 3. os. l. – *vymáchaj* (Maxim 10/2008 : 130), *chyběj* (Maxim 8/2008 : 16), *dolézaj* (Maxim 8/2008 : 32), *chtěj* (Maxim 9/2008 : 106)

užití nespisovného bysme namísto bychom – *jen sex bysme si zajišťovali* (Maxim 8/2008 : 58)

diftongizace – **ý –ej** – *černošskej*, (Maxim 10/2008:130), *marnej*, *nudnej*, *každej* (Maxim 10/2008:156) *zavřenej* (Maxim 12/2008:40), *prudkej* (Maxim 9/2008:142), *namakanej* (Maxim č. 10/2008 : 30), *trvalej* (Maxim 10/2008 : 156), *nežnej*, *úžasnej* (Maxim 8/2008 :148), *vzdušnej* (Maxim 8/2008 : 36), *zpevněnej* (Maxim 8/2008 : 74), *bezpečnej* (Maxim 9/2008 :96), *redaktorskej* (Maxim 10/2008 : 78).

Syntaktická rovina

Kontaktové prostředky – *hele* (Maxim 12/2008 : 136), *Člověče* (Maxim 12/ 2008 :131), *Šup* (Maxim 10/2008 : 84).

Řečnické otázky, dialogičnost, tázací dovětky – *Právě jsem dostal pohlavěk od Lindsay Lohan! to stojí za to, ne?* (Maxim 10/2008 : 88), *I my tak rádi ujždíme na kýči a pokleslých žánrech, ale proč z toho dělat nějaký problém, ne?* (Maxim 8/2008 : 100), *Rajcuje mě to, jasné?* (Maxim 8/2008 : 120), *Monika je OK, že jo?* (Maxim 9/2008 : 120), *Takže ty na mě úplně kašleš, jo* (Maxim 8/2008 : 108)

Aposiopeze- *psala jsem ti, volala...., vraceli jsme se k sobě, chodili do kina, na večere...*(Maxim 10/2008 : 159), *Možná jen chce, abyste k ní šel blíž* (Maxim 11/2008 : 124)

Občas se vyskytne typický jev současné češtiny – vazba – „*být o 6. pádu*“, která pochází z angličtiny (it is about something) – *Rally cross je víc o přesnosti* (Maxim

9/2008 : 96), *Start není o tom, že sešlápnu plyn na podlahu, ale o akceleraci s rozumem* (Maxim 9/2008 : 95).

Eufemismy – *pak podržíme my* (ve smyslu budeme povolné, Maxim 12/2008: 80), *ústní jednání* (ve smyslu orálního sexu, Maxim 12/2008:131), *věcička* (ve smyslu mužského pohlavního orgánu, Maxim 10/2008 : 151), *byl by na prkně* (byl by mrtvý, Maxim 12/2008 : 26), *komu se nezvedne kufr* (ve smyslu chtít zvracet, Maxim 12/2008 : 104).

Deminutiva – *kalbička* (Maxim 9/2008 : 41), *partička* (Maxim 10/08 : 88), *hadříky* (Maxim 10/2008 : 7)

Augmentativa – *plácali* (ve smyslu povídali, Maxim 10/2008 : 155), *vyblekotá* (ve smyslu řekne, Maxim 10/2008 : 143). *vypadli* (ve smyslu odešli, Maxim 10/2008 : 89), *chcípne* (zemře, Maxim 12/2008 : 15), *čumíš* (díváš se, Maxim 8/2008 : 32), *melou pantem* (ve smyslu povídají, Maxim 8/2008 : 99).

Dětská (lalická) slova – *pandulák* (Maxim 10/2008 : 62)

Kletby a tzv profánní výrazy – *sakra* (Maxim 10/2008 : 6,75), *Ježišmarjá* (Maxim 12/2008 : 136).

Další lexikální prostředky obecné češtiny – *balit* (snažit se získat přízeň opačného pohlaví, Maxim 8/2008 : 46), *holku* (Maxim 8/2008 : 32)

Univerbizace – může být v podobě zjevně nespisovné, může být přínosná i pro spisovnou češtinu jako prvek aktualizace či pobavení. Univerbizace je běžnou součástí obecné češtiny – *kratšasy* (Maxim 9/2008 : 119).

Zkracování - *časák* (Maxim 12/2008 : 6), *kámoši* (Maxim 12/2008 : 131), *světáku* (Maxim 8/2008:36), *profi* (Maxim 9/2008 : 36). Případně zkracování u věcí, které jsou atraktivní – *šampáňo* (Maxim 12/2008 : 111).

Poměrně vzácné jsou emoce v jazyce ve formě intenzifikujících příslovcí míry jako např. – *naprosto fenomenálně* (Maxim 12/2008 : 131), *fakt super* (Maxim 12/2008 : 6), *zatraceně předvídatelné* (Maxim 8/2008 : 124)., *děsně manipulativní* (Maxim 8/2008 : 28), *okamžitě a neprodleně* (Maxim 8/2008 : 34), *hodně fajn* (Maxim 12/2008 : 131), *vysloveně trapné* (Maxim 10/2008 : 95).

Sem tam se objevují **zdrobněliny** např.: *filmeček* (Maxim 10/2008:53) v rubrice „Promotion“, nebo *žmolečky, žlázičky* (Maxim 10/2008 : 151) v rubrice „Sex“.

Intenzifikace lze také docílit opakováním stejných samohlásek nebo přidáváním kvantity diakritickým znaménkem – *sýýýr* (Maxim 10/2008 : 86), *juchúúú* (Maxim 10/2008 : 3)

Nespisovné první části složenin – nahrazují delší vazbu adjektiva/adverbia se substantivem (typ největší + kamarádka = megakámoška) – *megavtipy* (Maxim 8/2008 : 84), *megazelené* (Maxim 8/2008 : 122) *megapřesný* (Maxim 10/2008 : 67), *supervýkonnost* (Maxim 8/2008 : 101). Nebo první část složeniny slouží jako samostatný přívlastek – *super hadříky* (Maxim 10/2008 :7). U slovotvorby se vedle zkracování a univerbizace vyskytují nespisovné sufixy (- ák, -ář) – *nádražák* (Maxim 8/2008 : 145), *mariňák* (Maxim 8/2008 : 127)

Dysfemismy – *huby* (v souvislosti s člověkem, Maxim 10/2008 : 6).

Depreciativa (slova hanlivá, znevažující) – *kecy* (Maxim 10/2008 : 157), *joudu* (Maxim 10/2008 : 153), *dědek* (Maxim 8/2008 : 147), *lúzr* (Maxim 10/2008 : 156), *socka* (Maxim 10/2008 : 155), *ňouma* (Maxim 8/2008 : 101), *trouba* (Maxim 8/2008 : 122), *usmrkance* (Maxim 8/2008 : 118), *páprda* (Maxim 8/2008 : 103), *nekňuba* (Maxim 9/2008 : 119)

Vulgarismy – *magor* (Maxim 10/2008 :89), *pitomost* (Maxim 8/2008 : 100), *debil, idiot* (Maxim 11/2008 : 39), *dement* (Maxim 8/2008 : 142).

Opakování téhož slova – *no jasně rozum, víš jak, víš co* (Maxim 9/2008 : 146)

Přirovnání – *noha nakrájená jak sváteční sekaná* (Maxim 12/2008 : 27), *adrenalin jak prase* (Maxim 11/2008 : 52), *ale možná to funguje stejně spolehlivě jako věštění vývoje směnných kurzů z hlenu jednoruké vrátné* (přirovnání je současně **hyperbolou** – literární nadsázkou, Maxim 11/2008 : 58), *Náraz o strom by nás rozbil jako mráz pumpu* (Maxim 11/2008 : 109)

Personifikace – *Romantika brečí v koutě...*(Maxim 9/2008 : 121), *vrak ženské krásy se řítí do bezedné rokle* (Maxim 11/2008 : 113), *Mrakodrap je jediným typem budovy, který zvládl skok do 21. století* (Maxim 9/2008 : 101).

Moderní novotvary, které zachycuje např. slovník neologismů „Nová slova v češtině (Academia 2004) – *prudí* (Maxim 8/2008 : 141), *vymakaná* (Maxim 8/2008 : 126), *hustý* (Maxim 9/2008 : 44).

Argot (žargon) je zastoupen dnes už obecně známými výrazy – *šmirgl* (Maxim 10/2008 : 131), *benga* (policisty, Maxim 9/2008 : 7), *kára* (auto, Maxim 12/2008 : 104).

Esquire

Více než v Maximu jsou zastoupeny emoce v jazyce ve formě intenzifikujících příslovcí míry jako např.: *neskutečně křehké* (Esquire 5/2009:98), *hrubě nespokojen*

(Esquire 5/2009:75), *zatraceně hlasité* (Esquire č. 6/2009: 14), *zatraceně přitažlivá* (Esquire 3/2009 : 89), *neskutečně roztomilá* (Esquire 3/2009 : 20), *totálně propadneš* (Esquire 6/2009 : 75)

Zřídka se objevuje **intenzifikace/superlatizace** , která by se snažila popsat nejvyšší míru vlastnosti např.: – *naprostá bomba* (Esquire 6/2009 : 87), *neuvěřitelný, jak* (Esquire 6/2009 : 75), výjimkou je hromadění superlativů v Esquire 5/2009 :98 – *dokonalá, jedinečná, nezapomenutelná* nebo *milého, sladkého, omamného* (Esquire 5/2009 : 34), *jemné, uvolňující, až božské* (Esquire 6/2009 : 102)

Esquire používá také **zdrobněliny**, zejména v rubrice „Food service“ a týkajících se tedy nejvíce jídla např.: *biftečky, másličko, masíčko, salátek* (Esquire 4/2009 :118). Občas se zdrobněliny ukáží i v jiných částech např. v „Rozhovoru s celebritou“ – *dobruška* (Esquire 5/2009: 68) nebo v sekci „hudba“ – *partička* (Esquire 6/2009:14), případně – *hlavičky* (Esquire 4/2009:56), *roličku* (Esquire 6/2009 :114), *pytlíček* (Esquire 6/2009: 56), *děťátko* (Esquire 6/2009 : 26), *tvářičku* (Esquire 5/2009 : 32), *krabičky* (Esquire 5/2009 : 57), *polívčička* (Maxim 12/2008 : 104), *článeček* (Esquire 3/2009 : 8). Zdrobněliny se také používají, pokud jde o slova, která mohou v neutrální formě působit nelichotivě a týkají se těla – např. : *zadeček* (Esquire 4/2009: 44), *prdelku* (Esquire 5/2009: 32), *prdýlka* (Esquire 3/2009 : 49)

Nespisovnost v morfológické rovině se u Esquiru projevuje většinou v jevech typických pro obecnou češtinu:

é na ý – *šedivýho* (Esquire 6/2009 : 52), *svýmu šťastnému, u takovýho* (Esquire 6/2009 : 87), *otáčkovýho* (Esquire 6/2009 : 87), *to není možný* (Esquire 3/2009 : 8), *mýho auta* (Esquire 4/2009 : 130).

-ma místo mi – *štětinama* (Esquire 4/2009 : 52), *roztaženýma* (Esquire 3/2009 : 55), *děvkama* (Esquire 3/2009 : 8)

-jou místo jí v 3. os. pl. prez. sloves 3. třídy –*hrajou* (Esquire 6/2009 : 114), *smyjou* (Esquire 6/2009 : 65), *zakryjou* (Esquire 6/2009 : 65)

elize koncového -í po -j u sloves ve 3. os. l. – zpívaj (Esquire 6/2009 : 51)

diftongizace: ý - ej – *důležitěj* (Esquire 6/2009: 12), *ženatej* (Esquire 4/2009:44), *každěj druhéj, úžasnej* (Esquire 6/2009 :52), *nasranej* (Esquire 4/2009:60), *velkej, krotkej, plnej, správnej* (Esquire 6/2009 : 87).

univerbizace a zkracování objevují nespisovné sufixy (- ář,-ák) ve výrazech např. *part'ák* (Esquire 5/2009 : 32), *závod'ák* (Esquire 4/2009 :86)

Nejpočetnější skupinou lexikálních prostředků, určitým způsobem se odchylojících od normy (netýká se spisovnosti) jsou **expresiva**. Příklady expresiv na ukázkou:

Dysfemismy – *huby* (v souvislosti s lidmi, Esquire 5/2009 : 57), *nehulil* (Esquire 4/2009 :60).

Depreciativa (slova znevažující) – *ufňukánci* (Esquire 5/2009 : 32), *chcípáci* (Esquire 5/2009 : 57), *fňukna* (Esquire 6/2009 : 20), *kecy* (Esquire 3/2009 : 28), *nána* (Esquire 3/2009 : 8), *zoufalce* (Esquire 2/2009 : 8).

Eufemismy – *dvě obrovské polokoule* (ve smyslu ňadra, Esquire 4/2009 : 44), *moderní barevné pilulky* (viagra, Esquire 3/2009 : 24), *než by řekl švec* (rychle, Esquire 3/2009 :28), *pověsit city na hřebík* (Esquire 3/2009 : 26), *neměli ani páru* (nevěděli, Esquire 6/2009 : 71), *dostal košem* (byl odmítnut, Esquire 2/2009 : 20).

Deminutiva – *akcička* (Esquire 4/2009 : 122)

Augmentativa – *pakoval* (ve smyslu odešel, Esquire 5/2009 : 22), *vandrovat* (ve smyslu obtěžovat, Esquire 5/2009 : 48), *civět* (dívat se, Esquire 4/2009 : 40)

Kletby a tzv. profánní výrazy – *Hergot* (Esquire 3/2009 : 89), *Proboha* (Esquire 3/2009 : 16), *sakra* (Esquire 4/2009 : 130)

Vulgariismy – *hajzl* (Esquire 4/2009 : 28).

Přirovnání – *Můj stylist je nezastavitelná sopka nápadů* (Esquire 6/2009 : 75), *koukat jako bluma* (Esquire 5/2009 : 64), *Děti jsou meteorit do středu sexuálního života* (Esquire 2/2009 : 26).

Personifikace – *Jméno Stathan se zařadilo* (Esquire 6/2009 : 60)

Příslloví a lidová rčení mají významotvornou a estetizující funkci – „*Komu Pánbůh, tomu všichni svatí*“ (Maxim 8/2008 : 53).

„*Ale všechno má svou míru*“ (Maxim 9/2009 :96)

„*Cesta do pekel je dlážděna dobrými úmysly*“ (Maxim 11/2008 : 151)

Aluze a intertextualita – „*Štastná to žena!*“ (evokuje Babičku od Boženy Němcové, Maxim 10/2008 : 48), *Pán přílivu* (film USA z r. 1991, Maxim 10/2008 : 51), *Na samotě u řeky* (aluze na český film Na samotě u lesa z r. 1976, Maxim 10/2008 : 51), *Jedna ruka netleská* (evokuje stejnojmenný český film z r. 2003, Maxim 10/2008 : 51). tady jako podtitul dvojstrany, *12 rozhněvaných žen* (aluze na drama USA z r. 1957 s Jiřím Voskocem – 12 rozhněvaných mužů, Maxim 11/2008 : 38), *Lesk a bída kurtizán*

(tento nadpis příjemcům připomene stejnojmenný Balzakův román z r. 1843, Esquire 6/2009 : 8), *Stříleli do hlavy malýho chlapečka* (aluze na píseň Vladimíra Mišíka na Kainarův text), *Vidíte má na rukou rodinná pouta* (tato poznámka připomíná seriál televize Prima), *Kdo (se) maže...*(připomíná reklamní slogan „Kdo maže, ten jede“, Esquire 4/2009 : 48), *Když ji miluješ, není co řešit* (asociace na reklamní sdělení výrobku Kofola, Maxim 10/2008 : 151)

Klišé, ustálená slovní spojení, floskule – *přicházet na chuť* (Maxim 10/2008 : 66), *hvězda stoupá* (Maxim 8/2008 : 120), *přeskočí jiskra* (Maxim 8/2008 : 147), *vy na to máte* (Maxim 12/2008 : 85), *krůček po krůčku* (Maxim 12/2008 : 76)

Argumenty – ve snaze zapojit čtenáře více do děje nabízejí tvůrci názory, které jsou zjednodušené a využívají klamné argumenty. Např. věta: „*Kdyby byl ženská, bulel by dojetím*“ (Maxim 8/2008 : 52). V tomto případě je usuzováno o ženách v mezích neoprávněné generalizace – ne všechny ženy by nutně brečely dojetím. Je užito argumentu ad hominem(k člověku, dehonestace soupeře) a současně tzv. argumentů k směšnosti, kdy ženy ironizuje. Podobně je na tom věta: „*Ve sportech jsou dívky obecně horší než my*“ (Maxim10/2008 : 153). Pomocí argumentů ad populum se autoři dovolávají publika např. „*Samozřejmě že se tímto mužem stát můžete. Musíte se ovšem snažit.*“ Esquire 6/2009 : 65).

Anglicismy – jsou výsledkem mezinárodního oběhu komodit. Jejich užití souvisí s ideologií konzumerismu. Obvyklé jsou např. v reklamě a v dalších persvazivních textech. V pánských časopisech se používá anglicismů nejčastěji v souvislosti s nejnovější elektronikou, auty a módou. Výrazy z angličtiny hrají roli aktualizace, která postupně proniká do běžné mluvy ve významu parole – např. *wow* (Maxim 8/2008 : 101)

Používány jsou i anglismy, které nejsou slangem a už jsou naprosto běžné: internet, mobil, fakt, super. Např. –*fakt* (Maxim 8/2008 : 8, 14), *super* (Esquire 4/2009 : 105)

a) anglické výrazy, které v českém textu respektují pravidla anglické gramatiky:

- *trendy* (Esquire 4/2009 : 101), *super* (Esquire 3/2009 : 18), *make-up* (Maxim 8/2008 : 50), *celebrit* (Maxim 10/2008 : 2), *cool* (Maxim 9/2008 : 118), *sexy* (Maxim 11/2008 : 7), *look* (Esquire 4/2009 : 112). Tato adjektiva jsou nesklonná a k jejich začlenění do české věty přispívá druhá, také jmenná část sousloví.

b) anglické výrazy transkribované tak, jak se vyslovují:

- *lůzr* (Maxim 10/2008 : 156), *šejkspír* (Esquire 6/2009 : 40), *šopování* (Maxim 8/2008 : 12), *mejl* (Maxim 8/2008 : 144), *supr* (Maxim 8/2008 : 31), *šajnilly* (Maxim 8/2008 : 145), *fajn* (Maxim 8/2008 : 148), *knokautovačka* (Maxim 8/2008 : 123), *singl* (Esquire 4/2009 : 40), *sajt* (Maxim 10/2008 : 94), *finišer* (Maxim 10/2008 : 79), *drajv* (Maxim 11/2008 : 113), *vystajlovaná* (Maxim 10/2008 : 95).

c) anglické výrazy v českém textu přizpůsobené flektivní češtině:

U tímto způsobem přejatých sloves a přídavných jmen se uplatňují slovtvorné sufíxy, pomocí kterých je možné je možné anglicismy skloňovat nebo časovat podle českých deklinačních a konjugačních vzorů, např. *designové* (Esquire 6/2009 : 55), *skatová* (Esquire 4/2009 : 111), *streetová* (Esquire 4/2009 : 110).

d) anglické výpovědi:

Jedná se o celé výpovědi v angličtině počítající se čtenářovou znalostí cizího jazyka, jednoznačně nutnou k pochopení významu, *Shopping mall* (Maxim 9/2008 : 127), *highway to heaven* (Maxim 9/2008 : 98), *white power* (Maxim 8/2008 : 86) *the better man* (Esquire 6/2009 : 64)

e) anglické pádové, předložkové a souslovné vazby:

Např. česko-anglický přísudek jmenný se sponou **být in**, ve smyslu být moderní – *aby ukázali, že jsou in* (Maxim 10/2008 : 84), *přežvýkat to, co je právě in* (Maxim 10/2008 : 83)

SHRNUTÍ

Ideální čtenář pánského magazínu je v oblasti vztahových témat v zajetí tradičních pohledů na muže – lovce. Atributem jeho úspěchu je získání skalpu v podobě co nejhezčí ženy. Epikureismus křížený s narcismem.⁹⁷ Muž tu žije s pocitem: dokud můžeš, tak si užívej – žijeme přeci jen jednou. Což samo osobě nemusí být vůbec špatně. Jen zde k tomu však muž potřebuje až extrémní zážitky. Zážitky musí být opravdu extrémní, soutěživé, aby si je mohl opravdu užít. Na vše je kladen euforický akcent. Časopisy vyvolávají dojem jakési soutěže ve smyslu – když si toto nezažil,

⁹⁷ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 34.

nevíš o čem je život. „*Kdo nezkusil sex ve třech, jako by nebyl. Neví, o co přichází.*“⁹⁸ Méně nebo vůbec neakcentuje rozdíly mezi různými druhy „odvahy“ např. odvahou skočit po laně z mostu vs. odvahou zastat se např. bělocha v černošském ghettu nebo naopak Roma před skupinou neonacistů.

Jeho narcismus se projevuje tím, že se jako člověk zhodnocuje prostřednictvím druhých, zejména žen. Zhodnocuje se přes orgasmy žen, je tím větší chlap, čím má více žen. Vyhledává ženy, aby mu řekli, že je dobrý, on sám si to ve skutečnosti často vnitřně nemyslí. „*Pánské tituly více méně ulpívají v období počátku vztahu, z nejrůznějších pohledů se zabývají tím, jak ženu upoutat, zaujmout, uspokojit. Mimo zůstává celá oblast budování dlouhodobého vztahu a řešení problémů, které v něm nastávají. V reálném životě přitom muže zajímá třeba to, co se děje se vztahem po roce, jak a proč se mění s příchodem dětí.*“⁹⁹

Časopisy reflektují krizi instituce manželství, která skutečně existuje. Nicméně ve skutečnosti jsou muži více monogamní, než časopisy ukazují. Nepřilíš se dostává ocenění vzdělání jako hodnoty. Málo se také ukazuje pozitivní stránka rodičovství. Časopisy podporují ateismus minimálně tím, že nemluví o existenci boha a náboženství. Když už je slovo víra použito, je v poněkud méně vznešených souvislostech: „*Tak zkuste pevnost nějaké církve nebo sekty, které jsme za vás vyzkoušeli. Netestovali jsme jejich duchovno, ale materiální výhody, které kápnou z členství u nich.*“¹⁰⁰

Co však nejvíce časopisům chybí je přiznání, že skutečnou největší frajeřinou může být např. přiznání se k největšímu životnímu neúspěchu. Chybí zde možnost zrelativizovat touhu po dokonalosti. Kdo je skutečně vyrovnaný a za takového časopisy správného muže považují, přizná neúspěch.

„*Prakticky v každém časopise je kladen důraz na to, že by si měl muž za každou cenu udržet svou hodnotu. Je to taková ego posilovna, moc se nepřipouští, že muž by taky mohl být vnitřně zraněný. Základní životní strategie vyrovnávání se s problémy je nadsázka, nadhled.*“¹⁰¹

Poznámka: Zapomenutím čárky u písmene může vzniknout lingvistická hříčka. Když se stane a do předmětu e-mailu se napíše (vlastní zkušenost) „panské časopisy“ místo

⁹⁸ Esquire 3/2009, s. 48.

⁹⁹ Tamtéž.

¹⁰⁰ Maxim 10/2008, s. 92.

¹⁰¹ Kramulová, D.: Život podle žurnálu. Praha: Psychologie dnes, 2009, č. 5, s. 33.

„pánské časopisy“. Možná to je ta pravá stopa k podstatě věci – co když muži chtějí být páni a panští, tedy panující?

Při čtení pánských magazínů můžeme vnímat jakousi nevyřčenou, nepsanou dohodu a tajnou vizi mezi vydavatelem a čtenářem, že si budou společně obě strany na cosi hrát a vytvářet iluze ve skutečnosti nedosažitelného světa.

LITERATURA:

Sociologický časopis. Monotematické číslo Analýza promluv a textů, analýza diskurzu. Roč. 42 (2006), č. 2/2006.

Kraus, J. Jazyk v proměnách komunikačních médií. Praha: Karolinum, 2008, s. 93 – 144

Kadlecová, K.: Ženské časopisy pro pokročilé. Liberec: Bor, 2006. 114 s. ISBN 80-86807-25-8

Kadlecová, K.: Dívky a girls podle českých dívčích časopisů. Liberec: Bor. 2007. 190 s.