

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2022

Bc. et Bc. Veronika Koničková

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Vliv romantických komedií na vnímání vztahů
mladými dospělými**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. et Bc. Veronika Koníčková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Milan Kruml

Rok obhajoby: 2022

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Bc. et. Bc. Veronika Koníčková

Bibliografický záznam

KONÍČKOVÁ, Veronika. *Vliv romantických komedií na vnímání vztahů mladými dospělými*. Praha, 2022. 68 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.

Rozsah práce: 159 582 znaků

Abstrakt

Diplomová práce *Vliv romantických komedií na vnímání vztahů mladými dospělými* se věnuje výzkumu vlivu konzumace romantických komedií. Práce má za cíl odhalit potenciální souvislosti mezi sledováním žánru romantických komedií a postoje mladých dospělých k romantickým vztahům, respektive k jejich názorům, představám a očekáváním, a případně i jejich chování v reálných vztazích.

Teoretická část práce představuje romantické komedie jako filmový žánr včetně jeho historie, klíčových postupů a charakteristických rysů. Následně práce líčí možné vlivy audiovizuálních médií na diváky, popisuje klíčové teorie pro zkoumání vlivu obsahu na publikum a shrnuje dosavadní poznatky v oblasti výzkumu vlivu romantických filmů na své diváky.

Následná praktická část ukazuje průběh a výsledky spíšeho výzkumu, jehož ústřední formou byl hloubkový rozhovor s respondenty – zástupci skupiny mladých dospělých. Oproti předešlým zkoumáním se tato diplomová práce zaměřila na genderově vyrovnaný vzorek, aby byl popsán také vliv romantických filmů na mužské publikum, přestože nejsou primární cílovou skupinou tohoto žánru. V rámci výzkumu jsou zkoumány aspekty konzumace romantických komedií, přístup respondentů k reálným romantickým vztahům, víra v romantické mýty a vnímání určitého chování protagonistů v romantických komediích. Součástí praktické části je i stručná obsahová analýzu filmů *Pomáda* (1978), *Pretty Woman* (1990), *Láska nebeská* (2003), *500 dní se Summer* (2009) a *Kamarád taky rád* (2011).

Abstract

The diploma thesis „Influence of romantic comedies on young adults’ perception of relationships“ focuses on the effect of the consumption of romantic comedies. The goal of the thesis is to whether a correlation exists between the consumption of romantic comedies and young adults’ attitudes towards romantic relationships, including their opinions, ideas, expectations, and relationship behavior.

The theoretical section introduces romantic comedies as a movie genre. It presents the history of the genre, key practices and approaches, and typical characteristics. The work further describes how audio-visual media can potentially influence the audience, presents major theoretic approaches to audience research, and summarizes current knowledge and results in the field of the influence of romantic comedies.

The following practical section shows the process and results of the research, which was done using a mixed approach including mainly interviews with young adults. In contrast to previous research, this work emphasized a gender-equal research sample to describe the influence on men as well, even though they are not the primary target group. The interviews focused on different aspects of romantic comedies’ consumption, respondents’ attitudes toward real romantic relationships, their belief in romantic myths, and their perception of characters’ behavior in romantic comedies. The practical section of the thesis includes a brief analysis of the content of selected romantic comedies: *Grease* (1978), *Pretty Woman* (1990), *Love Actually* (2003), *500 Days of Summer* (2009), and *Friends with Benefits* (2011).

Klíčová slova

romantické komedie, romantické filmy, mladí dospělí, vnímání vztahů, romantické vztahy, výzkum publika

Keywords

romantic comedies, romantic movies, young adults, perception of relationships, romantic relationship, audience research

Title

Influence of romantic comedies on young adults' perception of relationships

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své práce PhDr. Milanu Krumlovi za odborné konzultace a rady. Dále také všem respondentům, kteří se na výzkumu podíleli a v neposlední řadě své rodině za podporu během mého studia.

Obsah

1. Úvod.....	2
2. Teoretická část	5
2.1 Masová a populární kultura	5
2.1.1 Masová kultura.....	5
2.1.2 Populární kultura.....	6
2.1.3 Vývoj audiovizuálních médií.....	7
2.1.4 Audiovizuální média jako součást volného času	8
2.2 Romantická komedie jako žánr.....	9
2.2.1 Historie romantické komedie jako filmového žánru.....	10
2.2.2 Komedie a romantika	11
2.2.3 Charakteristické rysy žánru.....	12
2.2.4 Homme-com a bromance	16
2.2.5 Kritika žánru	17
2.3 Vliv audiovizuálního obsahu na diváky.....	18
2.3.1 Důležitost audiovizuálních médií v životech diváků.....	19
2.3.2 Romantika v popkultuře a realitě.....	20
2.3.3 Teoretická východiska	22
2.3.4 Vlivy sledování romantických komedií.....	23
3. Metodická část	29
3.1 Metoda výzkumu	29
3.1.1 Kvalitativně – kvantitativní přístup a smíšený výzkum.....	29
3.1.2 Výzkumné cíle	30
3.1.3 Hypotézy	30
3.1.4 Hlubkový rozhovor	31
3.1.5 Obsahová analýza	32
3.2 Výzkumný vzorek.....	32

3.3	Analýza audiovizuálního materiálu	33
3.3.1	Pomáda (1978).....	34
3.3.2	Pretty Woman (1990).....	35
3.3.3	Láska nebeská (2003)	36
3.3.4	500 dní se Summer (2009).....	37
3.3.5	Kamarád taky rád (2011)	38
3.4	Rámcový scénář rozhovoru.....	38
3.4.1	Vztahy	39
3.4.2	Romantické mýty	39
3.4.3	Romantické komedie	40
3.4.4	Modelové situace z romantických komedií	41
3.5	Proces sběru dat	42
3.6	Proces analýzy dat.....	43
4.	Analytická část.....	44
4.1	Mladí dospělí a romantické komedie.....	44
4.2	Ideální a reálné vztahy	49
4.3	Romantické mýty	57
4.4	Filmové situace versus realita.....	60
4.5	Diskuse.....	64
5.	Závěr	67
	Summary	69
	Seznam literatury	71
	Teze diplomové práce	76
	Přílohy.....	80

1. ÚVOD

Tato diplomová práce se věnuje tématu *Vliv romantických komedií na vnímání vztahů mladých dospělých*. Filmová a televizní tvorba se stala běžnou součástí každodenního života a v různé míře dokáže formovat a ovlivňovat své publikum. Na základě sledovaného obsahu si mohou diváci utvářet své názory a představy ohledně různých aspektů života včetně sociálního aspektu. Výjimkou tak není ani žánr romantických komedií, v rámci filmové i televizní tvorby, který je stále velmi populární a zaměřuje se na prezentaci romantických vztahů. I tento konkrétní typ mediálního obsahu tak působí na své diváky a může formovat a ovlivňovat jejich představy o reálných romantických vztazích. Zároveň můžou romantické komedie vytvářet tlak ohledně chování a vzhledu. Tyto aspekty jsou ve filmech prezentovány nerealisticky, což může vést k vysokým očekáváním a jejich následnému nenaplnění a zklamání.

Mladí dospělí (přelom mileniálů a generace Z) jsou lidé, kteří jsou obklopeni hollywoodskou tvorbou již od svého dětství a se zobrazením romantiky a vztahů se setkávají v popkultuře celý život. Tento fakt vede k určitému vlivu na toto publikum. Dosavadní studie naznačují spojitost mezi mírou sledování romantických komedií a vírou v romantické mýty a idealizací vztahů. Většina studií se soustředí především na zkoumání těchto jevů u teenagerů. Tato diplomová práce je zaměřuje na mladé dospělé jakožto jedince, kteří se pravděpodobně již ve svém životě setkali s nějakou formou romantického vztahu. Skupina mladých dospělých také nabízí diverzitu v rámci zkušeností se vztahy, kdy někteří jsou v tomto životním období již v manželství a jiní zatím svého partnera hledají. Tato diplomová práce má také ambici zkoumat genderově vyrovnaný výzkumný vzorek a nezaměřovat se pouze na ženy, které jsou cílovým publikem romantických komedií.

Cílem diplomové práce je zjistit, zdali, jak a v jaké míře má sledování romantických komedií vliv na vztahy mladých dospělých, respektive vliv na názory, hodnoty a očekávání od romantických vztahů mladých dospělých.

Cíle práce bude dosaženo ověřením hypotéz stanovených na základě literární rešerše. Jedná se o hypotézy:

H1: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, mají větší víru v manželství.

H2: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou zastánci tradičních genderových rolí.

H3: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou nespokojeni v reálných vztazích.

H4: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, více věří romantickým mýtům.

H5: Diváci romantických komedií mají tendenci idealizovat a romantizovat chování protagonistů romantických komedií během sledování těchto filmů.

Hypotézy budou ověřeny pomocí kvalitativního výzkumu formou strukturovaných rozhovorů a následné obsahové analýzy. Součástí výzkumu je také obsahová analýza pěti vybraných romantických komedií, na jejímž základě jsou definovány modelové situace romantických vztahů, které tvoří jednu část rozhovorů. Analyzovány jsou filmy: *Pomáda* (1978), *Pretty Woman* (1990), *Láska nebeská* (2003), *500 dní se Summer* (2009) a *Kamarád taky rád* (2011).

Přínosem literární rešerše je shrnutí dosavadních poznatků studií, které se zabývaly vlivem romantických komedií i audiovizuálního obsahu obecně na reálný život diváků. Dále tato část mapuje historii a typologii romantických komedií jako filmového žánru. Popisuje vývoj žánru, charakteristické dějové postupy a typické rysy. V neposlední řadě jsou představeny dva klíčové teoretické přístupy ke zkoumání mediálního vlivu na publikum, kultivační a sociálně kognitivní teorie.

Diplomová práce má následující strukturu. První část je tvořena literární rešerší, která se dělí na tři kapitoly. První kapitola je věnována úvodu do masové a populární kultury, rozvoji audiovizuálního obsahu jako nového typu média až po jeho roli v popkultuře a každodenním životě většiny lidí západní společnosti. Druhá kapitola se zaměřuje na teorii romantických komedií jako filmového žánru. Od historie až po jednotlivé typy a přístupy k zobrazování romantiky v komediálním kontextu. Poslední teoretická kapitola je věnována vlivům romantických komedií na publikum. Tato kapitola je zaměřena na roli romantiky v popkultuře, na teoretické přístupy ke zkoumání mediálních vlivů i na konkrétní vlivy sledování romantických komedií. Následuje část tvořena metodologií. Ta popisuje metodiku výzkumu, obsahovou analýzu vybraných romantických komedií a stanovení hypotéz na základě analýzy filmů a literární rešerše. Praktická část následně obsahuje výsledky výzkumu, jejich obsahovou analýzu a interpretaci. V závěru práce jsou shrnuty dosažené výsledky a zhodnocení naplnění cílů diplomové práce.

Struktura diplomové práce se lehce liší od původního návrhu v rámci teze. Změny ve struktuře byly učiněny především v teoretické části. Autorka práce se rozhodla po prostudování literatury spojit kapitolu romantického narativu se žánrem romantické komedie a naopak plánované podkapitoly k romantickému narativu rozšířit do obsáhlejší kapitoly o vlivu audiovizuálních médií. K těmto změnám došlo vzhledem k hlubšímu pochopení tématu, dostupné literatury a provedených výzkumů. Nově vzniklá kapitola o vlivu audiovizuálních

médií je klíčová pro následující výzkum, proto bylo nutné jí věnovat více prostoru. Dále byly přesunuty některé kapitoly z praktické části do metodologie z důvodu lepší návaznosti.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Masová a populární kultura

Kultura je velmi důležitou součástí každé společnosti. Jedná se ovšem o termín se složitou definicí. Raymond Williams (1976) popisuje kulturu jako jedno z nejobtížnějších slov vůbec. Ve své knize se zabývá etymologií tohoto slova a navrhuje řadu různých definic. V rámci nich popisuje kulturu jako „obecný proces intelektuálního, spirituálního a estetického vývoje“ a také jako „určitý způsob života – lidí, skupin či období“. Propojením těchto dvou výroků můžeme získat poměrně komplexní pohled na kulturu. Je možné kulturu chápat zejména v uměleckém a intelektuálním smyslu. Jako entitu rezervovanou pro filozofy a umělce, kteří tvoří i konzumují kulturu. Díky druhé definici je ale možné kulturu více uzemnit, jelikož naznačuje, že se kultura týká všech bez ohledu na filozofické a estetické hodnoty. Kultura je součástí života a ukrývá se v jednotlivých procesech a praktikách, které tvoří kulturu společnosti – všechny mediální texty, zvyky a rituály, které jako společnost vykonáváme, tvoří naši kulturu.

2.1.1 Masová kultura

Teorii masové kultury se věnuje Dwight Macdonald (1953), který popisuje její odlišnosti od vysoké kultury (high culture). Vysoká kultura je konzumována intelektuálními elitami a je považována za kvalitní a erudovanou. Oproti tomu masová kultura je určena pro velkoobchodní prodej masám, čemuž odpovídá i její kvalita. Vznik masové kultury je spojen se vznikem nových médií (rádio, film, televize, populární literatura), díky kterým je možné kulturu dostat k široké veřejnosti. Možnost produkovat kulturu, kterou lze efektivně dostávat k masám lidí, na které není kladen žádný intelektuální nárok na její konzumaci, souvisí s komodifikací kultury. Z kultury se stává zboží – koncept s nímž pracovali již ve 40. letech Adorno a Horkheimer.

Masová kultura je srovnávána s lidovou kulturou, od které se však liší. Hlavní rozdíl je v původu. Lidová kultura je tvořena „odspodu“, od lidí, kteří ji následně i konzumovali a jednalo se o kulturu spontánní a autentickou, která vyjadřovala pocity lidí. Masová kultura je naopak tvořena „shora“, profesionálními tvůrci, které si pro výrobu najali obchodníci. Publikum masové kultury jsou pasivní konzumenti, jejichž participace je omezena na

rozhodování se během nákupu. Lidová kultura je vlastní institucí lidu, ale masová kultura pohlíží na lid z výšky a není reprezentací lidu, ale reprezentací mas (Macdonald, 1953).

Zároveň dle Macdonalda (1953) není jasná hranice mezi elitami a masami, tudíž není jasné, pro koho přesně je určena vysoká kultura a pro koho kultura masová. Výrazná část společnosti, která se nachází na hranici mezi těmito skupinami je nucena si vybírat mezi vysokou a masovou kulturou, které tam mezi sebou soutěží o pozornost společnosti. Výhodou masové kultury je její schopnost produkovat obrovské kvantum obsahu, které je absolutně demokratické a vhodné pro kohokoliv.

Macdonald (1953) v úvodu svého textu zmiňuje i pojem populární kultura jako potenciální synonymum pro masovou kulturu. Dle něj je ale pojem masová kultura vhodnější, jelikož to naznačuje jasné spojení s masovou spotřebou, která je jednou z hlavních charakteristik konceptu.

2.1.2 Populární kultura

Storey (2003) ve své práci Macdonaldovo srovnání masové a populární kultury zmiňuje, ale vyhraňuje se vůči němu. Přestože uznává, že se jednalo o téměř stoleté paradigma. Populární kultura je ovšem součástí společnosti od pradávna a Storey o ní mluví jako „o té kultuře vedle“ vysoké kultury. Populární kultura je tím, co je vyčleněno z vysoké kultury. Texty se zároveň mohou pohybovat mezi populární a vysokou kulturou oběma směry. Texty populární kultury, například Shakespearova díla v době jejich vzniku, se stanou klasikou, kterou oceňují především intelektuální elity. Populární text se tímto způsobem může transformovat na text vysoké kultury.

Stejně jako definice kultury jako takové je problematická i definice populární kultury. Storey (2009) předkládá šest přístupů k definování populární kultury. V rámci přídavného slova populární se odkazuje na definici Raymonda Williamse, kdy populární „znamená oblíbený mnoha lidmi; určený pro zalíbení se lidem; kultura tvořená lidmi pro lidi“. Z této definice vychází při základním tvrzení, že populární kultura je kulturou, která je oblíbena či preferována velkým množstvím lidí. Tento fakt je navíc možné měřit například dle prodeje fyzických nosičů daných textů populární kultury, návštěvnosti performancí či průzkumem trhu ohledně spotřebitelských preferencí. Problémem tohoto přístupu je stanovení hranice, kdy se kultura stává populární, což naznačuje určitou potřebu kvantitativní informace. Na Williamsovu definici navazuje i dalším tvrzením, že populární kultura je kulturou, která vychází z lidu, což je ovšem v konfliktu s teoriemi, která tvrdí, že kultura přichází k lidem

z vrchu. Storey (2009) v rámci svých šesti přístupů zmiňuje i Macdonaldův přístup, že populární kultura je masovou kulturou a jedná se jen o různé názvy. Dalším z přístupů je i jeho koncept, že populární kultura je vše, co není vysoká kultura, přestože i zde podobně jako Macdonald zastává názor, že existují neostré hranice mezi kulturami i cílovým publikem. Zmiňuje také přístup k populární kultuře jako hegemonii dle Antonia Gramsci.

Posledním konceptem, který Storey (2009) v kontextu definice populární kultury navrhuje je postmodernistický přístup, který nerozlišuje mezi vysokou a populární kulturou. Setření rozdílů je možné vnímat jako vymizení elitářství, ale také jako vítězství komerčních hodnot nad kulturou. Vysoká a populární kultura se prolínají nejen mezi sebou, ale i společně s komercí.

2.1.3 Vývoj audiovizuálních médií

Jak naznačila předchozí podkapitola, vznik masové a populární kultury souvisí se vznikem a rozvojem nových médií. V kontextu této diplomové práce se tato kapitola bude v rámci nových médií soustředit na stručné přiblížení rozvoje filmu a televizního vysílání.

Již v průběhu 19. století byly činěny objevy v oblasti komunikace a médií, které následně ovlivnily i vznik nových médií. Za zlomový je považován rok 1895, kdy bratři Lumièrové poprvé promítají film na kinematografu pařížské veřejnosti. Následně jsou na Mezinárodní výstavě v Paříži v roce 1900 představeny prototypy pro barevný i zvukový film. V prvních letech 20. století byly natočeny první filmy a jsou zakládány první filmové společnosti (Monaco, 2004).

Po první světové válce dominují filmovému průmyslu Spojené státy americké, filmoví tvůrci se stahují do Hollywoodu a začínají se objevovat dodnes známá jména studií jako Columbia Pictures a MGM. V roce 1926 bylo zahájeno vysílání NBC a začínají se objevovat zvukové filmy. Následující roky vedly k rozvoji rozhlasu a filmu. Od 30. let se rodí různé filmové žánry a postupně je zahájeno i první televizní vysílání (BBC). V první polovině 20. století byly dominantními médii rozhlas a film, popularita televize následovala až později. 50. a 60. léta jsou rozmachem televizního vysílání, jelikož v poválečné době si může televizory postupně dovolit i široká veřejnost. V roce 1954 proběhlo první barevné televizní vysílání. V průběhu 70. a 80. let začínají vysílat kabelové i satelitní televize (například HBO a CNN) a úspěch zažívá celá řada filmů v kinech (např. *Čelisti*, *Hvězdné války*, *Annie Hall*). Filmy jsou v této době již distribuovány po celém světě (některé se dostávají i za železnou oponu) a filmovému průmyslu se daří. Televize a filmy se začínají silně stávat součástí popkultury v 80.

letech (např. film *Krotitelé duchů*) a začíná vysílat MTV, která představila nový koncept televizního obsahu. Ve filmové sféře dominuje žánr akčních filmů (*Predátor* a *Smrtonosná zbraň*). V 90. letech se objevuje společnost Pixar spolupracující s Disney na animovaných filmech (*Příběh hraček*) a zvyšuje se popularita romantických filmů (*Rozum a cit*, *Zamilovaný Shakespeare*) (Monaco, 2004).

2.1.4 Audiovizuální média jako součást volného času

Populární kultura je oblastí, která je díky své oblíbenosti široce známá. Díky znalosti populární kultury k ní můžeme vázat vlastní pocity a cítit se její součástí. Znalost populární kultury simuluje pocit komunity se stejnou sdílenou představitivostí, která nám umožňuje komunikovat pomocí referencí s dalšími členy této komunity. Joke Hermes (2005) tento koncept nazývá kulturním občanstvím. Populární kultura je tudíž velmi důležitou součástí (nejen) společenského života, ať již se jedná o konzumaci populární kultury v podobě knih, audiovizuálních médií, her či sportovních událostí.

Statistiky ohledně trávení volného času v posledních letech jsou silně ovlivněny vlivem celosvětové koronavirové pandemie. Nutnost trávit více času doma měla za výsledek nárůst ve sledovanosti klasické televize v kontrastu poklesu v předchozích letech. Rok 2020 byl přelomový pro televizi, jelikož řada lidí sledovala jak aktuální pandemické zprávy, tak i zábavný obsah. Schomer (2021) prezentuje výzkum eMarketer sledující průměrný čas strávený s médii (v rámci USA) dle kterého v roce 2020 byl průměrný čas sledování 3 hodiny 33 minut, ale v roce 2021 už pouze 3 hodiny 17 minut. Výzkum předpovídá, že v roce 2023 klesne tento údaj i pod 3 hodiny. Oproti tomu čas strávený s digitálními médii (telefony, počítače, tablety) stále narůstá. Pro rok 2020 byl průměrný čas 7 hodin 50 minut a pro rok 2021 to bylo 7 hodin 59 minut, s předpokladem téměř 8,5 hodiny v roce 2023.

V současné digitální době je důležité myslet na fakt, že mnoho uživatelů, zejména mladých, sleduje audiovizuální obsah, včetně filmů a televizní pořadů, na svých digitálních zařízeních. I na toto měla vliv koronavirová pandemie, kvůli které byly uzavřena kina a sledování filmů se tak na téměř dva roky přesunulo pouze do digitální sféry. Výzkum, který Schomer (2021) zmiňuje ve svém článku se věnoval i rozdělení činností v rámci času stráveném s digitálními přístroji. Sledováním videa trávili respondenti průměrně 1,25 hodiny v roce 2020, a jen o 2 minuty více v roce 2021. Pokud sečteme hodnoty videa a televize, jedná se zhruba o průměrně 5 hodin sledování audiovizuálního obsahu denně, tj. více než jedna pětina dne je věnována sledování audiovizuálního obsahu.

V českém prostředí se hodnoty sledování televize pohybují ještě výše. Dle výzkumu Asociace televizních organizací (2021) se i v České republice výrazně zvedla sledovanost televizního vysílání v roce 2020 a to na průměrné 4 hodiny denně. Výrazně vysoká sledovanost byla na přelomu roku 2020 a 2021, kdy se průměrná doba pohybovala kolem 4 hodin 45 minut. Narostla zejména doba sledování televize v hlavním vysílacím času (mezi 19. a 23. hodinou). Stoupající trend byl zaznamenán v délce odloženého sledování televize a to o 16 minut. Televize je v České republice velmi oblíbeným médiem jako zdroj informací a zábavy (ATO, 2021). Dle projektu Proměny české společnosti (AV, 2016) má průměrný dospělý Čech 6-6,5 hodiny volného času denně ve všední den a 7-7,5 hodiny o víkendu. Pracující na plný úvazek i méně. V tomto kontextu tak značnou část volného času zabírá právě sledování televize. Data o objemu volného času ale pochází z roku 2015 a sledovanost televize z let 2020, kde byla časová struktura denních činností narušena pandemií a lidé mohli mít více volného času. Zároveň byly také omezeny některé volnočasové aktivity, které by jinak sledování televize nahradily. Projekt Proměny české společnosti (AV, 2016) ve svých datech pracuje dělením volného času, ve kterém televize a video reprezentuje průměrně 2 hodiny a kino (společně s divadlem a muzeem) průměrně 8 minut. Výzkum přináší i informaci o míře sledování televize dle věku, kde mladí dospělí sledují televizi zhruba 1,25 hodiny a senioři 3,25 hodiny.

2.2 Romantická komedie jako žánr

Romantická komedie je typickým příkladem takzvaného žánrového filmu, který je často považován za typicky nižší typ zábavy, zejména v kontrastu k filmům uměleckým. Žánrové filmy jsou točeny za účelem uspokojení masového publika a tím i samozřejmě k vyššímu výdělku. Drží se tak ověřených archetypů, zápletek a postav, které se již v minulosti osvědčily (Mortimer, 2010). V rámci žánrových filmů pak romantické komedie sklízí nejvíce kritiky za svou určitou povrchnost. Tyto filmy jsou asociovány primárně s ženským publikem, díky čemuž jsou také anglicky označovány jako „chickflick“. Zároveň ale mají romantické komedie své jasné místo ve filmové nabídce, jelikož můžou divákům poskytnout jednoduché potěšení ze sledování filmu, ale zároveň může i podnítit hlubší myšlenky v rámci kontrastu reality a fantazie. Sledování romantických komedií tak může být potěšením i přes akceptaci těchto filmů jako nižšího žánru, tzv. guilty pleasure (McDonald, 2007).

Konkrétní definice romantické komedie je ovšem poměrně problematická, jelikož romantická dějová linka je součástí mnoha filmů a zdaleka ne všechny bychom označily za romantické komedie. Roli tak hraje způsob, jakým je romantika v ději zvýrazněna či potlačena.

Romantická linka může být primární fokusem příběhu, ale také jen vedlejším dějem doplňujícím jiné poselství. To může být podpořeno i marketingem filmu, například vizuálem pro plakát, kdy je často centrálním motivem fotografie páru, doplněna sloganem naznačující jejich romantické spojení. Důležitý je také samozřejmě komediální aspekt, stejně tak jako je v moderních romantických komediích kladen důraz na slzy a vyvolání emocí (McDonald, 2007). Romantická komedie je určitým hybridem romance a komedie, jejímž hlavním cílem je vyobrazení vztahu, který má zpravidla šťastný konec – úspěšné vyvrcholení zápletky spočívající v honbě za láskou (Mortimer, 2010).

2.2.1 Historie romantické komedie jako filmového žánru

Romantická komedie rozhodně není novým žánrem. Naopak jej můžeme pozorovat již od prvopočátku filmové tvorby a prvky romantické komedie jako takové lze najít například již v díle Williama Shakespeara. Co se ovšem filmů týče, historie romantických komedií začíná podžánrem tzv. *screwball komedií*. Pojmenování vychází z výrazu, který měl označovat hlavní hrdinky těchto filmů, jenž byly vykresleny s určitou mírou šílenosti a energetické ztřeštěnosti. První filmy s motivem manželství se objevují už v 10. a 20. letech minulého století (zejména od režiséra Cecila B. De Milleho), ale pravou popularitu si získaly u diváků v kinech v průběhu 30. let a filmy *Stalo se jedné noci* (1934) a *Dvacáté století* (1934) odstartovaly éru popularity tohoto žánru, trvající až do druhé světové války (Harvey, 1998). Typickou zápletkou screwball komedie byl hašteřící se pár, jejichž popichování a eskapády, charakteristické vtipnými průpovídkami a rychlou mluvou, provázely dějem filmu a dávaly mu spád. Zároveň se ale jednalo o filmy s pozitivní a hravou atmosférou, které komicky ukazovaly na chaos vztahu a měly šťastný konec pro svůj centrální pár. Takto jednoduchý a veselý příběh byl optimistickým únikem od reality v době velké ekonomické krize ve 30. letech ve Spojených státech. Film ukazoval šťastný konec navzdory chaosu a posiloval důležitost hodnoty romantiky a manželství (Mortimer, 2010).

V poválečném období žánr romantické komedie ustoupil lehce do pozadí a vykazoval jasný úpadek oproti zlaté éře screwball komedií (které jsou některými kritiky považované za špičku romantických komedií dodnes). Změna nastala až v 50. letech, jelikož se začal měnit přístup veřejnosti k sexu. V této době začal vycházet magazín *Playboy* a romantické komedie se začaly vracet do širšího povědomí, tentokrát jako subžánr *sex komedie*. Paradoxně k názvu se nejednalo tolik o akt sexu jako takového, ale spíše o souboj pohlaví, ve kterém byl větší důraz na svádění než na romanci (v kontrastu ke screwball komediím). Muž se snaží svést ženu,

kteřá mu ale odolává – celkově lze ve filmu pozorovat více jiskřeni, které je opět založena na kolizi ústředního páru (Mortimer, 2010). McDonald (2007) dává důraz ve své definici na kontrast muže svůdníka, ovládaného vášní, a cudné ženy, která nejdříve požaduje svatbu. Tento subžánr silně spoléhá na genderové stereotypy té doby a jejich konfrontaci ve vztahu.

Přestože byly screwball a sex komedie odlišné, žánr se potřeboval posunout a proměnit více. Henderson (1978) označil dokonce romantickou komedii jako žánr za mrtvou následkem změn ve společnosti. Klasický vzorec romantických komedií byl odmítnut a začaly vznikat filmy, ve kterých není důraz na šťastný konec, ale více na reálnost příběhu, která nemusí naplnit ideál romance (McDonald, 2007). Příkladem je například *Absolvent* (1967), který se vymyká klasické dějové lince „chlapec potkal dívku a získal dívku“. Přelomovými díly pro žánr romantické komedie byla také tvorba Woodyho Allena v 70. letech, konkrétně filmy *Annie Hall* a *Manhattan*. Nejenže mění pojetí romance ve filmu a již nekladou důraz na manželství jako ideální cíl vztahu, ale silně ovlivňují i budoucí tvorbu po vizuální stránce. Na základě Allenových filmů se stává New York jednou z nejčastějších kulis romantických komedií (Mortimer, 2010).

Od 80. let ale přichází návrat „klasických“ romantických komedií, které McDonald (2007) označuje jako éru *neotradičních romantických komedií*. Jak název naznačuje, fokus filmů se vrací k tradičnímu modelu heterosexuálních párů, jejichž vztah má šťastný konec. Zároveň se již nejedná příliš o subžánr jako spíš dominantní podobu žánru romantických komedií. Důraz je kladen na ústřední pár, který musí v cestě k lásce překonat překážku – geografickou, emocionální, časovou... v tomto směru se hranice různorodosti filmů nekladou (McDonald, 2007). I moderní romantické komedie plní určitou roli předlohy pro ideální vztahy a navrací důraz na manželství. Na druhou stranu se ale objevují i díla, která představují i alternativní typy vztahů a rodinných vztahů (svobodní rodiče, homosexuální vztahy atd.) Díky neustálému vývoji a adaptaci žánru na změny ve společnosti lze očekávat, že navzdory některým kritickým názorům, žánr romantické komedie se ještě neblíží vymření (Mortimer, 2010).

2.2.2 Komedie a romantika

Pokud hovoříme o romantické komedii, je pro definici žánru komediální část stejně důležitá jako část romantická. Komediální prvky jsou to, co romantické komedie odlišuje od dramatu. Není přitom nutné, aby romantické komedie primárně sršely vtípem, ale je nutné vytvořit lehkou optimistickou atmosféru, která dá najevo směřování filmu. Jak bylo naznačeno již

v úvodu podkapitoly, důležitým nástrojem jsou emoce jako celek a smích tak může být v romantické komedii střídán i slzami (McDonald, 2007). Komédie by ale stále měla být určitou zárukou šťastného konce příběhu. Přestože je divák v průběhu filmu vystaven různým emocím, nechává se jimi pohltit, jelikož očekává, že se jedná pouze o dočasný stav a vše dobře dopadne. Slzy a dojetí jsou tak pro romantické komedie stejným emočním nástrojem jako strach pro horory a diváci se těmto emocím sami dobrovolně vystavují (Mortimer, 2010).

Komediální prvky jsou pak pro důraz na romantiku vyváženy pomocí filmové řeči – nostalgického tónu a romantické hudby. Komediálnost nesmí ve filmu převládnout, aby byla stále zaručena důvěryhodnost a uvěřitelnost příběhu, která vtáhne diváka do děje a umožní mu se ztotožnit s příběhem a pocity hlavních hrdinů (Mortimer, 2010).

Komediálního podtextu je možné dosáhnout pomocí několika principů, které obohatí romantický děj. Jako jeden z těchto prvků definovali Jenkins a Karnick (1995) překvapení, nečekanost a odchylku od normálu. K vybudování tohoto narativu pomáhá míra obeznámenosti diváka – pokud divák ví více než některé postavy v příběhu, dostává se do privilegované pozice, ze které může vnímat ironii chování postav. Tento postup lze využít zejména u filmů, které obsahují motiv přetvářky, například *Jak ztratit kluka v 10 dnech*, v originále *How to Lose a Guy in 10 Days* (2003). Dalším prvkem je tzv. gag, který také využívá moment překvapení a může pomoci rozvést charakter postavy. Jedná se o výrazné momenty, které jsou snadno zapamatovatelné a mají potenciál se stát ikonickými. Obecně ale romantické komedie spoléhají více na celkový odlehčený narativ než na konkrétní vtipy.

2.2.3 Charakteristické rysy žánru

Jak již naznačila podkapitola historického vývoje žánru, velké množství romantických komedií je postaveno na konfliktu páru a jejich nekompatibilitě, která může být způsobena společenským postavením, různými životními styly, přístupy či hodnotami, ale také různými očekáváními od vztahu. V rámci tohoto narativu můžeme určit několik dílčích motivů, které se často opakují:

- Znovunalezená láska – na začátku vymezený pár má zjevné vztahové problémy, ale na konci se podaří je vyřešit a partneři si uvědomí, že se stále milují, například *Jeho dívka Pátek*, v originále *His Girl Friday* (1940), či *Sex ve městě*, v originále *Sex and The City* (2008).

- Láska na první pohled – pár projevuje vzájemné sympatie již od začátku, ale lásce brání určitá překážka, příkladem je *Pretty Woman* (1990) či *Zápisník jedné lásky*, v originále *The Notebook* (2004).
- Nevyžádaná láska – své city si uvědomí jen jeden z páru, zatímco druhé polovině trvá toto uvědomění déle, například *27 šatů*, v originále *27 Dresses* (2008), nebo *Něco na té Mary je*, v originále *There's Something About Mary* (1998).
- Láska z nenávisti – pár, který se nemůže na začátku vystát a má mezi sebou neshody, nakonec skončí zamilovaný, příkladem je *10 důvodů, proč tě nenávidím*, v originále *10 things I hate about you* (1999), či *Taková normální holka*, v originále *She's All That* (1999).

Napříč těmito často opakujícími se dějovými linkami je možné charakterizovat i několik dílčích elementů, které jsou typické pro žánr romantické komedie:

- Veřejné ponížení – Velké přehnané gesto, které má dokázat míru lásky a při kterém se obětuje i důstojnost, například *Kamarád taky rád* (2011) a *10 důvodů, proč tě nenávidím* (1999).
- „meet-cute“ – Typický element romantických komedií, který označuje moment setkání centrálního páru, často zajímavým či osudovým způsobem, kupříkladu *500 dní se Summer* (2009) či *Pretty Woman* (1990).
- Přetvářka a přestrojení – Roli ve vztahu hraje předstíraná identita či změna vzhledu, která je v určitý moment odhalena a konfrontuje ústřední vztah, například *Moderní popelka*, v originále *A Cinderella Story* (2004), nebo *Jak ztratit kluka v 10 dnech* (2003).
- Závod s časem – Čas, a jeho nedostatek, hraje různé role ve velkém množství filmů. Překážka různých časoprostorů jako v *Kate a Leopold* (2001), vyčkávání na pravou lásku jako v *Zápisník jedné lásky* (2004) či klasické závod s uzavřením brány letadla, aby byl zachráněn vztah, například *Láska nebeská* (2003).
- (Ne)předstíraný vztah – Pár, který nemá na počátku žádné romantické city, musí z nějakého důvodu předstírat partnerský vztah, který eventuálně přeroste v reálnou lásku, například *Návrh*, v originále *The Proposal* (2009), a *Všem klukům, které jsem milovala*, v originále *To All The Boys I Loved Before* (2018).
- Rozchod a usmíření – Rozchod je velmi častým motivem romantických komedií, jelikož je přirozeně i jedním ze základních elementů reálných vztahů. Rozchod může být v rámci rozpadnutí vztahu s nesprávným partnerem a umožnění centrálnímu páru

být spolu, například v *Kopačky*, v originále *Forgetting Sarah Marshall* (2008). Může být ale i dočasnou překážkou ve vztahu, kterou pár nakonec vyřeší, usmíří se a skončí spolu, například v *Hitch: Lék pro moderního muže*, v originále *Hitch* (2008).

- Kamarádká rada – Přátelé centrálního páru jsou důležitými postavami v romantických komediích, jelikož dotváří hlavní postavu a dokážou posouvat děj svými radami, například *Když Harry potkal Sally*, v originále *When Harry Met Sally* (1989), a *Bezmocná*, v originále *Clueless* (1995).
- (Ne)povedená svatba – Jak naznačuje historický vývoj romantických komediích, svatba je centrálním bodem mnoha filmů. Zároveň k němu ale nemusí pouze směřovat, ale může se jednat o celkové téma a kulisy filmu jako v *27 šatů* (2008), *Nesvatbovi*, v originále *The Wedding Crashers* (2005), či *Píseň pro nevěstu*, v originále *The Wedding Singer* (1998). Také svatba nemusí být až koncem filmu, a naopak zmařená svatba může odstartovat jinou dějovou linku, například *Svatby podle Mary*, v originále *The Wedding Planner* (2001), nebo *Nevěsta na útěku*, v originále *The Runaway Bride* (1999).

Úplně základním narativním vzorcem je ale *boy meets girl*, respektive „chlapec potká dívku“, což je termín označující jednoduché dějové schéma, kdy chlapec potká dívku (pravděpodobně v rámci meet-cute), chlapec ztratí dívku nebo s ní nemůže být, chlapec nakonec získá dívku a žijí šťastně až do smrti. Na této klasické zápletce, případně s lehkými obměnami či více zauzleními, je postavena většina romantických komedií (McDonald, 2007).

Součástí charakteristiky žánrových filmů je i jejich typický vizuální styl. Ten není u romantických komedií natolik silný jako například i žánru westernových či gangsterských filmů, ale i tak můžeme zaznamenat určité opakující se motivy. Velmi oblíbeným prostředím soudobé romantické prostředí je městské prostředí, často i již zmíněný New York, jehož popularita v romantických komediích je enormní. Dalším velmi často opakujícím se motivem prostředí je výše zmíněná svatba. Mimo celkové prostředí můžeme vnímat i další kulisy a rekvizity, které jsou typické nejen pro romantické komedie, ale i pro romanci a vztahy jako takové – květiny, svíčky, dárky. Významným prvkem v příbězích je také telefon, a to v novodobých i starších filmech. Významnou roli hrál například v sex komedii *Noční rozhovor*, v originále *Pillow Talk* (1959), kde je prostředkem sporu (Mortimer, 2010).

McDonald (2007) také poukazuje na charakteristické prvky ideologických sdělení, které romantické komedie komunikují. Jak již bylo naznačeno v rámci historického vývoje, primární a základní ideologií romantických komedií je důležitost romantického vztahu a

potażmo manželství a monogamie. To vztahuje potażmo až na stabilitu západní společnosti, která ctí tyto hodnoty. Důležitým aspektem filmové ideologie je fakt, že filmy realitu pouze nezrcadlí, ale také ji pomáhají utvářet. V rámci moderních romantických komediích se setkáváme se širším spektrem ideologií a společenských vzorců, které jsou prezentovány. Jedná se jak o různé typy vztahů a rodin, tak i odchýlení se od tradičního ženského pohledu k více genderově vyváženému, které může přilákat více diváků i z řad mužů.

V neposlední řadě jsou klíčovou složkou romantických komedií postavy. I zde se typicky k žánrovému filmu můžeme setkat s určitým inventářem postav (*stock characters*), které se objevují v mnoha filmech. Typicky se jedná například o ostatní partnery mimo centrální pár, které jsou překážkou v cestě za pravou láskou. Dále jsou důležitou rolí i přátelé hlavních postav, kteří dokážou více rozvinout charakter hlavní postavy, umí svými radami posouvat děj příběhu a také mohou být zdrojem komedie, jelikož mohou komentovat a glosovat chování postav i samotný děj. Důraz na přátelství byl také značně posílen filmy Woody Allena, ve kterých přátelé působili jako podpůrná frakce místo rodiny. Rodina jako taková je také typickým motivem postav, ať již také rozvíjí osobnost hrdiny či je jednou z překážek lásky (Mortimer, 2010).

Primární důraz je pak pochopitelně na hlavní postavy filmu – hlavní hrdinku a hrdinu, kteří tvoří romantický pár. Tradičně mají romantické komedie tendenci klást důraz zejména na hrdinku, jelikož se s nimi může identifikovat ženské publikum, pro které jsou romantické komedie zejména určeny. Paradoxem je, že tyto „autentické“ hrdinky jsou tvořeny zpravidla muži, kteří ve filmovém průmyslu dominují¹. Nepochybně ovšem došlo k proměně a variaci ženských protagonistek od doby screwball komedií, pro které byly charakteristické energetické, rychle mluvící a průbojné ženy. Novodobé hrdinky jsou často stavěny do postfeministické situace, kdy se snaží dosáhnout perfektního života. Hrdinka má zpravidla úspěšnou kariéru na nepříliš běžné pozici (novinářka v módním magazínu, majitelka cukrárny a další kreativní zaměstnání) či je na vysoké manažerské pozici, má kolem sebe skupinu skvělých kamarádů a jediné, co jí chybí ke štěstí, je perfektní partner. To vede často v příběhu k bodu, kdy si musí hrdinka vybrat mezi svým kariérním životem a pravou láskou, která vede ke změně jejího životního stylu a obětování určitých aspektů. V tomto ohledu romantické

¹ Ve filmovém průmyslu je zaměstnáno velmi malé procento žen. V roce 2021 bylo dle World Economic Forum (2022) na ne-hereckých pozicích 250 největších USA filmů zaměstnáno pouze 25 % žen. Na pozicích režisérek a scénáristek pouze 17 % žen. Ženské postavy jsou tudíž z naprosté většiny psány a vytvářeny z pohledu mužů, scénáristů a režisérů.

komedie lehce kopírují vzorce pohádek, kdy hlavní hrdinka čeká na vysvobození od prince, které vede k finální svatbě a předpokladu šťastného života až do smrti (Mortimer, 2010).

Hlavní hrdina v romantické komedii plní roli objektu touhy hlavní hrdinky, ale také diváků. Musí splňovat určitá očekávání a podněcovat fantazie. V příkladu hrdinky uvedeném výše je hlavní hrdina katalyzátorem hrdinčina života, který jí vnese do života nový rozměr a pomůže jí si uvědomit důležité hodnoty a emociálně se rozvíjet. Zatímco prapůvodní hrdinové screwball komedií se dělili pouze na dva typy, otcovské figury a neviňátka, moderní hrdinové jsou již více komplexní a rozmanití. Nadále se setkáváme s dokonalým hrdinou, který je snem všech žen, ale objevují se i více realistické podoby mužů, kteří mohou chybovat a jejich život může naopak pozitivně ovlivnit hrdinka (Mortimer, 2010).

2.2.4 Homme-com a bromance

Vývoj hlavního hrdiny se v současných romantických komediích posunul až do té míry, kdy se stává hlavní postavou místo hrdinky a někdy ji až odsouvá do role vedlejší postavy. McDonald (2007) definuje tento podžánr romantických komedií jako *homme-com* (od francouzského slova *homme* – muž), tj. romantickou komedii, jejíž centrální postavou je muž a zápletka filmu je zaměřena na jeho vývoj charakteru. Typickým příkladem jsou filmy režiséra Judda Apatowa, který využívá principy žánru romantické komedie, ale cílí ji na širší základnu mužských diváků. Tyto filmy zároveň představují sympatické hrdiny a přináší reprezentaci vztahů z pohledu mužů, případně přátelské vztahy mezi muži. Celkově se jedná o boření typických mužských stereotypů ve filmech a ukazuje u mužů charakteristiky, které byly dříve prisuzovány téměř výhradně ženám (minimálně v rámci romantických komedií) – muži jsou citliví, emotivní a touží po lásce.

Tento subžánr dokáže kombinovat prvky klasické romantické komedie (například meet-cute, vyjádření emocí a šťastný konec), ale nahlízet na ně z mužského pohledu. Jedná se tak o klasický průběh z hlediska příběhu, ale náhled a atmosféra jsou odlišné. V rámci celkového rozvoje žánru romantické komedie jsou důležité, jelikož navrací do romantického narativu roli sexu. Ten je pro mužský pohled přirozenější z důvodu toho, jak cudně bývaly zejména v minulosti ve filmech hrdinky vykreslovány. Přestože to ovšem přináší vítanou otevřenost, neřeší to problém genderové rovnosti sexuality, jelikož stále ženy z tohoto tématu lehce vynechává, případně je negativně stereotypuje, pokud o sex mají zájem. Romantické komedie se obecně ovšem vyhýbají zobrazování sexu a uchylují se spíše k náznakům (McDonald, 2012).

Z marketingového pohledu jsou homme-coms vhodným tahem tvůrců, jelikož si díky své romantické zápletce zachovají klasickou diváckou základnu, ale zároveň neodradí mužské publikum, které se může s hlavním hrdinou ztotožnit bez pocitu, že ztrácí svou mužnost. Mužnost jako taková je pak důležitým aspektem i ve filmu, jelikož se homme-coms snaží ztvárnit takové hrdiny, se kterými se může divák identifikovat, aniž by se cítil méněcenně (Alberti, 2013). Příkladem homme-coms jsou *500 dní se Summer* (2009), *40 let panic*, v originále *The 40 Year-Old Virgin* (2005), či *Zbouchnutá*, v originále *Knocked up* (2007).

Další subžánr, který je charakteristický svým fokusem na mužské postavy, je *bromance* (od spojení slov *brother* a *romance*). Bromance využívá stejných principů jako klasické romantické komedie, ale je kladen důraz na budování přátelského vztahu mezi dvěma muži. Zároveň je ale v rámci příběhu ujasněné, že se jedná o heterosexuální muže, kteří často i mají v rámci příběhu heterosexuální vztah, ale není centrální (Mortimer, 2010). Jedná se o zobrazování i jiných typů mužnosti s ohledem na zachování běžné heteronormativní struktury romantické komedie. Stejně tak jako homme-coms i bromance cílí na širší publikum, jelikož na klasické romantické komedie pohlíží ironicky a dává větší důraz na vtíp. I zde se zároveň hlavní hrdinové vymykají tradiční představě alfa muže, která není vyobrazena pouze v romantických komediích, ale získává popularitu i zobrazením v dalších žánrových filmech. Hrdinové v bromancích jsou spíše „beta“, ale tvoří tak komplexnější a autentičtější postavu, která je zajímavá svým charakterem a vtípem. Alberti (2013) je přirovnává k ošklivým káčátkům, jelikož nejsou prvoplánově atraktivní, ale jejich povahové vlastnosti z nich dělají ideální kandidáty pro dlouhodobé vztahy. Ideálním příkladem bromance je *Kámoš k pohledání*, v originále *I Love You, Man* (2009), jehož hlavní hrdina Peter se má ženit, ale nemá svědka. Potřebuje si tak vytvořit nové kamarády a seznamuje se se Sydneyem, se kterým si eventuálně vytvoří silné přátelské pouto. Na tomto příkladu je tak možné pozorovat, jak heterosexuální vztah pouze vytváří kontext na pozadí, ale ústředním vztahem je přátelství mezi muži.

2.2.5 Kritika žánru

Romantické komedie, jak již bylo naznačeno, se potýkají se špatným hodnocením kritiků a odsuzováním za svou povrchnost a prostoduchost bez umělecké hodnoty. Žánr ale nemusí být problematický pouze z hlediska uměleckého cítění, ale i některých behaviorálních vzorců, které prezentuje. Mortimer (2010) uvádí jako kritiku romantických komedií jejich přehnanou posedlost hledáním lásky a toho pravého, kterému jsou hrdinky ochotny obětovat vše, v první řadě zejména svou kariéru. Filmy pak prezentují kariérně úspěšné ženy jako „nefunkční“ –

potřebují lásku muže, aby mohly být těmi správnými ženami. Zacherek (1999) označuje používání těchto zápletek jako způsob komunikace s ženami, která má za cíl jim pomoci se cítit sebevědomě, jelikož když si i patetická hlavní hrdinka dokázala najít muže, tak se to může podařit i jim.

Tradiční romantické komedie jsou mimo jiné odsuzovány i za svou neoriginalitu a zaměnitelnost. Kvůli zavedenému narativu, motivům i postavám je si do určité míry mnoho romantických komedií podobných, jelikož neobsahují žádný zapamatovatelný aspekt navíc. Typická hollywoodská romantická komedie se omezuje na jednoduchý vzorec lásky mezi heterosexuálním bílým párem a nevydává se za hranice heteronormativity. Jedinou výjimkou z tohoto řádu bývá občasná postava nejlepšího gay kamaráda, která ale povětšinou umocňuje stereotypy a využívá odlišnou orientaci pro účely komedie. Přestože se v posledních letech již objevují i postavy jiných etnik, stále to není standardem, stejně tak nejsou běžné centrální páry jiné než heterosexuální orientace (Mortimer, 2010).

Od standardu se snaží odchylovat nezávislé romantické komedie, které si zachovávají jako hlavní téma romantický vztah, ale nebojí se experimentovat s různými typy vztahů, vsází na netradiční charaktery postav a obsazují i herce, kteří nejsou na předních příčkách v Hollywoodu. Tyto nezávislé *indie* filmy nabízejí daleko širší spektrum příběhů a různých pohledů na lásku (Mortimer, 2010). Multikulturní pár, na základě příběhu vlastního života, sleduje například film *The Big Sick* (2017) režiséra Kumaila Nanjianiho. *Jmenuji se Oliver Tate*, v originále *Submarine* (2010), ve výběru protagonistů přeskakuje středoškoláky, kteří tvoří také často zastoupenou demografickou skupinou v romantických komediích, a zaměřuje se na dětský vztah s velkou mírou podivnosti, která dává možnost vyniknout komediální stránce filmu. Jeden z nejpodivnějších vztahů pak prezentuje film *Ona*, v originále *Her* (2013), který spojuje romantickou komedii se žánrem sci-fi a v blízké budoucnosti vytváří lásku mezi mužem a umělou inteligencí v jeho telefonu.

2.3 Vliv audiovizuálního obsahu na diváky

Jedním z hlavních aspektů médií, který bývá často diskutován, je jejich vliv na ty, jenž je konzumují. Ten média obecně jistě mají. O vlivu médií se mluví většinou v poměrně negativním kontextu, kdy média své publikum ovlivňují nežádoucím způsobem. Ať již jejich chování nebo názory a hodnoty. Média mají moc do určité míry na lidi působit tolik, že je mění. V současné době se mluví často o vlivu televize, respektive audiovizuálního obsahu jako

takového. Tento obsah čelí kritice, dle které často zobrazuje nevhodné motivy, jež mohou mít nežádoucí vliv na své diváky. Zpravidla se jedná o kontroverzní obsah týkající se „dospělých témat“ (Meier, Hull, Ortyl, 2009). Vzhledem k této problematice existuje i systém hodnocení přístupnosti filmu na základě jejich vhodnosti či nevhodnosti pro mladé publikum. Mezi problematická témata se řadí například násilí, sexuální chování, užívání návykových látek, ale i sprostá slova.

Zobrazování těchto motivů je samo o sobě kontroverzním tématem. Striktní vyhýbání se určitým motivům není ovšem zcela ideálním řešením, jelikož je audiovizuální obsah tímto způsobem cenzurován. Pokud jsou ovšem některé motivy záměrně vynechávány, omezujeme tak jejich reprezentaci v rámci zobrazování reality. Pokud mají média zobrazovat realitu, je nutné zahrnout i její potenciálně negativní a kontroverzní součásti. Funkcí médií není pouze bavit, ale také informovat a edukovat (Henderson, 2007). A to i tématech, která můžou být na zobrazení a komunikaci náročnější. Zde je následně důležité klást velký důraz na vhodné zobrazení a faktickou správnost komunikovaných motivů. Vyloučení násilí, sexu či návykových látek z audiovizuálního obsahu je nevyloučí z reálného života. Vhodná komunikace může naopak problematiku pozitivně řešit.

2.3.1 Důležitost audiovizuálních médií v životech diváků

Audiovizuální obsah v kontextu populární kultury (filmy a televizní pořady) je důležitou součástí každodenního života mnoha lidí. Filmy a televize mají potenciál nás nejen bavit a předávat nám informace, ale mohou sloužit i pro vyrovnávání se s vlastními emocemi a vstřebávání zážitků z vlastního života. Právě emoční působení filmů a pořadů je velmi důležité pro jejich celkový vliv na své publikum. V rámci fiktivních příběhů (ale také například v pořadech spadajících do kategorie Reality TV) jsou diváci silně ovlivňováni příběhy a charaktery, se kterými se ztotožňují (více v kapitole 2.3.2). Populární kultura je významná část současného každodenního života, která pomáhá interpretovat reálné zážitky, orientovat se ve vztazích a potenciálně se k ní mohou diváci obracet pro rady (Milmine, 2015).

Nabi, Finnerty, Domsche a Hull (2006) ve své studii zkoumají sledování filmů v kontextu vyrovnávání se s vlastními emocemi na základě reálných zážitků shodných či podobných s dějem filmů. V článku se autoři soustředí zejména na negativní emoce důsledkem nevhodného chování ve vztahu (například podvedení partnera) a následného sledování stejné situace v romantickém filmu. Studie vychází z dvou teorií, které symbolizují různé přístupy ke sledování filmů v určitém emociálním stavu. V rámci Zillmannovy (1988) teorie mood

managementu se lidé snaží řídit své emoce pomocí sledovaného obsahu, a to zejména tak, aby se sledováním pozitivního obsahu zbavili negativních emocí. Naopak Sugdenova (1985) teorie lítosti popisuje „touhu“ lidí, prožívajících negativní emoce jako je lítost, sledovat obsah, který je podobný jejich zážitku. V rámci sledování obsahu pak pozorují chování postav, s kterými se mohou ztotožnit, srovnávají jej s jejich vlastní zkušeností a získávají potenciální informace ohledně situace a možného chování. Cílem tohoto chování je snaha o zvrácení jejich lítosti a obhájení si chování, zejména pokud postavy ve sledovaném obsahu nejsou za své chování potrestány (Nabi, Finnerty, Domsche, Hull, 2006). Zejména teorie lítosti tak potvrzuje jeden ze stereotypních motivů, se kterým se můžeme setkat i v samotných romantických komediích – nešťastná žena si léčí zlomené srdce pomocí sledování romantických filmů (ideálně v kombinaci s požíváním zmrzliny či čokolády), čímž si ještě více prohlubuje svůj smutek, jelikož je konfrontována s nenaplněnými ideály z oněch romantických filmů (scéna například ve filmu *Pravá blondýnka*, v originále *Legally Blonde*, 2001).

Přestože se akademici přou o míře vlivu sledování filmů a televizních pořadů na diváky, shodují se na faktu, že nějaký vliv existuje (Milmine, 2015). Nelze ovšem média ani jejich vliv generalizovat, jelikož audiovizuální média i jejich potenciální vlivy jsou velmi komplexní. Jak uvádí Zurbriggen a Morgan (2006), není možné žádnou změnu chování (v kontextu mezilidských vztahů) přímo přiřadit k obecnému sledování televize či filmů. Potenciální paralely je ale možné hledat mezi sledováním určitých žánrů audiovizuálního obsahu a chováním, které je v rámci těchto žánrů popisováno. Zurbriggen a Morgan (2006) mluví ve své studii konkrétně o vlivu sledování seznamovacích reality shows (např. *The Bachelor*) na zastávání tradičních hodnot a stereotypů při randění (více v kapitole 2.3.4). Analogicky zmiňují i potenciální vliv romantického žánru jako celku na přístup k romantickým vztahům.

2.3.2 Romantika v popkultuře a realitě

Romantické motivy nejsou v rámci kultury jako takové nic nového, jen se koncept romantiky v rámci historie postupně vyvíjel. Romantika a zamilované příběhy byly součástí kultury v podobě básní a románů již po staletí a mnozí autoři, například William Shakespeare či Jane Austen, jsou s žánrem romantických příběhů velmi silně spojeni. S vývojem technologií a příchodem audiovizuálních médií si získaly svou popularitu filmy (a později i televizní pořady), do nichž se romantické dějové linky začaly přirozeně dostávat také. Jedná se tak o motiv, který byl populární po staletí, ale v dnešní době jsou filmy a televizní pořady jedněmi z nejvýraznějších médií, skrz která se můžeme s romantikou setkat. Zejména v rámci žánru

romantických komedií, jejichž cílovou skupinou jsou primárně ženy a dospívající (Revilla Sánchez, 2021).

Romantické motivy ale zdaleka nejsou pouze výsadou romantických komedií. Zobrazení lásky je naopak motivem širokého spektra filmů napříč žánry. Dalšími žánry, pro které jsou milostné příběhy klíčovou součástí zápletky ale nedisponují komediálními prvky, jsou romanticky zaměřená dramata (například *Zápisník jedné lásky* – 2004, či *Stmívání*, v originále *The Twilight Saga* – 2008) a pohádky. Tradiční pohádkový motiv zachráněné princezny v nesnázích, která bude se svým princem žít šťastně až na věky, je možné identifikovat v mnohých českých pohádkách, ale například i v telenovelách a filmech z produkce studia Walt Disney (Hefner, Wilson, 2013). Romantické dějové linky se ale vyskytují i ve filmech, jejichž hlavní zápletky se lásky zdánlivě netýká. Přesto ale může být zahrnutí milostného vztahu do příběhu významným motivem, který posouvá děj a dává motivaci některým činům postav. Příkladem mohou být akční a superhrdinské filmy, ve kterých hlavní hrdina musí chránit objekt své lásky před padouchem (například *Spider man* – 2002 nebo motiv „bond girl“ ve filmech o Jamesi Bondovi). Také dobrodružné a sci-fi filmy, které si málokdo asociuje s romantikou, dokážou vytvořit ikonické romantické příběhy a páry – například Jake a Neytiri v *Avatar* (2009) či Princezna Leia a Han Solo ve *Hvězdných válkách*, (v originále *Star Wars*). Jelikož jsou lásky a vztahy natolik přirozeným motivem lidského a společenského života, můžeme i vidět romantické příběhy a páry i ve filmech, ve kterých nejsou pro hlavní dějovou linii důležité, ale přesto se je tvůrci filmu rozhodli zahrnout (ať již jako podporu komplexity charakterů nebo jako nástroj pro uspokojení fanoušků, kteří rádi sledují vztahy ve svých oblíbených příbězích – tzv. *shipping*). Příkladem mohou být vztahy v rámci série *Harry Potter*.

Vzhledem k současné popularitě romantických komedií se v nich zobrazované příběhy stávají součástí popkultury (v kontextu západní společnosti). A to do té míry, že lidé dokážou na základě ikonických motivů, scén či postav, mezi sebou komunikovat a vztahovat je na své vlastní myšlenky, zkušenosti a představy. Romantické filmy díky své rozšířenosti a všeobecné oblíbenosti mohou formovat vnímání reálného světa svých diváků. Ti pak na základě filmů popisují své ideály v rámci vztahů či představy o ideálním partnerovi (Hefner, Wilson, 2013). Ikonické momenty z romantických filmů mají své místo i v současné komunikaci pomocí tzv. *memes*, které využívají prvky popkultury pro pointu vtipu, často v kontextu každodenního života.

Jak bylo uvedeno v úvodu této kapitoly, média neslouží pouze zábavě, ale také jako zdroj informací. V případě romantických a sexuálních vztahů jsou audiovizuální média jedním z hlavních zdrojů informací vedle rodičů, přátel a školy. Různé výzkumy se liší v procentuálním zastoupení těchto zdrojů, ale mnohé uvádí televizi a filmy jako nejvýraznější (Harris, Scott, 2002). Snaha získat informace a učit se z filmů může být cílená (Hefner, Wilson, 2013). Ale často obsah filmů a televizních pořadů působí na mladé diváky jako součást konzumované kultury, která má následně vliv na jejich vnímání norem a reality (Collins, Elliott, Berry et al., 2004). Harris a Scott (2002) v úvodu svého článku uvádí statistiky z konce 90. let, kdy 56 % televizních pořadů zahrnovalo sexuální obsah (23 % přímo sexuální chování). Collins, Elliott, Berry et al. (2004) následně prezentují výsledky zkoumání televizního obsahu ze začátku milénia, kdy procenta vzrostla na 64 % sexuálního obsahu, z čehož 32 % reprezentovalo sexuální chování a 61 % verbální zmínku o sexu.

Většina studií navíc pochází z období přelomu tisíciletí, kdy audiovizuální obsah s romantickou a sexuální tematikou nebyl natolik široce rozšířený a snadno dostupný jako dnes v době internetového streamování. Lze tedy předpokládat, že v současné době je role audiovizuálních médií jako zdroje informací ohledně vztahů a sexu ještě výraznější. Způsob zobrazení a reprezentace v médiích je tudíž velmi důležitá.

2.3.3 Teoretická východiska

V rámci zkoumání efektu médií na publikum se používají dvě hlavní teorie – sociálně kognitivní teorie (Bandura, 1986, 2002) a kultivační teorie (Gerbner et al., 2002).

2.3.3.1 Sociálně kognitivní teorie

Bandura (1986, 2002) popisuje, že dle sociálně kognitivní teorie diváci aktivně pozorují to, jak jsou v audiovizuálním obsahu zobrazovány vztahy a chování, a hledají v tomto zobrazení inspiraci pro potenciální vlastní chování. Během sledování filmů a televizních pořadů si diváci zapamatovávají chování, které následně využívají jako modelové při vlastních rozhodnutích. Sociálně kognitivní teorie funguje zejména v situacích, kdy daný model chování prezentuje atraktivní postava, případně postava, se kterou se divák ztotožňuje. Šance na uložení a opakování chování se zvyšuje ještě tím, pokud je v příběhu chování prezentováno jako žádoucí, postavě z něj neplynou žádné následky, případně je dokonce odměněna (Bandura, 1986, 2002).

Negativním následkem sociálně kognitivní teorie v kontextu současného populárního audiovizuálního obsahu je replikace nerealistických modelů. Jelikož filmy a televizní pořady často spoléhají pro svůj úspěch na nerealistická a přehnaná zobrazení vztahů a chování, diváci zakládají své modely na nevhodných příkladech. Dosáhnout kýženého efektu je tak velmi náročné, protože reálné situace mohou být diametrálně odlišné od filmových, nenaplní tak očekávání diváků (Johnson, Holmes, 2009).

2.3.3.2 Kultivační teorie

Kultivační teorie na rozdíl od sociálně kognitivní teorie, která naznačuje aktivní přístup diváka k vyhledávání vzorců chování, volí pasivní přístup. Dle této teorie se televize stala primárním zdrojem socializace a každodenních informací pro většinu populace. Jelikož v rámci svého obsahu využívá a dokola opakuje stejné motivy a obrazy, ovlivňuje vnímání reality svých diváků. Kultivační teorie tak říká, že pokud je divák vystaven určité zprávě, respektive zobrazení, dostatečně dlouho, ovlivní toto zobrazení jeho náhled na stejné situace v realitě (Gerbner et al., 2002). Původně se teorie vázala ke sledování televizního obsahu obecně, ale výzkumy zabývající se kultivační teorií prokazují souvislost mezi konkrétními žánry a vnímáním reality v určité oblasti života, spíše než vlivu sledování televize na celkové vnímání reality. Dle této teorie si tak diváci konzumující velké množství romantických filmů a televizních pořadů budují vnímání reálných vztahů a romantiky dle toho, jak je tento obsah prezentuje (Johnson, Holmes, 2009).

2.3.4 Vlivy sledování romantických komedií

Přestože není jistá míra vlivu médií obecně, i konkrétně romantických komedií, na své publikum, určité vlivy zjištěny byly. Na základě literární rešerše je možné vlivy sledování romantických komedií (potažmo romantických filmů celkově a romanticky zaměřených televizních pořadů) rozdělit do několika hlavních kategorií, které ovlivňují vnímání reality diváků a případně jejich chování, očekávání a hodnoty v rámci romantických a sexuálních vztahů. Většina analyzovaných studií se zaměřovala na projevy vlivů na dospívající jakožto jedné z cílových skupin daného žánru. Zároveň dospívání je popisováno jako období, kdy jsou jedinci silně ovlivňováni svým okolím obecně, včetně kulturních vlivů. Zejména pak ve sféře vztahů a intimity, která v tomto životním období nabírá na důležitosti a je dospívajícími postupně objevována. Johnson a Holmes (2009) uvádí, že mimo demografické skupiny dospívajících studie často popisují také silnější vliv na ženy než na muže. Tento fakt vychází

z obecné preference žánru romantických komedií ženami, které jsou primárním cílovým publikem bez ohledu na věk.

2.3.4.1 Genderové stereotypy a tradiční role

Genderové rozdíly jsou patrné nejen v samotném zkoumaném audiovizuálním obsahu, ale i v rámci výsledků studií, které se věnují zkoumání hodnot a očekávání ve vztazích. Meier, Hull a Ortyl (2009) se ve své studii zaměřují přímo na souvislost vztahových hodnot s genderem a sexuální orientací jedince. Popisují, že mladé ženy zastávají více tradiční vztahové hodnoty než muži a kladou větší důraz na důležitost manželství a rodinného života. Také spíše očekávají, že v budoucnu vstoupí do manželství a že tento svazek bude trvalý. Tyto skutečnosti ale dle výzkumu Meier, Hull a Ortyla (2009) byly aplikovatelné pouze na heterosexuální jedince, u kterých se také projevovala silná idealizace partnera (více v podkapitole 2.3.4.3).

Navzdory tomu, že jsou s romantickými motivy, v rámci populární kultury i reálného života, více spojené ženy, tak motivy a zobrazení v romantických komediích mají vliv i na genderové stereotypy mužů. Zároveň pokud mluvíme o genderu a sexuální orientaci v kontextu romantických komedií, není zde většinou příliš prostoru pro diverzitu. Johnson a Holmes (2009) na základě své obsahové analýzy uvádí, že naprostá většina postav v romantických komediích jsou bílí heterosexuální jedinci ze střední třídy. Pokud je ve filmu zahrnuta diverzita, netýká se pravděpodobně ústředního páru. I proto se genderové stereotypy vyplývající z romantických komedií týkají tradičních genderů (žena a muž) s heterosexuální orientací.

Většina analyzovaných studií uváděla víru v genderové stereotypy jako jeden z hlavních vlivů sledování romantických filmů a televizních pořadů. Romantické komedie mají tendenci stavět své ústřední postavy nejen velmi podobně z hlediska demografických vlastností (viz předchozí odstavec), ale i jejich chování na základě jejich genderu. Je tak možné sestavit profil typických mužských i ženských charakterů, které jsou v rámci romantických komedií využívány.

Muži jsou v rámci romantického obsahu zobrazováni jako ti proaktivní, kteří iniciují veškeré akce. Muži jsou ti, kteří by měli oslovit ženu, vyjádřit svůj zájem a pozvat ji na rande, potažmo jej naplánovat, ženu vyzvednout a celým rande ji provést. Na konci rande jsou to také muži, kteří iniciují potenciální fyzický kontakt, například polibek (Rivadenejera, Lebo, 2008). Celkově děj romantických příběhů očekává od mužů více energie a akce. Kromě učinění prvního kroku by měli ženu zahrnovat komplimenty a často o ni i „bojovat“ – čelit překážkám, které příběh staví do cesty jejich lásce. Muži jsou tak tudíž iniciátory velkých romantických

gest (Revilla Sánchez, 2021). Tyto romantická gesta jsou typickými motivy romantických komedií, a přestože se jedná o jedny z nejvíce nerealistických částí filmů, mají potenciál být těmi nejvíce ikonickými momenty. Příkladem může být veřejný flash mob z *Kamarád taky rád* (2011), John Cusack s boomboxem v *Řekni cokoliv*, v originále *Say Anything* (1989), či jízda na sekačce v *Láska není v ceně*, v originále *Can't Buy Me Love* (1987).

Ženy jsou naopak zobrazovány více pasivně, jelikož iniciování romantického vztahu ženou není považováno za vhodné. Ženy vyčkávají na pozvání na rande, užívají si připravený program a případně reagují na kontakt iniciovaný mužem (Rovadeneira, Lebo, 2008). V dnešní době už se role žen více posunula a již není kladen takový důraz na vyčkávání akce od muže, žena může vztah či intimnost iniciovat také. Je ovšem stále kladen velký důraz na to, aby žena byla okouzující a dokonalá. Žena by měla dostát představám a očekáváním muže, aby měl zájem a důvod, proč o ni bojovat a vynakládat veškeré úsilí, které se od něj očekává (Revilla Sánchez, 2021).

Genderové stereotypy v romantických komediích mají povětšinou negativní důsledky ve vnímání. Muži jsou obecně zobrazováni jako falešní, posedlí sexem, objektivizující ženy a často i násilní. Ženy jsou naopak dle stereotypů posedlé vzhledem, vnímány pouze jako objekty touhy a využívající intimitu pro vlastní agendu (Zurbriggen, Morgan, 2006). I pokud se oprostíme od těchto značně zjednodušených a omezených charakteristik, genderové stereotypy chování popsané v této podkapitole vzbuzují potenciální očekávání, která mohou mít negativní dopad. Romantické filmy i populární kultura jako celek kladou velký důraz na fyzický vzhled žen a propagují západní ideál krásy, kterého je pro mnohé velmi obtížné dosáhnout. Zároveň svobodné a neatraktivní ženy jsou v příbězích vyobrazovány negativně a jejich přítomnost vzbuzuje v divákovi lůstost. Na muže je naopak kladen velký tlak v rámci naplnění romantických očekávání ohledně jejich chování, která romantické filmy budují. Ženy díky sledování romantických hrdinů ve filmech očekávají okouzující prince, což může vést k negativním emocím ze zklamání na jejich straně a i k pocitům selhání ze strany mužů (Revilla Sánchez, 2021).

2.3.4.2 Vztahové hodnoty a chování

Hlavním tématem romantických komedií jsou přirozeně romantické a intimní vztahy, v rámci kterých jsou prezentovány určité hodnoty a chování. Časté sledování tohoto žánru má tudíž vliv i na vztahové hodnoty a chování ve vztazích diváků. Negativní faktor tohoto vlivu se může

objevit následkem toho, že filmy a televizní pořady využívají přehnaná a nerealistická zobrazení vztahových situací, aby přilákaly diváky (Johnson, Holmes, 2009).

Swindler (2001) se v rámci svého výzkumu zabývala romantickými vztahy Američanů ze střední třídy a na základě svého pozorování definovala čtyři hlavní „romantické mýty“, které mnoho jedinců stále vyznává navzdory vysokým rozvodovým statistikám a rostoucímu realistickému přístupu ke vztahům. Hlavní romantické mýty dle Swindler (2001) jsou:

- Láska na první pohled – Láska je vědomé a jasné rozhodnutí v určitý moment.
- Osudová láska – Láska je unikátní a exkluzivní. Každý hledáme spřízněnou duši.
- Láska vše překoná – Díky opravdové lásce je možné překonat všechny vztahové překážky.
- Šťastně až na věky – Láska je dlouhotrvající a věčná.

Johnson a Holmes (2009) shrnují vliv romantických komedií jako určitý romantický ideál, který je tvořen jednotlivými domněnkami o lásce, které divák očekává od reálných vztahů. Do tohoto ideálu zahrnují čtyři mýty dle Swindler (2001) a přidávají ještě jeden – „láska je slepá“, respektive dokáže přehlížet nedostatky. Meier, Hull a Ortyl (2009) v rámci své studie ověřovali vztahové hodnoty mladých dospělých a víra v tyto romantické mýty byla stále velmi silná. Mezi nejdůležitější vztahové hodnoty respondentů patřily láska, věrnost a dlouhodobý závazek.

Tyto hodnoty jsou spojené zejména s konceptem manželství. Manželství je jedním z klasických ústředních filmových (i životních) motivů, zejména pak v rámci romantických komedií (viz podkapitola 2.2.3). Svatba je v mnoha filmech vrcholem celého příběhu a je popisována jako šťastné zakončení příběhu, jelikož dále je očekáván jeden z romantických mýtů – šťastně až na věky. Sergin a Nabi (2002) se v rámci své studie věnovali vlivu sledování romantických pořadů na domněnky o manželství a potvrdili, že časté sledování tohoto žánru vede k vysokému očekávání sňatku. Mimo to měli tito diváci blízko i ke konceptům romantických mýtů, které byly v rámci romantického obsahu prezentovány (v rámci studie se jednalo zejména o diváky soap oper).

V kontextu zobrazování vztahů se mluví o i zobrazování intimity (viz podkapitola 2.3.2), jelikož její zastoupení v médiích stále narůstá. V rámci studie Collins et al. (2004) mnoho dospívajících respondentů uvedlo, že si přejí, aby se sexuálními aktivitami začali později než v průběhu studia střední školy (tj. mezi 14 a 18 lety). Jako jeden z důvodů sexuální aktivity mladých je dle studie uváděna propagace tohoto chování v televizních pořadech. Harris a Scott (2002) ve svém článku o efektu zobrazování sexu v médiích popisují normalizaci nezávazného předmanželského sexu jeho častým zobrazováním ve filmech a televizních pořadech. Tento

vliv je zejména umocněn, pokud se sexuálních aktivit účastní postavy, se kterými se diváci více ztotožňují či jsou atraktivní, a pokud jejich doování nemá negativní konsekvence (vliv sociálně kognitivní teorie, viz podkapitola 2.3.3.1).

Přestože sledování televizních pořadů a filmů nebylo potvrzeno jako primární vliv na sexuální aktivity mezi dospívajícími (vzhledem také k silnému vlivu školy, přátel a rodiny v tomto tématu), dochází k určitým následkům zvýšeného sledování sexuálního audiovizuálního obsahu. Harris a Scott (2002) uvádí negativní vliv sledování explicitního obsahu na spokojenost jedinců s fyzickým vzhledem a sexuálním výkonem jejich reálných partnerů. Tuto skutečnost popisují i Johnson a Holmes (2009) společně s nespokojeností s vlastním sexuálním životem, přeceňováním četnosti sexuálních aktivit vrstevníků a zvýšená sexualizace genderových stereotypů – vnímání žen jako sexuálních objektů a mužů jako toužících pouze po sexu.

2.3.4.3 *Idealizace a očekávání*

Nespokojenost se svým reálným partnerem následkem vyššího sledování sexuálního obsahu souvisí s idealizací, která je dle Hefner a Wilson (2013) nejvýraznějším vlivem romantických komedií. Idealizace se často nemusí týkat přímo intimity a sexu, ale vztahu jako takového, respektive romantického aspektu vztahu. Média dokáží vytvořit extrémně idealistické představy o perfektním partnerovi, které nelze naplnit kvůli tomu, jak nerealistické jsou.

Schopnost vytvářet nerealistická očekávání, například idealizovat hlavní postavy, partnerský vztah i intimitu, je hlavním problémem romantických komedií a jejich způsobu zobrazování reality. Vytváří domněnky a očekávání, která nejsou reální lidé a vztahy schopni naplnit a dochází tak ke zklamání. To může vést až k ukončení vztahu z důvodu nenaplnění daných očekávání a ideálů (Milmine, 2015).

Televizní pořady a filmy prezentují řadu ideálních situací a kvalit, které nejsou v reálném světě samozřejmé, případně jsou až nemožné. Příkladem je naprostá souhra partnerů, jelikož láska předpokládá vztah spřízněných duší, které se dokáží vzájemně stoprocentně přizpůsobit, dokonale k sobě sednou a vždy znají veškeré partnerovi potřeby a preference. Zároveň je možné při honbě za spřízněnou duší dovolit lásce být až příliš slepá a přehlížet nedostatky, které jsou signály nebezpečného či toxického chování, které může přerůst v násilí (Revilla Sánchez, 2021).

Domněnky a očekávání nemusí být vždy negativní. Romantický přístup ke vztahům může vést i k pozitivním zkušenostem (Hefner, Wilson, 2013). Proto je důležité dbát na co nejvhodnější a diverzní zobrazování vztahů, které může divákům sloužit jako pozitivní vzor chování, případně explicitně odstrašující v případě komunikování nevhodného chování.

3. METODICKÁ ČÁST

3.1 Metoda výzkumu

3.1.1 Kvalitativně – kvantitativní přístup a smíšený výzkum

Vzhledem k ambici diplomové práce zkoumat vnímání a postoje respondentů vůči žánru romantických komedií a zároveň nahlédnout do respondentových hodnot, idejí a zkušeností s romantickými vztahy, byl zvolen pro výzkum přístup kombinující kvalitativní a kvantitativní prvky, tj. smíšený výzkum. Cílem výzkumu není zjistit konkrétní kvantitativní data a zobecnit výsledky na celou skupinu, nýbrž nahlédnout do myšlenek a pochopit názory diváků romantických komedií. Případně najít korelaci mezi četností sledování romantických komedií (a vztahu k tomuto žánru) a respondentovými postoji a hodnotami v rámci reálných romantických vztahů. K výzkumu je přistupováno primárně kvalitativně, avšak pro zjednodušení výzkumu a možnosti najít souvislosti v odpovědích, byly některé otázky formulovány způsoby typickými spíše pro metody kvantitativní, například byla využita Likertova škála (podrobněji v kapitole 3.4).

V případě kombinace kvalitativního a kvantitativního přístupu se jedná o smíšený výzkum. Smíšený výzkum využívá výhody obou přístupů a jeho použití se díky tomu zvyšuje. Ve výzkumu této diplomové práce je smíšený výzkum využíván ve formě smíšeného modelu, kdy výzkumník využívá kvalitativní i kvantitativní ve více fázích výzkumného procesu – stanovení cílů výzkumu, sběru dat i analýze a interpretaci. V rámci stanovení cíle výzkumu se kvalitativní metoda kloní k exploraci a popisu zkoumaných případů, zatímco kvantitativní výzkum mimo jiné verifikuje stanovené hypotézy (více v podkapitole 3.1.2). Typy dat mohou mít kvantitativní podobu standardizovaných dat či kvalitativní formu textů a slov. V poslední fázi analýzy a interpretace je také možné kombinovat kvalitativní i kvantitativní přístupy ke zkoumání dat, například kvalitativním hledáním klíčových témat a následnou kvantitativní obsahovou analýzou. Výhodou smíšeného výzkumu je možnost zodpovídání širších a komplexnějších výzkumných otázek, kombinace specifických výzkumných metod a úplnější znalosti potřebné pro podporu teorie (Hendl, 2016).

V rámci smíšeného výzkumu využívá tato diplomová práce metodu kvalitativního hloubkového rozhovoru, který obsahuje kvantitativní prvky. Následně je pro analýzu a interpretaci dat z rozhovoru volen kvalitativní přístup hledání témat, která jsou interpretována v kontextu zaměření diplomové práce a podpořena obsahovou analýzou těchto dat. Obdobně

je přístupováno také k analýze zvoleného audiovizuálního materiálu, pěti romantických komedií, která předcházela hloubkovým rozhovorům. Na základě analýzy audiovizuálního materiálu bylo definováno několik modelových situací, které byly základem pro rozpravu s respondenty v rámci hloubkových rozhovorů (více v kapitole 3.3).

3.1.2 Výzkumné cíle

Cílem výzkumu je zjistit, zdali a jakým způsobem ovlivňuje sledování romantických komedií postoje a hodnoty mladých dospělých v rámci romantických vztahů. Zejména se jedná o důležité hodnoty ve vztazích, přístup k romantickým vztahům a spokojenosti či nespokojenosti v nich. Současně je cílem popsat vztah mladých dospělých vůči žánru romantických komedií, zjistit víru v romantické mýty a postoje vůči (neideálnímu) chování postav v romantických komediích. V rámci analýzy dat získaných v rozhovorech je cílem objevit souvislosti mezi mírou sledování romantických komedií a hodnotami respondentů, zároveň také popsat jejich přístup k žánru a k romantickým vztahům (a chování v nich) obecně.

Cíle bude dosaženo pomocí potvrzení či vyvrácení hypotéz stanovených na základě literární rešerše a kvalitativní analýzy klíčových témat.

3.1.3 Hypotézy

Na základě literární rešerše bylo stanoveno pět hypotéz. Tyto hypotézy vychází primárně ze závěrů minulých výzkumů, které byly shrnuty v kapitole 2.3. Primárně se jedná o hypotézy založené na předpokladu, že míra sledování romantických komedií vede k určitým hodnotám, vírám a zkušenostem v souvislosti s romantickými vztahy.

Do hypotéz jsou promítnuty i teoretická východiska kultivační teorie a sociálně kognitivní teorie, dle kterých je chování diváků ovlivněno obsahem, který sledují. Dle těchto teorií diváci aktivně či pasivně vnímají chování postav, které následně uplatňují ve svém reálném životě.

V neposlední řadě se do stanovených hypotéz promítla také idealizace jako nejpodstatnější vliv romantických komedií. S idealizací je v rámci výzkumu pracováno jak v kontextu vztahů, tak v rámci idealizace romantických komedií jako žánru i konkrétních populárních filmů (viz kapitola 3.3).

Hypotézy:

H1: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, mají větší víru v manželství.

H2: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou zastánci tradičních genderových rolí.

H3: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou nespokojeni v reálných vztazích.

H4: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, více věří romantickým mýtům.

H5: Diváci romantických komedií mají tendenci idealizovat a romantizovat chování protagonistů romantických komedií během sledování těchto filmů.

3.1.4 Hlubkový rozhovor

Pro hlavní část výzkumu byla zvolena metoda polostrukturovaného hloubkového rozhovoru.

Hlubkový rozhovor je kvalitativní metodou, v rámci které dochází k interakci výzkumníka (tazatele) a respondenta. Hlavní výhodou této metody je potenciál generování dat díky využití polostrukturovaného přístupu, kdy je možné nechat rozhovor plynout i neplánovaným směrem. Naopak značným omezením by bylo přistupovat k rozhovoru pouze jako k mechanickému sběru odpovědí (Sedláková, 2014). Důležité je také vytvoření příznivého prostředí pro dotazování. Sedláková (2014) tento faktor popisuje jako vložení tazatelova já do rozhovoru. Tazatel by neměl pouze stroze pokládat otázky, ale být komunikačním partnerem, který respondenta pozorně poslouchá a vnímá. Respondent by se neměl zároveň cítit za své odpovědi posuzován, či dokonce odsouzen v případě, že tazatel nesdílí stejný názor. Ideální je volit techniku chápacího rozhovoru, kdy tazatel dává najevo svou pozornost, přitakává a vyjadřuje zájem v respondentových odpovědích.

Polostrukturovaný rozhovor byl zvolen i z důvodu osobního až intimního tematického zaměření výzkumu. Důležitým faktorem v rámci výzkumu je upřímnost a autentičnost odpovědí, které je možné snadněji dosáhnout při osobním kontaktu v atmosféře přátelského rozhovoru než například formou online dotazníku. V případě psané formy odpovědí by se mohla potenciálně vytratit spontánnost a převedení myšlenek do psaného textu by mohlo vést k až přehnanému přemýšlení nad dotazem, které by se mohlo projevit výzkumným biasem, například ve formě, kdy se snaží respondent působit lépe. Jak ovšem uvádí Sedláková (2014), v rozhovoru vždy získáváme pouze určité informace, které se respondent rozhodne sdílet. Není proto třeba se omezovat, zdali nejsou otázky příliš osobní či intimní, jelikož se každý

respondent může rozhodnout dotaz nezodpovědět. Hlubkový rozhovor má ovšem vyšší šanci odpověď získat.

3.1.5 Obsahová analýza

Mimo hlubkového rozhovoru využívá tato diplomová práce také metodu obsahové analýzy. Ta je využita nejen pro analýzu dat získaných z hlubkových rozhovorů, ale také pro identifikaci modelových situací v rámci zvolených filmů v kombinaci s kvalitativní identifikací témat.

Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou technikou, která nabízí systematický a objektivní popis komunikace. Rozdílem od kvalitativní analýzy textu je zejména její strukturovanost a systematičnost (Sedláková, 2014). Pomocí obsahové analýzy lze ověřit hypotézy, které jsou založeny na vztahu mezi proměnnými, které jsou díky této analýze měřitelné. Klíčovým nástrojem je „slovník“, který bývá nejčastěji tvořen v průběhu analýzy na základě identifikace proměnných a příslušných dat (Kronick, 1997). Při využití obsahové analýzy je možné volit dva přístupy – konceptuální, který se soustředí na výskyt určitých konceptů, a vztahový, který zohledňuje i vztahy mezi těmito koncepty. Hlavním limitem této techniky je její subjektivnost a nekomplexnost, kvůli které je často kombinována s dalšími kvalitativními technikami (Sedláková, 2014).

Z tohoto důvodu i v tomto výzkumu je obsahová analýza spojena s kvalitativním přístupem jak při analýze vybraných romantických komedií, kde kvalitativní přístup dominuje, tak i při analýze dat získaných v hlubkových rozhovorech. V tomto případě jsou některé sekce analyzovány čistě kvantitativní statistickou metodou a následně jsou vyhodnocovány pomocí vztahové obsahové analýzy a kvalitativní interpretace na základě klíčových citací.

3.2 Výzkumný vzorek

Jelikož se výzkum zaměřuje na zkoumání hodnot a postojů mladých dospělých, bylo potřeba definovat tuto skupinu. Hlavní charakteristikou této skupiny je věk. Jedná se o jedince, kteří se narodili mezi lety 1990 a 2001 a jsou tudíž na hranici generace mileniálů a generace Z. V rámci výběru respondentů byl kladen důraz také na genderovou vyrovnanost respondentů, jelikož ambicí diplomové práce bylo získat vyrovnaný pohled mužů i žen. Většina výzkumů zabývajících se tématem romantických komedií má tendenci se zaměřovat pouze na ženy jakožto primární cílovou skupinu tohoto žánru. Na základě literární rešerše ovšem bylo zjištěno, že potenciální

vliv na hodnoty a postoje se týká obou genderů. Muži mohou být sledováním romantických komedií také ovlivněni. Případně mohou být ovlivněni nepřímo, kdy jsou na ně kladeny nároky a očekávání v romantických vztazích od žen, které sledují romantické komedie. Výzkumný vzorek byl také omezen na heterosexuální jedince. Důvodem je stereotypní zaměření naprosté většiny romantických komedií na romantický vztah mezi mužem a ženou heterosexuální orientace, čímž vytváří vzorce chování a očekávání primárně pro tyto vztahy i v reálném životě. V neposlední řadě pak bylo požadavkem, aby respondent zhlédl v minulosti nějaké romantické komedie, ideálně alespoň část filmů analyzovaných v této diplomové práci (viz 3.3).

Pro výzkum byli osloveni respondenti výzkumníci zejména skrz sociální sítě. V rámci komunikace před výzkumem bylo ověřeno, že splňují výše zmíněné požadavky a byly jim sděleny názvy zkoumaných filmů. 4 rozhovory proběhly spontánně na základě slovní domluvy bez předchozí komunikace ohledně zkoumaných filmů. Necelá polovina respondentů byla v rámci tohoto výzkumu v kontaktu s výzkumníci poprvé, zbytek respondentů výzkumnice v minulosti znala.

Výsledný výzkumný vzorek byl tvořen 23 respondenty, 11 muži a 12 ženami. Průměrný věk respondentů byl 24,8 let. Respondenti pochází z různých socioekonomických i demografických skupin. Více než dvě třetiny respondentů mají vysokoškolské vzdělání (či jsou v procesu vysokoškolského studia) a více než dvě třetiny pochází z větších měst nad 100 000 obyvatel.

3.3 Analýza audiovizuálního materiálu

Tato kapitola má za cíl představit jednotlivé romantické komedie vybrané pro reprezentaci žánru, ilustrovat typické žánrové postupy (viz podkapitola 2.2.3 a 2.3.4.2) a definovat modelové situace, které budou využity v rámci čtvrté sekce rozhovoru (přehled konkrétních situací viz 3.4.4).

Níže uvedených pět filmů bylo vybráno na základě úsudku výzkumnice po odborné konzultaci. Filmy jsou záměrně vybrány tak, aby byly odlišné a mohly lépe reprezentovat šíři žánru – rozličné hlavní postavy, různá dynamika vztahů, vyprávění z pohledu různých postav atd. Z tohoto důvodu jsou také vybrány filmy z různých období, od 70. let až po současnou tvorbu. V případě některých filmů hrála ve výběru roli také jejich obecná popularita a „ikoničnost“ (na ČSFD jsou filmy hodnoceny 72-86 %).

V neposlední řadě byly filmy vybrány i kvůli tomu, že přes svou všeobecnou popularitu obsahují chování, které není zcela ideální či romantické. Často je toto kontroverzní chování označováno za toxické. V mnohých případech na toto chování postav pohlížíme takto kriticky až v současné době, zatímco ve filmech z minulého století a na přelomu milénia bylo diváky tolerováno. V rámci sledování a analýzy filmů byly využity videoanalýzy The Take² (2021).

3.3.1 Pomáda (1978)

Pomáda, v originále *Grease*, je muzikálovým filmem režiséra Randala Kleisera. Film se odehrává v prostředí americké střední školy na konci 50. let a popisuje životy studentů závěrečného ročníku, zejména dívčí skupiny Pink Ladies a chlapeckého greaser gangu T-Birds. Ústřední romantickou dvojicí je Sandy (Olivia Newton-John) a Danny (John Travolta), kteří se zamilovali během letních prázdnin, ale ve škole již jejich vztah moc nefunguje. Pomáda se stala ikonickým filmem, zejména díky svým muzikálovým písním a dobové výpravě.

Pomáda je příkladem motivu znovunalezené lásky. Sandy a Danny měli krásný prázdninový románek, po kterém si mysleli, že se už nikdy neuvidí. Když se znovu setkají ve škole (motiv meet-cute, přestože podruhé), jejich „školní persony“ k sobě příliš neladí. V průběhu filmu tak můžeme několikrát vidět i motiv rozchodu a usmíření se, které nakonec vyústí ve znovunalezenou lásku. Obě postavy se v průběhu filmu snaží dělat romantická gesta pro získání toho druhého (Danny začne sportovat, Sandy změní svou vizáž na konci filmu), ale nejsou prezentována stejně jako v motivu veřejného ponížení, ostatní postavy na ně reagují spíše kladně. Závěrečná scéna filmu obsahuje fantastický prvek (pár doslova odletí do západu slunce v autě), který uvádí celý film do pohádkové atmosféry, kde jen stačí dodat, že spolu žili šťastně až na věky.

Velmi ikonickou scénou filmu, a ze současného feministického pohledu velmi problematickou, je závěrečná pouťová oslava maturity, na které se Sandy objeví s výrazně změněnou vizáží – místo světlých jednoduchých šatů, přirozeného make-upu a rovných vlasů s ofinou je oblečena v upnutém černém úboru a podpatcích, má výrazný make-up a natočené objemné vlasy. Mimo to je vidět i výrazná změna chování – kouří cigaretu, používá provokativní fráze a v rámci písně *You're the One That I Want* je výrazně dominantnější než

² The Take je internetový projekt kolektivu autorů, kteří tvoří primárně videa pro síť Youtube. Svá videa pojímají jako video eseje, ve kterých se věnují rozborům filmů, televizních pořadů i obecných popkulturních fenoménů. Mezi jejich hlavní motivy a témata videí patří například výklady dějových linií, rozbor charakterů či hledání skrytých významů.

dříve. Tato fyzická i charakterová změna je kritizována z důvodu, že k ní nevedl žádný vývoj postavy Sandy jako takové, ale jedinou motivací je zalíbení se Dannymu. Změna navíc předpokládá, že Danny chce partnerku podobnou jeho zájmům, přestože se ale v létě zamiloval do Sandy, která byla sama sebou. Tato chování je modelovou situací A.

Do rozhovoru je také zařazena situace G, která symbolizuje píseň *Summer Nights*, během které Sandy a Danny vypráví o jejich letní lásce každý svým kamarádům. Zatímco se chlupci Dannyho ptají, kam se s ní dostal v rámci intimností, dívky se vyptávají, zdali měl auto a kam všude ji vzal na večeri. Tato situace tak stereotypně popisuje muže jako jednomyslně zaměřené na sex a ženy jako romantické a materialistické.

3.3.2 **Pretty Woman (1990)**

Pretty Woman je americkou romantickou komedií, jež natočil režisér Garry Marshall. Jedná se o jednu z nejkultovnějších romantických komedií, které symbolizují tento žánr. Kvůli sérii náhod se v Hollywoodu setkává zásadová prostitutka Vivian (Julia Roberts) s bohatým podnikatelem Edwardem (Richard Gere). Z jedné noci se nakonec stává několik dní, kdy Vivian dělá Edwardovi společnost nejen erotického rázu, ale doprovází jej i na obchodních schůzkách a postupně jejich vztah přerůstá v lásku.

Film *Pretty Woman* je typickým příkladem, kdy princ na bílém koni zachraňuje princeznu z věže (tento motiv je doslova ilustrován závěrečnou scénou, kdy Edward přijíždí za Vivian v bílé limuzíně a šplhá po požárním schodišti, přestože se bojí výšek). Můžeme zde také pozorovat ikonické meet-cute, kdy Vivian nastupuje k Edwardovi do auta, a hned první večer zjišťujeme, že to bude láska na první pohled. Dalším motivem je pak (ne)předstíraný vztah, jelikož si Edward za peníze najímá Vivian, aby předstírala, že je jeho přítelkyně, a postupně si k ní vybuduje i reálné city (zatímco jí stále platí za její služby). Do určité míry zde můžeme vidět i motiv přetvářky a přestrojení, kdy se musí Vivian chovat a oblékat jinak než normálně, aby zapadla do Edwardova světa. Z přestrojení se však během filmu stává permanentní změna charakteru, jelikož je „vychována v lepší ženu“ dle pygmalionského motivu.

Vzhledem ke změně, kterou Vivian projde, lze modelovou situací A vztáhnout stejně jako na *Pomádu* i na *Pretty Woman*. Z dnešního pohledu je ovšem kritizována zejména dynamika vztahu mezi Vivian a Edwardem, který je doslova transakční. Edward nezahrnuje Vivian pouze drahými dárky, oblečením a jídlem (kdy zároveň nezapomíná zdůrazňovat, jak drahé tyto věci jsou), ale i jí platí za společně strávený čas. Toto chování ilustruje modelová

situace D. Teoreticky by bylo možné aplikovat i situaci B – vztah na pracovišti mezi nadřízeným a podřízenou, jelikož Edward několikrát zmiňuje, že Vivian pro něj pracuje a je za to placená. Zároveň je Edward k Vivian velmi dominantní a má potřebu kontrolovat její chování, mluvu i oblečení. Často jí dává příkazy, opravuje ji a napomíná. Toto chování je ilustrováno situací I.

3.3.3 Láska nebeská (2003)

Láska nebeská, v originále *Love Actually*, je britsko-americké romantické komediální drama, za kterým stojí režisér Richard Curtis. Film je zajímavý zejména svým formátem, v rámci kterého sledujeme více než deset dějových linek, jenž se v průběhu filmu vzájemně proplétají ať již náhodnými situacemi nebo příbuzenskými a přátelskými vazbami postav. Příběhy se odehrávají v několika týdnech před Vánoci, což z filmu dělá oblíbenou vánoční klasiku. Jednotlivé dějové linky se věnují různým formám lásky a romantiky. Zároveň se různým dějovým linkám dostává různého prostoru ve filmu. Mezi nejvíce nejznámější zápletky patří například romantický trojúhelník (Keira Knightley, Chiwetel Ejiofor a Andrew Lincoln), rozpadající se manželství (Emma Thompson a Alan Rickman) kvůli sekretářce (Heike Makatsch), britský premiér a hospodyně (Hugh Grant a Martine McCutcheon) či dětská první láska (Thomas Sangster a Olivia Olson), kterou syna provází otčím (Liam Neeson).

Vzhledem ke své komplexnosti se ve filmu objevuje celá řada motivů, mnoho různých meet-cute, rozchodů i usmíření. Stejně tak je možné vidět i několik lásek na první pohled a spřízněných duší. Film značně balancuje a skáče mezi smutnými dramatickými linkami (rozpadající se manželství, truchlení po smrti manželky) a někdy až komickými částmi (americký výlet za sexem, seznámení se na natáčení porna). Velmi často se také objevuje motiv lásky na pracovišti. Ať již mezi kolegy, tak i mezi nadřízenými a podřízenými, což vede ke značným komplikacím v rámci pracovní sféry (nevhodnost vztahu pro britského premiéra) i té osobní (například ke zmíněnému rozpadu manželství).

Vztahy na pracovišti, zejména pak napříč pracovní hierarchií mezi nadřízeným a podřízeným, jsou chování, které je zmíněno v modelové situaci B. Ikonickou, a značně kontroverzní, scénou je vyznání lásky v rámci romantického trojúhelníku, kdy je muž zamilovaný do manželky svého nejlepšího kamaráda. Lásku se jí rozhodne vyznat až po svatbě ve známé scéně, kdy své pocity napíše na papírové plakáty a postupně je ukazuje na ulici u jejího domu. Toto chování je popsáno v situaci C. Film celkově příliš nectí feministické ideály, ale dějová linka Colina (Kris Marshall), který obviňuje britské ženy z nedostatečného zájmu o jeho osobu, a rozhodne se tudíž odjet hledat lásku (a sex) do USA, dělá z žen doslova pouhé

sexuální objekty. O to spíše, že má u velmi stereotypně zobrazených Američanek opravdu úspěch díky svému britskému přízvuku. Toto chování je popsáno jako situace H.

3.3.4 500 dní se Summer (2009)

500 dní se Summer, v originále (*500) Days of Summer*, je americké romantické komediální drama režiséra Marca Webba. Film pracuje s nelineárním vyprávěním, ve kterém se orientuje dle očíslování dnů – 500 dnů vztahu mezi Tomem (Joseph Gordon-Levitt) a Summer (Zoey Deschanel). Příběh je vyprávěn z Tomovy perspektivy a pracuje také s reálnou a představovou dějovou linkou. Tom a Summer se setkávají jako kolegové v práci a postupně se z nich díky společným zájmům stávají přátelé. Postupně se mezi nimi začne tvořit i romantický vztah, který ale chce Summer pojmout nezávazně, přestože Tom by chtěl i něco více. Summer a Tom se následně musí vypořádat s nefungující dynamikou svého vztahu a následným koncem.

Z pohledu vyprávění filmu může mít z počátku divák pocit, že se jedná o závod s časem, kdy bojujeme o každý moment z 500 dní. Jedná se ale nakonec spíše o realistické vyprávění o jedné fázi života, která je definována konkrétním člověkem. Daleko spíše je zde možné pozorovat rozchod, který je ústředním motivem, a usmíření, které film zakončuje, ale ne v typickém smyslu romantické komedie, kdy spolu pár skončí, ale spíše jako uzavření životní fáze, kdy si i Tom uvědomí, že nebyli spřízněnými dušemi, přestože si to myslel. Tento film spíše boří romantické mýty, jelikož spolu ústřední pár neskončí, a tudíž se ukazuje, že láska není osudová, unikátní, věčná a ani vše nepřekoná. Je zde ovšem také představen charakterový motiv hodného kluka (nice guy). Jedná se o postavu muže, který je prezentován jako romantik hledající svou osudovou lásku. Zpravidla se mu ale u jeho vysněné dívky nedaří, což nepovažuje za spravedlivé, jelikož on by si ji za své dobré chování a úmysly měl zasloužit. Tato postava (typicky například Ross Geller z *Přátelé*) je ovšem kvůli tomuto chování považována za toxickou, jelikož není možné předpokládat či si nárokovat něčí lásku.

Toto chování typické pro postavu hodného kluka je popsáno v situaci E. V rámci situace je chování vztaženo na Tomův předpoklad, kdy by měl být odměněn vztahem za to, jak dlouho a vytrvale se o Summer snaží. Zároveň je důležitým tématem celého filmu idealizace partnera jako následek neideální komunikace. Toto popisuje situace J. Summer, kterou si vysnil Tom jako perfektní dívku ve své hlavě, a reálná Summer nejsou stejné ženy a všechna nedorozumění jsou spojena s tím, že se Tom nedokáže zbavit své představy o jejich vztahu a nevidí jejich reálnou propast ve vztahu.

3.3.5 Kamarád taky rád (2011)

Kamarád taky rád, v originále *Friends with Benefits*, je romantickou komedií režírovanou Willem Gluckem. Jamie (Mila Kunis) pomůže získat práci v New Yorku Dylanovi (Justin Timberlake) z Los Angeles. Jamie a Dylan se stanou blízkými přáteli, jelikož Dylan nemá v New Yorku známé. Poté, co se shodnou na tom, že sex nemusí být nutně spojen s emocionálním poutem, se z nich stanou tzv. kamarádi s výhodami. Postupně ale jejich vztah kamarádství přeroste.

Kamarád taky rád je ideálním příkladem nevyžádané lásky. Ani jeden z páru původně neměl zájem o vztah, ale když se Jamie rozhodla opět hledat vztah, její pocity se již změnila a prvotní Dylanův nezájem ji ranil. I zde se tak setkáváme s motivem rozchodu a usmíření, přestože rozchod probíhá mezi „kamarády“ a usmířením vznikne oficiální vztah. Je zde také výrazný motiv veřejného ponížení, kdy Dylan zorganizuje flash mob, aby získal Jamie zpět. Zajímavý je také moment v první polovině filmu, kdy Jamie a Dylan společně sledují fiktivní romantický film a dělají si z něj legraci. Jamie ale zároveň připouští, že si uvědomuje romantické mýty i nevhodnost víry v ně, ale přesto by si přála, aby její život byl jako ve filmu.

Chování z tohoto filmu reprezentuje situace F, která shrnuje hlavní dějovou linku celého filmu. Kamarád taky rád neobsahuje žádné výrazné kontroverzní chování, které by bylo z dnešního pohledu nevhodné (možná i tím, že se jedná o nejnovější z vybraných filmů). Samotný typ vztahu kamarádi s výhodami ale může být pro některé kontroverzním, jelikož se nejedná o typickou dynamiku romantického vztahu.

3.4 Rámcový scénář rozhovoru

Polostrukturovaný rozhovor byl hlavní částí výzkumu. Na základě teoretické rešerše, výzkumných cílů a hypotéz byla zvolena čtyři hlavní témata, která rozdělují rozhovor do čtyř dílčích sekcí. Jednotlivé sekce se od sebe lehce tematicky liší a v některých je zvolen odlišný přístup dotazování. V rámci následné analýzy a interpretace jsou ale využívána data napříč sekcemi jako různé proměnné dle stanovených hypotéz.

V rámci usnadnění orientace v jednotlivých sekcích a otázkách pro následnou analýzu byly sekce očíslovány 1 až 4 a otázky v rámci sekcí byly abecedně označeny písmeny.

3.4.1 Vztahy

První sekce se věnuje reálným vztahům a má za cíl zjistit respondentovi hodnoty, ideály a postoje vůči romantickým vztahům. Tato sekce je tvořena otevřenými otázkami, které podněcují respondenta k zamyšlení a případnému vyprávění. Některé otázky se přímo dotazují na hodnoty a názory a iniciují odpověď, která bude zdůvodněná. Jednotlivé otázky se ve většině případů skládají z podotázek, které více specifikují otázku či navrhuji možné pohledy na otázku (otázky D a F). V některých případech (otázka C) byl uveden konkrétní příklad pro specifikaci kontextu. Některé doplňující podotázky byly položeny jako uzavřené (otázka E), ale v kombinaci s otázkami otevřenými, tudíž respondent zpravidla svou odpověď rozvedl.

- A. Jaká je tvoje představa o vztahu? Jak vypadá ideální vztah?
- B. Jaké jsou pro tebe důležité hodnoty ve vztahu? Co je pro tebe důležité při seznamování se s někým novým?
- C. Jaký máš názor na tradiční genderové role ve vztahu? (Příklad: Muž by měl být iniciátorem vztahu.)
- D. Jaké preferuješ projevy lásky? Mohou být projevy lásky veřejné nebo omezené čistě na soukromí?
- E. Jaký máš názor na manželství? Jaká máš očekávání? Chceš svatbu? Vnímáš manželství jako svazek na celý život?
- F. Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost ve vztahu v souvislosti s nenaplněním očekávání a zklamáním? Nespokojenost se vztahem, partnerem, sebou samým...?
- G. Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost s vlastním intimním životem?

3.4.2 Romantické mýty

Druhá sekce se soustředí na víru v romantické mýty (popsány v podkapitole 2.3.4.2). Tato sekce je kvantitativní částí rozhovoru, jelikož se jedná o uzavřené otázky s nabídnutou Likertovou škálou. Respondentovi byly předloženy jednotlivé romantické mýty a měl je ohodnotit na škále od 1 do 5 na základě toho, jak moc jim věří nebo mu připadají reálné. Stupeň 1 symbolizoval nejnižší bod, tj. respondent danému tvrzení vůbec nevěří a nezdá se mu reálné, a stupeň 5 nejvyšší bod, tj. respondent danému tvrzení zcela věří a zdá se mu reálné. Přestože se jednalo o uzavřené otázky, někteří respondenti své odpovědi zdůvodňovali.

- A. Lásky na první pohled existuje.
- B. Lásky je slepá a nevidí nedostatky.
- C. Lásky překoná veškeré překážky.
- D. Spřízněné duše existují.
- E. Pravá láska do konce života. Žili spolu šťastně až na věky.
- F. Ideální partner dokáže vyčíst pocity a potřeby toho druhého.

3.4.3 Romantické komedie

Třetí sekce rozhovoru byla méně osobní a zaměřovala se na zjištění názorů ohledně romantických komedií. Tyto informace byly důležité pro vytvoření představy o míře sledování romantických komedií a přístupu k obsahu, který zobrazují. S proměnou sledování romantických komedií pracuje několik hypotéz výzkumu. Všechny otázky v této sekci byly pokládány jako otevřené, aby podnítili respondenta k delší odpovědi a případnému odůvodnění.

Sekce obsahuje několik otázek (otázky C, F a G), které se nezaměřují přímo na vnímání romantických komedií, ale mají za cíl upřesnit představu respondenta o romantických komediích. V rámci dotazu na konkrétní romantické komedie či romantické prvky je možné zjistit jaký typ filmů respondent považuje za romantické komedie (vzhledem k tomu, že žánr není zcela jasně definován) a jak vnímá romantiku ve filmech. Poslední otázka následně zjišťuje pohled na romantiku jako takovou, ale také zjišťuje, zdali respondent rozlišuje žánrově mezi romantickými komediami a dramaty, nebo je vnímá jako jeden žánr. V této otázce jsou pro vysvětlení uvedeny i příklady filmů.

- A. Jaký máš názor na/vztah k romantickým komediím jako žánru?
- B. Jak často sleduješ romantické komedie? Případně jsi sledoval/a v minulosti?
- C. Jaké se ti vybaví typické romantické komedie?
- D. Jak ti přijdou romantické komedie realistické?
- E. Jak moc se dokážeš během sledování ztotožnit s postavami ve filmech?
- F. Jakou dle tebe hrají romantické komedii roli v popkultuře? Vybavíš si nějaké typické momenty z těchto filmů, romantická gesta či klasická klišé?

G. Jak vnímáš jinak romantický děj v jiných žánrech? Například romantická dramata – Twilight, Notebook, West Side Story? Jak vnímáš romantický děj ve filmech, která se netýkají lásky (Harry Potter, Hvězdné války, Avatar, akční filmy)?

3.4.4 Modelové situace z romantických komedií

Poslední sekce rozhovoru se podobala části o romantických mýtech, jelikož se opět nejednalo o klasické otázky, ale o tvrzení, na která měli respondenti reagovat. Respondenti byli seznámeni s tím, že je čeká deset modelových situací ve formě tvrzení, které pochází z pěti známých romantických komedií. Tvrzení jsou ovšem zobecněna a není řečeno z jakého filmu situace pochází, či o jaké postavy se jedná. Respondenti byli také obeznámeni s tím, že nemusí hádat, z jakého filmu situace je, ale pouze sdělit svůj názor na dané tvrzení – jakékoliv myšlenky, první reakce, zamyšlení nad romantičností či realističností situace, cokoliv.

Dané modelové situace v této sekci vychází z analýzy vybraných romantických komedií v rámci kapitoly 3.3. Byly vybrány situace, které mohou působit kontroverzně, zejména pak v kontextu romantického filmu.

- A. Žena změní svůj charakter i fyzický vzhled kvůli tomu, aby se více hodila ke svému partnerovi.
- B. Romantický vztah na pracovišti – v rámci hierarchie nadřízený X podřízený, ne mezi kolegy.
- C. Muž vyjádří lásku manželce svého nejlepšího kamaráda, kterou dlouhou dobu miluje a sleduje jen z povzdálí.
- D. Muž si může za peníze koupit lásku ženy drahými dárky a vlastnit ji tak.
- E. Pokud se muž dostatečně dlouho snaží o ženu, přestože ona nemá zájem, tak ji nakonec získá a je tím odměněn za svou trpělivost, vytrvalost a za to, že je hodný kluk („nice guy“).
- F. Forma vztahu kamarádi s výhodami, přestože jeden z nich chce mít vztah.
- G. Při popisu stejné situace, například při vyprávění kamarádům o rande, mají muži tendenci se ptát na intimnosti a ženy na romantické a materiální aspekty vztahu.
- H. Sexem posedlý muž svaluje svůj sexuální neúspěch na ženy, které o něj nemají zájem, a vnímá je pouze jako sexuální objekty.

I. Muž ženě přikazuje, jak by se měla chovat a mluvit.

J. Idealizace partnera ve vztahu – víra ve vlastní idealistickou představu o partnerovi. Člověk má idealistickou představu o partnerovi ve své hlavě, která ale není vhodnou komunikací konfrontována s realitou.

3.5 Proces sběru dat

Dle doporučení pro hloubkový rozhovor v Sedláková (2014), byly rozhovory prováděny individuálně bez přítomnosti další osob (pokud nebyl rozhovor veden na veřejném místě, například v kavárně). Lokace byly voleny v zájmu respondentů a dle možností v co nejvíce klidovém a tichém prostředí, které nabízelo možnost pro přívětivou atmosféru k rozhovoru. Pět rozhovorů bylo vedeno online s využitím platformy MS Teams, kvůli nemožnosti osobního setkání kvůli koronavirové pandemii.

Respondenti byli před rozhovorem seznámeni s průběhem rozhovoru a jeho tématem, ale nebyl jim sdělen název práce, a tudíž hlavní zkoumaná souvislost. Před zahájením rozhovoru podepsali respondenti informovaný souhlas o nahrávání rozhovoru a anonymním použití informací. Ve výzkumu nejsou použita reálná jména a respondenti jsou v rámci citací označeni čísly. Rozhovory byly v rámci osobních rozhovorů nahrávány na mobilní telefon výzkumnice. Během online rozhovorů bylo využito nahrávací funkce v aplikaci.

Rozhovory byly vedeny dle scénáře a před každou částí byly respondentovi sděleny instrukce k dané části. Zejména pro druhou a čtvrtou sekci, které neobsahují klasické otázky, ale tvrzení a modelové situace. Výzkumnice aktivně reagovala na vývoj rozhovoru a v případě nutnosti bylo pozměněno pořadí otázek či byly položeny doplňující dotazy. V některých případech výzkumnice také dovysvětlovala, upřesňovala či rozváděla otázky, pokud respondentovi nebyly jasné.

Rozhovory trvaly různě dlouhou dobu, která se zpravidla odvíjela od výřečnosti respondenta. Nejkratší rozhovor trval 12 minut a nejdelší 32 minut. Většina rozhovorů se pohybovala mezi délkou 15 a 23 minut. Ukázkou přepisů dvou rozhovorů (1 žena a 1 muž) je možné najít v příloze.

3.6 Proces analýzy dat

Jak bylo naznačeno v kapitole 3.1, přístup k datům získaných v rozhovorech odpovídal formě smíšeného výzkumu. Tudíž získaná data byla analyzována kvalitativně, pomocí hledání témat a klíčových informací, a zároveň kvantitativně, pomocí obsahové analýzy, tam kde to bylo možné.

Nahrané rozhovory byly přepsány (ukázky rozhovoru viz příloha) z důvodu jednodušší orientace v získaném materiálu. Během základní analýzy pracovala výzkumnice s daty dle jednotlivých sekcí rozhovorů. Specifické bylo pak vyhodnocení druhé sekce, která je díky použití Likertovy škály kvantitativní částí a pomocí aritmetického průměru bylo vypočteno skóre víry v romantické mýty pro jednotlivé respondenty, ale také pro každý z mýtů a celkovou průměrnou hodnotu.

V ostatních sekcích, ve kterých byla zpravidla očekávána rozsáhlejší odpověď, vybírala kvalitativně výzkumnice ty části rozhovorů, jež obsahovaly vhodně a zajímavě formulované myšlenky pro kontext této diplomové práce. Jedná se o části, které pomáhají hlouběji rozvinout informace získané kvantitativní formou, nebo se jim případně vymykají a nabízejí tak i opačný pohled na problém, než jaký ukázala většina respondentů. Tyto části rozhovorů jsou v analytické části prezentovány dle jednotlivých sekcí jako citace.

Dle doporučení Kronick (1997) pro obsahovou analýzu, systém a slovník pro analýzu byl tvořen až v jejím průběhu při procházení jednotlivých rozhovorů. Pro většinu otázek tak vznikla sada zjednodušených odpovědí, které v tomto přesném znění pravděpodobně většina respondentů nepoužila, ale jejich obsáhlejší odpověď vystihují. Například pro otázku ze třetí sekce o ztotožňování se s postavami byly obsahovou analýzou vybrány odpovědi *ano*, *spíše ano*, *spíše ne* a *ne*, které stručně zastupují respondentovu odpověď a umožňují s ní lépe kvantitativně pracovat.

Po dokončení obsahové analýzy dle jednotlivých otázek porovnávala výzkumnice výsledky i napříč sekcemi, aby našla souvislosti relevantní pro potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz.

4. ANALYTICKÁ ČÁST

4.1 Mladí dospělí a romantické komedie

První kapitola této části je věnována, oproti struktuře jednotlivých sekcí rozhovoru, konzumaci a postojům vůči romantickým komediím mladých dospělých. S řadou informací získaných v této sekci je nadále pracováno v rámci hypotéz v dalších kapitolách, a z tohoto důvodu slouží tato část jako úvod do názorů respondentů tohoto výzkumu.

Více jak třetina respondentů výzkumu označila romantické komedie za jejich oblíbený žánr, který často spojují zejména s odpočinkem a relaxací. Respondenti, kteří označili romantické komedie za svůj oblíbený žánr, je zároveň sledují často (alespoň jedenkrát do měsíce) až velmi často (alespoň jedenkrát týdně). Jedna z respondentek uvedla, že žánr romantických komedií sledují takřka denně, i když se jedná primárně o seriály a ne filmy.

„...Je to pro mě příjemná oddechovka. Když mi bylo patnáct, tak jsem to vyhledávala, protože mě to tematicky naplňovalo a vysnívala jsem si svůj budoucí život. Ted' mě to dokáže dobře odreagovat a je to pro mě únik do růžového světa, kde vše dopadne tak, jak má.“
(Respondentka 3)

Polovina respondentů má poměrně neutrální vztah k romantickým komediím. Nepovažují je za svůj oblíbený žánr, ale zároveň se jeho zhlédnutí nebrání. Pět respondentů z této kategorie má ovšem výhrady k žánru romantických komedií kvůli jejich nereálnosti, což jim kazí celkové vnímání žánru. Romantický narativ a odlehčenou komediálnost mají rádi, ale způsob zobrazování nerealistických ideálů je pro ně problematický. Většina respondentů v této kategorii sleduje romantické komedie občas (několikrát do roka) až často (alespoň jedenkrát za měsíc). Výzkumu se zúčastnili i dva respondenti, kteří žánr romantických komedií nepreferují a setkávají se s ním na občasné bázi, například při sledování filmů s přáteli či partnerkami.

„Je to pro mě relax, ale v určitý podobě můžou být škodlivý (...) Stejně jako by se člověk neměl dívat na porno, dokud nemá vlastní zkušenost. Tak tohle může být stejně destruktivní pro vztahy, protože se tam předkládá ideál, který není v téhle podobě dosažitelný.“

(Respondentka 4)

„Nemám je tolik ráda, protože mi přijde, že tyhle filmy malují svět jiný, než je, a pak mají lidi nerealistický očekávání a ovlivňuje je to v životě. Dělají rozhodnutí na základě fikce.“

Myslím, že potřebujeme víc upřímných filmů. Ale s romantikou a komedií žádný problém nemám. Ale bohužel moc reálných filmů není.“ (Respondentka 5)

Problém s nerealistickým zobrazováním vztahů v romantických komediích byl zmiňován některými respondenty spontánně již během prvního dotazu na vztah k romantickým komediím. V rámci konkrétního dotazu na realističnost romantických komedií dvě třetiny respondentů uvedli, že romantické komedie nepovažují téměř vůbec za realistické, ale věří, že určitý reálný základ v nich je.

„Jako samozřejmě je to přitažené za vlasy, ale myslím si, že tam něco je. Oni taky museli na něčem ty filmy stavět, takže je to zveličené, ale nějaký základ tam bude.“ (Respondentka 23)

Několik respondentů považuje romantické komedie za vyloženě nerealistické, ale zároveň většina z nich uznává, že je to součástí tohoto žánru. Také ovšem ale poukazují na problematičnost nerealistického zobrazování.

„Většina filmů ale není realistická, je to eskapismus. Záleží, jak je ta komedie napsaná, aby tam nebylo jen to dobrý. Ale ty když koukáš na to klišé, tak víš, že je to klišé, a nečekáš od toho realismus.“ (Respondent 21)

„Moc reálné mi nepřijdou, ale to většina filmů. Všechno, co se tam děje, je napsané podle scénáře tak, aby se ti líbilo a neodpovídá to realitě. Ani ti herci to nedají na první „take“ a ta scéna se opakuje několikrát, aby působila přesně tak, jak má. A lidi, kteří si berou příklad z romantických komedií, tak jim to vytváří problémy do budoucích vztahů.“ (Respondent 20)

Někteří respondenti uvedli, že jim přijdou romantické komedie realistické zhruba z poloviny a jedna respondentka je považuje za realistické.

„Pro mě to jako realistické je a pak to hledám sama v tom vztahu. (...) Já si myslím, že to ve vztazích tak funguje. Ačkoliv v tom našem ne. Ty věci jsou hezký a člověk chce, aby to tak bylo.“ (Respondentka 10)

Důležitým aspektem vnímání filmů je potenciální ztotožnění se s postavami. Na tomto předpokladu jsou postavené i sociálně kognitivní a kultivační teorie, dle kterých diváci napodobují chování, které vidí ve filmech. Pravděpodobnost napodobování chování se zvyšuje v případě, kdy je chování pozorováno u postavy, se kterou se divák ztotožňuje nebo na ní aspiruje (například atraktivní a populární postavy).

Většina respondentů uvedla, že se během sledování filmů do určité míry ztotožňují s postavami. Téměř polovina respondentů ovšem uvedla, že záleží na konkrétním filmu a

postavách, také na jejich aktuálním rozpoložení a životní situaci. Toto ztotožňování se s postavami je součástí teorie lítosti i teorie mood managementu (viz podkapitola 2.3.1).

„Myslím si, že je to jeden z hlavních důvodů, proč na to lidi koukají. Protože si tím buď prošli, nebo to znají anebo to berou jako nějaký ideál, který by chtěli.“ (Respondent 1)

„Já se dokážu ztotožnit i s postavama, se kterými nemám společného nikdy vůbec nic. To je taková moje nemoc. Já se koukám na seriál, se kterým nemám nic společného, a říkám si, že to bych přesně udělal taky a mám stejné pocity. (...) Je to pro mě hodně jednoduchý se s těma situacema ztotožnit.“ (Respondent 6)

Dva respondenti uvedli, že se s postavami neztotožňují vůbec a tři respondenti uvedli, že se většinou neztotožňují, jelikož nedokážou ve filmech najít jim podobné postavy.

„Ty kluci jsou většinou vykreslený jako ty ideální. I když někdy ne, někdy je ta holka zamilovaná do prince krasoně a nakonec skončí s tím normálním klukem. Ale i ty normální kluci mi přijde, že jsou moc z toho holčičího pohledu, takže je pro mě těžký se s nima ztotožnit.“ (Respondent 11)

Pro získání představy o tom, jak respondenti vnímají romantické komedie a co si pod tímto pojmem představí, jim bylo položeno několik otázek pro zkonkretizování jejich myšlenek o romantických komediích. Jednou z těchto otázek bylo vyjmenování konkrétních filmů, které se respondentovi vybaví jako romantické komedie. Otázka byla položena za předpokladu, že definice žánru není zcela jasná a každý tudíž může mít o „romantických komediích“ různé představy. Tento předpoklad se potvrdil, jelikož několik respondentů uvedlo filmy, které sice obsahují romantický narativ, ale neřadí se žánrově mezi romantické komedie. Jednalo se například o filmy *Osobní strážce*, v originále *The Bodyguard* (1992), *Dej mi své jméno*, v originále *Call Me by Your Name* (2017), či filmy na motivy knih Rosamunde Pilcher a Jane Austenové. Často byly zmiňovány i filmy o dospívání z prostředí střední školy, například *Prci, prci, prcičky*, v originále *American Pie* (1999), a *Snídaňový klub*, v originále *The Breakfast Club* (1985).

Většina respondentů ovšem uvedla filmy, které do žánru spadají. Průměrně uvedl každý respondent 2-3 konkrétní filmy. Velmi často byly zmiňované filmy, na kterých je založena čtvrtá sekce rozhovoru. Jak bylo uvedeno v metodologické části, většině respondentů byly názvy těchto filmů sděleny dopředu (výjimkou byli respondenti, se kterými byl rozhovor proveden spontánně). Nejčastěji byly zmíněny filmy *Pretty Woman* a *Kamarád taky rád* (každý byl zmíněný pětkrát). Dále byl čtyřikrát zmíněn *500 dní se Summer* a třikrát *Láska nebeská*. *Pomáda* nebyla zmíněna ani jednou.

„...a pak Pretty Woman, ale to je takový kultovní film. Mě se spíš vybaví, když se řeknou romantický komedie, nějaký béčkový filmy nebo něco s Lindsay Lohan.“ (Respondent 11)

I mimo filmy, použité v tomto výzkumu, se některé tituly opakovaly. Konkrétně pak *10 důvodů proč tě nenávidím* (1999), série filmů *50 odstínů šedi*, v originále *50 Shades of Grey* (2015-2018), *Stánek s polibky*, v originále *The Kissing Booth* (2018-2021). Často byly také zmiňovány filmy z produkce Netflixu bez uvedení konkrétních názvů. Veškeré zmíněné filmy jsou uvedeny v tabulce v příloze.

Respondenti byli také dotázáni na jejich názor na romantické komedie v rámci popkultury a reálného života a zdali si vybaví nějaké konkrétní scény či gesta, jež jsou pro žánr romantických komedií typická. Několik respondentů v rámci své odpovědi zmínilo jejich důležitost v popkultuře s ohledem na to, že jsou pro mnoho diváků zdrojem informací a představ o romantických vztazích. Jeden z respondentů také uvedl, že romantické filmy vnímá jako kompenzaci vlastních životů některých divaček, ke které se obrací kvůli nespokojenosti v realitě.

„Může nám to ujasnit představu, co od toho vztahu očekáváme. Ale zároveň nám to může dát ty představy úplně nereálné.“ (Respondent 13)

„Romantické filmy jsou taky součástí určitého kompenzačního mechanismu, hlavně pro starší ženy, pro nespokojenost v jejich vztahu. Chtějí zažít něco jiného a můžou to zažít prostřednictvím toho filmu.“ (Respondent 20)

Z romantických gest byl nejčastěji (pětkrát) zmiňovaný motiv velkolepého požádání o ruku. Okázalost činů se pak jako charakteristický spojovací prvek opakoval v mnoha odpovědích – zasílání dárků do zaměstnání, flashmoby, běh na letiště či jízda v kočáře taženým koni. Byly zmiňovány i motivy, které jsou součástí romantických mýtů – láska na první pohled, nutnost překonání překážek a boj o lásku a žili spolu šťastně až na věky.

Jeden z respondentů také uvedl jako příklad „balící hlášky“, které dle jeho názorů muži používají při seznamování se se ženami a zkouší, zdali budou fungovat stejně jako ve filmech. Vzhledem k několikrát opakovanému názoru různými respondenty, že romantické komedie mají vliv na představy a očekávání žen od vztahu, mohlo by se jednat o vhodnou strategii. K ověření její úspěšnosti ovšem nemá tento výzkum vhodná data. Zároveň je možné polemizovat o vhodnosti využívání filmových hlášek a gest z pohledu dlouhodobého vztahu, jak uvedla jedna z respondentek:

„Myslím si, že holky po tom touží, a tak se asi některý tyhle gesta odehrávají i v reálu. Ale přijde mi, že ti muži, kteří tohle dokážou, reálně nejsou tak dobrý pak v tom vztahu.“
(Respondentka 4)

Často byl zmíněn také motiv čekání před domem, konkrétně pak čekání za doprovodu hudby. Tři respondenti zmínili přímo ikonickou scénu, kdy muž drží nad hlavou reproduktory. Žádný z respondentů, ale nedokázal říct, z kterého filmu scéna pochází. Ani po sdělení, že se jedná o film *Řekni cokoliv* (1989), si film nevybavili. Tato scéna se stalo natolik známou a ikonickou, že ji znají i ti, kteří nikdy neviděli samotný film. Jeden z těchto respondentů rovnou uvedl, že neví, z jakého filmu scéna původně pochází, ale vybaví si jí díky jejímu předělání ve filmu *Panna nebo orel* (2010).

V závěru této sekce byli respondenti dotázáni na to, jak vnímají romantický narativ v jiných filmech mimo romantické komedie. Konkrétně byli požádáni o srovnání s romantickými dramaty. U romantických drama většina respondentů vnímá podobný základ, ale větší důraz na dějovou linku a pravděpodobný smutný konec. Někteří respondenti uvedli, že preferují romantická dramata před romantickými komediemi, jelikož jim přijdou realističtější a není tam předvídatelný šťastný konec. Necelá polovina respondentů odpověděla, že má rádo romantická dramata stejně či více jako romantické komedie, a tři respondenti mezi žánry nevidí rozdíl a vnímají je zcela stejně. Pět respondentů se vyjádřilo k romantickým dramatům spíše negativně. Přijdou jim ještě přehnanější a melodramatičtější než romantické komedie.

Romantický narativ v jiných filmech, jejichž hlavní dějová linie se netýká romantického vztahu mezi postavami, je všeobecně respondenty přijímán kladně. Zhruba polovině respondentů přijde určitý romantický prvek ve filmu přirozený a spíše to filmu přidá trochu náboje. Několik respondentů ovšem uvedlo výhrady k nutnosti dobrého využití tohoto narativu. Romantika jim nevádí, ale neměla by být součástí filmu nuceně. Mělo by se to hodit do filmu, aby tím byl nějak posunut hlavní příběh. Čtyři respondenti také uvedli, že vnímají zařazení romantického narativu do filmu jako způsob, jak získat širší publikum, které se může s filmem snadněji ztotožnit, jelikož se jedná o část příběhu, která je většině lidem blízká.

V průběhu celého rozhovoru nebyli respondenti konfrontováni s názvem diplomové práce, a proto neznali primární zkoumané souvislosti, tj. vliv sledování romantických komedií na postoje vůči romantickým vztahům. V rámci této sekce ovšem deset respondentů spontánně zmínilo existenci vlivu romantických komedií na představy a ideály jejich diváků.

4.2 Ideální a reálné vztahy

Druhá kapitola analytické části je zaměřena na druhou dotazovou sekci rozhovoru, do které bylo zařazeno několik proměnných z hypotéz. Ty budou následně srovnávány s daty o sledování romantických komedií a postojům vůči nim, zjištěných v předchozí kapitole. Sekce zaměřená na představy o vztazích a osobní hodnoty byla úvodní sekcí rozhovoru a měla za cíl zjistit obecné respondentovy myšlenky ohledně romantických vztahů.

V úvodu byli respondenti konfrontováni s otázkou, jak si představují ideální vztah. Ve třetině případů byl kladen důraz na to, že vztah by měl být především kamarádský. Dále byly často zmiňovány aspekty jako jsou společné zájmy, vzájemná podpora, respekt a tolerance, rozvíjení se navzájem. Odpovědi se prolínaly i s odpověďmi na otázku ohledně klíčových hodnot ve vztahu. Zde byla nejčastěji zmiňována důvěra, upřímnost a otevřenost, zároveň byl kladen důraz na komunikaci a sdílené zájmy a hodnoty.

Respondenti byli také dotázáni, co je pro ně důležité na počátku vztahu či při seznamování se s někým novým. Tento dotaz byl položen s předpokladem, že při hledání nového partnera jsou hodnoty odlišné od těch, v již trvajícím vztahu. Čtvrtina respondentů na tento dotaz uvedla jako důležitý aspekt vzhled a určitou přitažlivost (chemii, jiskru). Fyzický aspekt byl v rámci vztahových aspektů oproti tomu zmíněn pouze jednou a to v kontextu fungujícího intimního života. Nejčastěji ale byla zdůrazňována přirozená komunikace. Respondenti kladli důraz na nalezení společných témat, smyslu pro humor a otevřenost k seznamování se.

„Lhala bych, kdybych neřekla fyzickou přitažlivost. Což ale nutně neznamená, že ten člověk je konvenčně krásný. Musí být přitažlivý pro mě.“ (Respondentka 3)

„Při seznámení je to asi vzhled, protože vždycky jako první vidíš to, jak vypadá, a to tě třeba zaujme. Pak se může stát, že otevře pusku a je to takový horší samozřejmě. Ale jako první to, jak ten člověk vypadá, co má na sobě, jaký má vlasy a tak.“ (Respondent 7)

Romantické vztahy jsou zejména doménou soukromého života, ale v současné době je v naší společnosti do určité míry běžné prezentovat vztah i veřejně. Zejména pak romantické komedie mají tendenci dávat důraz na okázalost vztahů a projevů lásky. Respondenti byli proto dotázáni, jaké projevy lásky preferují osobně, ať již z pohledu páru či veřejnosti. Dvě třetiny respondentů uvedly, že jsou zastánci obojího, veřejných i soukromých projevů, a záleží na konkrétní situaci. Respektive by dle nich měla existovat určitá pomyslná hranice toho, jaké projevy a v jaké míře jsou přípustné na veřejnosti, a které by měly být už ponechané pro

soukromí. Zbýlá třetina respondentů preferuje ponechávat svůj vztah jako soukromý a jeden z respondentů preferuje veřejné projevy.

„Já si myslím, že určitě obojí. Mám ráda, i když ten člověk ukazuje lásku veřejně před okolím, před rodinou – dá mi pusku, obejmeme. Ale i to intimno je strašně důležité pro vztah. A třeba požádat o ruku bych chtěla na veřejnosti, ne v soukromí.“ (Respondentka 10)

Důležitým milníkem, a možná i pomyslným cílem, romantických vztahů je manželství. Jako cílová rovinka je prezentováno zejména v romantických komediích, kdy je celý děj filmu završen svatbou s předpokladem, že spolu žili šťastně až na věky. Ta nejtěžší fáze vztahu a pravé testování lásky ale často přichází až po svatbě, což již filmy příliš neukazují. Na základě literární rešerše byla proto formulována první hypotéza:

H1: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, mají větší víru v manželství.

Většina respondentů uvedla, že by se rádi v budoucnu³ vdali či oženili. Čtyři z těchto respondentů nebyli vysloveně rozhodnutí, ale vnímají svatbu jako přirozenou součást života, ke které také eventuálně dospějí. Aktuálně se ovšem nad manželstvím nezamýšlejí, ale ani nejsou jeho odpůrci. Dvě respondentky uvedly, že svatbu ve své budoucnosti nutně nevidí a dokážou si představit dlouhodobý romantický vztah i bez ní.

„Záleží, jak si člověk nastaví svoje hodnoty. Nutně bych to nepotřebovala, ale mně se hrozně líbí svatby. Mít tu svatbu a ten den jen o vás dvou. Ale myslím si, že manželství by nemělo nic změnit a furt by to měl být ten samý vztah.“ (Respondentka 5)

„Myslím si, že hlavně pro holky je to důležité, že mají tu představu o těch bílých šatech. Ale nevím, jestli se to pak většinou naplní. Jako jasně, mají nějakého toho chlapa, kterýho milujou, a chtějí si ho vzít a zpečetit se to svatbou. Ale zajímalo by mě, jestli to naplní ty jejich dětský princeznovský očekávání, který si celý život plánují.“ (Respondent 11)

„Tohle je takový, že to vidím všude kolem sebe a je to tak zakořeněný ve společnosti, že předpokládám, že ano, že si jednou někdy někoho vezmu. Ale nevím.“ (Respondent 21)

Vyšší diverzita odpovědí se ale objevila ohledně předpokladu, zdali je manželství svazkem na celý život. V tomto případě se objevilo více skeptických odpovědí, kdy tři respondenti v dnešní době již neberou manželství jako celoživotní svazek a čtyři respondenti jsou si jeho celoživotním trváním nejistí. Více jak polovina respondentů uvedla, že věří, že je manželství svazkem na celý život, ale mnoho z nich hodnotilo svou víru jako optimistickou.

³ Součástí výzkumu byli i respondenti, kteří již jsou v manželském svazku či jsou aktuálně zasnoubení. Pro většinu respondentů se ovšem jednalo o předpoklad do budoucna.

Řada respondentů také dodávala, že v moment svatby pochopitelně věří v celoživotní svazek, ale realisticky si uvědomují, že se v budoucnu může cokoliv změnit. Dva respondenti také uvedli, že je pro ně celoživotní závazek klíčovým aspektem manželství. Pokud by si měli někoho brát, chtějí, aby se opravdu jednalo o vztah na zbytek života.

Tabulka 1 – Srovnání postojů vůči manželství s mírou sledování romantických komedií a postoji vůči nim

R		Manželství	Celoživotní svazek	Vztah k romcom	Sledování
1	M	ano	ano	oblíbený žánr	často
2	M	spíš ano	ano	nic moc	občas
3	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	často
4	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	často
5	Ž	ano	ne	OK*	často
6	M	ano	ne	OK	často
7	M	ano	ano velmi	OK	občas
8	Ž	ano	ano	OK*	občas**
9	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	velmi často
10	Ž	ano	ano velmi	oblíbený žánr	velmi často
11	M	spíš ano	ano	OK	občas
12	M	ano	ano	OK	občas
13	M	spíš ano	spíš ne	OK	občas
14	Ž	ano	spíš ne	oblíbený žánr	často
15	Ž	ano	ano	OK*	často
16	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	velmi často
17	Ž	spíš ne	ne	OK	často
18	Ž	spíš ne	spíš ne	oblíbený žánr	občas
19	M	ano	spíš ano	OK*	často
20	M	ano	ano	OK	občas**
21	M	spíš ano	ano	OK*	občas
22	M	ano	ano	nic moc	občas
23	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	často**

R= číslo respondenta; M = muž; Ž = žena

*Respondent má výhrady k realističnosti žánru.

**Respondent sledoval romantické komedie více v minulosti (v období dospívání).

V tabulce 1 je možné najít srovnání odpovědí respondentů na dotazy ohledně manželství a ohledně sledování romantických komedií a vztahu k nim. Barevně jsou pak zvýrazněné odpovědi respondentů, kteří nemají zájem o manželství, respektive nepovažují manželství za celoživotní závazek. Na základě tabulky můžeme pozorovat, že se jednalo primárně o

respondentky. Ti, kteří uvedli, že neberou manželství jako celoživotní svazek, mají neutrální vztah k romantickým komediím (jedna respondentka je ale vnímá jako nerealistické) a sledují je často. Dva z těchto respondentů by i navzdory této víře sami svatbu chtěli. I další respondenti, kteří vyjádřili nejistotu ohledně vstoupení do manželství a o jeho dlouhodobého trvání, označili romantické komedie jako svůj oblíbený žánr a sledují je často. H1 tudíž nelze potvrdit. Přestože většina respondentů se vyjádřila pozitivně ohledně svatby i celoživotního trvání manželství, data získaná z výzkumu neukazují na korelaci s množstvím sledování romantických komedií. Naopak respondenti, kteří nepreferují žánr romantických komedií a nesledují je často, uvedli vůli vstoupit do manželství a víru v manželství jako celoživotní svazek.

Jedním z hlavních vlivů romantických komedií je normalizace a šíření genderových stereotypů. Ty je možné chápat v rámci stereotypních předpokladů chování a charakterových vlastností jednotlivých genderů, ale také jako rozdělení rolí v romantickém vztahu. Romantické komedie svou strukturou děje podporují tezi, že muž by měl být iniciátorem vztahu a ženu si vybojovat. V současné době, kdy je již kladen větší důraz na feministické hodnoty a rovnost genderů, to již ale nemusí být samozřejmostí a genderová očekávání ve vztahu mohou být odlišná. I tak se filmy ale nadále povětšinou drží zaběhlých stereotypů, na kterých je postavena druhá hypotéza:

H2: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou zastánci tradičních genderových rolí.

Pro upřesnění otázky bylo respondentům uvedeno jako příklad tradiční genderové role očekávání, že muž je iniciátorem vztahu. Dvě třetiny respondentů uvedli, že nejsou zastánci tradičních genderových rolí ve vztahu a přijdou jim tato rozdělení v dnešní době již zastaralá a přežitá. Mezi těmito respondenty se nacházela naprostá většina mužských respondentů. Dva muži uvedli, že souhlasí s tradičními genderovými rolemi ve vztahu, ale jen v určitých situacích a za určitých podmínek. Respondenti také viděli rozdíl mezi genderovými rolemi při iniciaci vztahu a genderovými rolemi v rámci dlouhotrvajícího vztahu, jehož součástí je například i péče o společnou domácnost. Kromě dvou zmíněných mužských respondentů vyjádřilo podobný názor na tradiční genderové role i pět respondentek. Tradiční rozdělení genderových rolí preferují zejména v začátku vztahu, jelikož očekávají první krok od muže. Zároveň několik z nich uvedlo svoji preferenci jako paradoxní vůči jiným jejich hodnotám. Někteří respondenti jsou zastánci genderových rolí i v rámci dlouhodobého vztahu, ale myslí

si, že by role měly být rozděleny vyrovnaně a výrazně více nezatěžovat nikoho z páru. Jedna respondentka uvedla, že je plně zastánkyní tradičních genderových rolí ve vztahu.

„Je to paradoxní (...) Pro mě jsou tyhle role trochu zastaralé, ale pak se v nějakých momentech mohu přistihnout, kdy tohle rozložení rolí očekávám. Třeba u toho seznamování očekávám, že ten první krok iniciuje ten muž. Takže jsem v tomhle trochu pokrytec.“
(Respondentka 3)

„Pokud jde o iniciaci, tak tam to tak cítím. Ne protože bych si z přesvědčení myslela, že to muži mají dělat, ale protože já sama toho nejsem schopná. Pokud to ten muž neinicuje, tak já do toho nejdu, i když to není moje přesvědčení. A nemyslím si, že je to dobře, protože pak jsou z toho ti muži ve stresu a jsou pod tlakem, zejména v pubertě a na začátku vztahu.“
(Respondentka 18)

„Já nemám ráda stereotypy genderových rolí, ale asi je to trochu pokrytecké, ale asi bych nesnesla, kdybych měla požádat manžela o ruku já. Na rande bych ho pozvala, ale mám tam i tu hranici. Jinak ale máme velmi vyvážený vztah.“ (Respondentka 4)

Tabulka 2 – Srovnání postojů vůči tradičním genderovým rolím ve vztahu s mírou sledování romantických komedií a postoji vůči nim

R		Genderové role	Vztah k romcom	Sledování
1	M	ne	oblíbený žánr	často
2	M	ne	nic moc	občas
3	Ž	ano***	oblíbený žánr	často
4	Ž	ano***	oblíbený žánr	často
5	Ž	ne	OK*	často
6	M	ne	OK	často
7	M	ne	OK	občas
8	Ž	ano***	OK*	občas**
9	Ž	ne	oblíbený žánr	velmi často
10	Ž	ano	oblíbený žánr	velmi často
11	M	ne	OK	občas
12	M	ne	OK	občas
13	M	ne	OK	občas
14	Ž	ano***	oblíbený žánr	často
15	Ž	ne	OK*	často
16	Ž	ne	oblíbený žánr	velmi často

17	Ž	ne	OK	často
18	Ž	ano***	oblíbený žánr	občas
19	M	ano***	OK*	často
20	M	ano***	OK	občas**
21	M	ne	OK*	občas
22	M	ne	nic moc	občas
23	Ž	ne	oblíbený žánr	často**

R= číslo respondenta; M = muž; Ž = žena

*Respondent má výhrady k realističnosti žánru.

**Respondent sledoval romantické komedie více v minulosti (v období dospívání).

***Respondent do určité míry souhlasí s tradičním rozdělením genderových rolí, ale pouze v určitých situacích.

V tabulce 2 můžeme vidět srovnání odpovědí na dotaz ohledně tradičních genderových rolí s dotazem ohledně sledování a oblíbenosti žánru romantických komedií. Barevně vyznačeny byly odpovědi, které souhlasily (většinou s výhradami, respektive primárně během iniciace vztahu) s tradičním rozdělením genderových rolí v romantickém vztahu. Respondenti, kteří uvedli, že souhlasí s tradičními genderovými rolemi, většinou označily romantické komedie za jejich oblíbený žánr a sledují je často. Zároveň je ovšem ale i několik respondentů, kteří jsou také fanoušky romantických komedií a sledují je často, ale vůči genderovým rolí ve vztahu se vyhranili jako ke zastaralému konceptu. Korelaci mezi sledováním romantických komedií a vírou v tradiční genderové role, kterou vymezuje H2, nelze na základě dat z výzkumu potvrdit.

Dle teoretické rešerše je nejvýraznějším vlivem romantických komedií idealizace. Idealizace může mít v rámci vztahu nepřeberné množství podob a do určité míry se zejména v počátku může objevit v každém vztahu. Značné množství vztahů tuto počáteční fázi překoná a ustojí, ale v mnoha případech může vést idealizace k nereálným očekáváním, které vyústí ve zklamání a nespokojenost ve vztahu. Idealizaci je možné podpořit srovnáváním vlastního života s tím, co vidáme ve filmech. Velký vliv může mít proto sledování filmů na vytváření si očekávání zejména v případě vztahů dospívajících, které mohou filmy ovlivnit nejen ze stránky romantické, ale také intimní.

Stejně jako by se člověk neměl dívat na porno, dokud nemá vlastní zkušenost. Tak tohle může být stejně destruktivní pro vztahy, protože se tam předkládá ideál, který není v téhle podobě dosažitelný.“ (Respondentka 4)

Reprezentace intimních vztahů také není v současné době pouze doménou pornografie, ale setkáváme se s nimi velmi často i v rámci romantických komedií. Sexuální chování je ve filmech často vyobrazeno i zmiňováno a může vést k nespokojenosti s vlastním intimním

životem diváka, ať již z hlediska kvality, tak i kvantity, oproti tomu, co vidí na obrazovce. Na tomto základě byla formulována třetí hypotéza:

H3: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, jsou nespokojeni v reálných vztazích.

V rámci rozhovoru byl zvlášť položen dotaz ohledně nespokojenosti ve vztahu následkem nenaplněných očekávání a zvlášť dotaz ohledně nespokojenosti s intimním životem. Většina respondentů uvedla, že mají ve svém životě zkušenost s nespokojeností ve vztahu v souvislosti s nesplněnými očekávanými. Respondenti, kteří uvedli, že spíše takovou nespokojenost ve svém životě nepozorovali, sdělili i důvody, proč k tomu nedošlo. Dva respondenti se snaží proaktivně nespokojenosti předcházet dostatečnou komunikací, zatímco jedna respondentka snižuje svá očekávání, aby předešla zklamání, a jeden respondent nemá zkušenost s dostatečně dlouhým vztahem.

Nejčastějším důvodem zklamání z nesplněných očekávání byl osobnostní vývoj jednoho či obou z páru. Tento faktor byl zmiňován primárně ve spojení s vývojem v období dospívání. Vývoj souvisí také se změnou v osobních hodnotách a zálibách. Někteří respondenti zmiňovali věkový vývoj i naopak v kontextu stagnace vztahu, kdy oni se posouvali dál, ale vztah zůstával stejný a byl brán jako samozřejmost. Dalším velmi zmiňovaným důvodem byl nedostatek komunikace, neupřímnost a nereálná očekávání od vztahu (například víra v to, že ve vztahu je možné toho druhého změnit). Několik respondentů také uvedlo, že ve vztahu nedostávali tolik snahy, pozornosti či lásky, jakou sami do vztahu vkládali a očekávali nazpět.

„Myslím si, že je to běžná věc a je to většinou i důvod rozvodů, že prostě ty lidi mají nějaké ideály a pocity, ale asi se ve výsledku neznají dostatečně dobře a dojde ke zklamání. Hodně to záleží na osobním vývoji člověka, já byl dřív úplně jiný a měl jsem jiné hodnoty než teď.“ (Respondent 1)

V případě nespokojenosti s intimním životem se odpovědi více lišily. Více než polovina respondentů přiznala, že zažila nespokojenost s kvalitou či kvantitou svého intimního života. Zbytek respondentů nespokojenost v této oblasti nikdy nepozoroval. Ve většině případů se jednalo o nespokojenost v období, kdy nebyli ve vztahu a jednalo se tedy zejména o nespokojenost s kvantitou. Některé respondentky také uvedly, že si nespokojenost uvědomily až zpětně ve chvíli, kdy zjistily, že můžou být i spokojenější. Další respondentky pak identifikovaly nespokojenost samy se sebou, a ne s partnerem.

Tabulka 3 – Srovnání nespokojenosti ve vztahu a v intimním životě s mírou sledování romantických komedií a postoji vůči nim

R		Nespokojenost ve vztahu	Nespokojenost s intimitou	Vztah k romcom	Sledování
1	M	ano	ano	oblíbený žánr	často
2	M	ano	ano	nic moc	občas
3	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	často
4	Ž	spíše ne	ne	oblíbený žánr	často
5	Ž	spíše ne	ano	OK*	často
6	M	ano	ne	OK	často
7	M	ano	ano	OK	občas
8	Ž	ano	ano	OK*	občas**
9	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	velmi často
10	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	velmi často
11	M	spíše ne	ne	OK	občas
12	M	ano	ano	OK	občas
13	M	ano	ano	OK	občas
14	Ž	ano	ne	oblíbený žánr	často
15	Ž	ano	ano	OK*	často
16	Ž	ano	ne	oblíbený žánr	velmi často
17	Ž	ano	ano	OK	často
18	Ž	ano	ano	oblíbený žánr	občas
19	M	ano	ne	OK*	často
20	M	spíše ne	ano	OK	občas**
21	M	ano	ne	OK*	občas
22	M	ano	ne	nic moc	občas
23	Ž	ano	ne	oblíbený žánr	často**

R= číslo respondenta; M = muž; Ž = žena

*Respondent má výhrady k realističnosti žánru.

**Respondent sledoval romantické komedie více v minulosti (v období dospívání).

V tabulce 3 je možné vidět srovnané odpovědi na dotazy ohledně nespokojenosti ve vztahu a s intimitou s dotazy ohledně sledování romantických komedií. Barevně vyznačeny jsou odpovědi respondentů, kteří nemají zkušenost s nespokojeností ve vztahu či s intimním životem. V případě nespokojenosti ve vztahu jsou vyznačeny odpovědi „spíše ne“, jelikož žádný z respondentů neopověděl s jistotou, že by absolutně nikdy nezažil nespokojenost. Odůvodnění těchto odpovědí jsou zmíněna výše. Tito respondenti mají povětšinou neutrální vztah k romantickým komediím a sledují je občas až často. Respondenti, kteří uvedli, že

nepozorovali ve svém životě nespokojenost se sexualitou, zastupují celou škálu možných odpovědí. Jsou mezi nimi respondenti, kteří jsou fanoušky romantických komedií a sledují je velmi často, ale i respondenti, kteří romantické komedie příliš nemusí a sledují je jen občas. Na základě těchto dat tudíž není možné potvrdit H3, tj. souvislost mezi sledováním romantických komedií a nespokojeností ve vztahu. Na základě zdůvodnění odpovědí respondentů je možné vidět, že příčiny nespokojenosti většinou vycházely z jiných důvodů.

4.3 Romantické mýty

Romantické mýty jsou jedny z hlavních „pohádkových“ motivů, které si diváci mají tendenci odnášet do reálného života. Podrobněji jsou romantické mýty popsány v podkapitole 2.3.4.2. Na jejich základě byla formulována čtvrtá hypotéza:

H4: Lidé, kteří sledují více romantických komedií, více věří romantickým mýtům.

Romantické mýty byly pro účely rozhovoru formulovány do tvrzení, které měli respondenti ohodnotit na Likertově škále od 1 do 5, dle toho, jak moc jim věří a přijdou jim realistické. Jednotlivá tvrzení jsou v tabulce označeny jako A-F dle tohoto pořadí:

- A. Lásky na první pohled existuje.
- B. Lásky je slepá a nevidí nedostatky.
- C. Lásky překoná veškeré překážky.
- D. Spřízněné duše existují.
- E. Pravá láska do konce života. Žili spolu šťastně až na věky.
- F. Ideální partner dokáže vyčíst pocity a potřeby toho druhého.

Tabulka 4 – Srovnání výsledků sekce 2 s mírou sledování romantických komedií a postoji vůči romantickým komediím

R		A	B	C	D	E	F	∅	Vztah k romcom	Sledování	Realističnost	Ztotožnění
1	M	4	3	5	5	5	3	4,2	oblíbený žánr	často	spíš ne	ano
2	M	5	4	3	5	4	3	4,0	nic moc	občas	spíš ne	ne
3	Ž	2	4	3	2	3	4	3,0	oblíbený žánr	často	spíš ne	spíš ano
4	Ž	3	2	4	5	4	5	3,8	oblíbený žánr	často	spíš ne	spíš ano
5	Ž	5	4	1	5	5	5	4,2	OK*	často	vůbec	spíš ano
6	M	4	4	3	5	3	4	3,8	OK	často	spíš ne	ano
7	M	4	4	3	5	2	3	3,5	OK	občas	vůbec	spíš ano
8	Ž	2	5	4	5	5	3	4,0	OK*	občas**	spíš ne	ano
9	Ž	5	5	2	4	4	2	3,7	oblíbený žánr	velmi často	vůbec	ano
10	Ž	5	4	3	4	4	5	4,2	oblíbený žánr	velmi často	ano	ano
11	M	3	4	5	4	1	2	3,2	OK	občas	spíš ne	spíš ne
12	M	4	2	4	5	4	5	4,0	OK	občas	spíš ne	spíš ano
13	M	3	3	2	4	2	4	3,0	OK	občas	spíš ne	spíš ano
14	Ž	5	3	4	5	2	4	3,8	oblíbený žánr	často	spíš ne	ano
15	Ž	5	1	1	5	5	3	3,3	OK*	často	spíš ne	spíš ano
16	Ž	5	2	3	4	4	5	3,8	oblíbený žánr	velmi často	napůl	ano
17	Ž	2	2	1	4	4	5	3,0	OK	často	spíš ne	spíš ne
18	Ž	1	3	5	3	5	4	3,5	oblíbený žánr	občas	spíš ne	ne
19	M	4	5	3	5	2	4	3,8	OK*	často	spíš ne	spíš ano
20	M	3	1	1	4	3	3	2,5	OK	občas**	spíš ne	spíš ano
21	M	1	2	1	1	1	3	1,5	OK*	občas	vůbec	spíš ano
22	M	4	4	2	5	5	5	4,2	nic moc	občas	napůl	spíš ano
23	Ž	5	3	4	5	5	5	4,5	oblíbený žánr	často**	spíš ne	spíš ne
∅		3,7	3,2	2,8	4,3	3,6	3,9	3,6				

R= číslo respondenta; M = muž; Ž = žena

*Respondent má výhrady k realističnosti žánru.

**Respondent sledoval romantické komedie více v minulosti (v období dospívání).

V tabulce 4 je možné vidět v levé části hodnocení jednotlivých romantických mýtů respondenty, sloupec s průměrnou hodnotou pro každého respondenta a v pravé části srovnání s odpověďmi na dotazy ohledně sledování romantických komedií a postojům vůči nim. Poslední řádek tabulky 4 je průměrnou hodnotou pro jednotlivé mýty. Žlutě vyznačená hodnota je průměrnou hodnotou víry v romantické mýty, tj. 3,6 (v rámci škály 1-5). Dále jsou v tabulce

barevně vyznačeny nejvyšší a nejnižší průměrné hodnoty mýtu a také respondenti s nejvyšším a nejnižším hodnocením víry v romantické mýty.

Nejvyšší průměrnou hodnotu, 4,3, získal romantický mýtus D o existenci spřízněných duší. Tento mýtus velké množství respondentů označovalo bez přemýšlení hodnotou 5 a již během rozhovorů tento konkrétní mýtus vynikal nad ostatní. Nejnižší průměrnou hodnotu, 2,8, získal mýtus C, který tvrdí, že láska překoná všechny překážky. Tvrzení s druhým nejvyšším průměrným hodnocením, 3,9, bylo tvrzení F (ideální partner dokáže vyčíst pocity a potřeby druhého), které není součástí původních romantických mýtů definovaných Ann Swindler (2001). Tvrzení bylo přidáno na základě literární rešerše, ze které vzešla výrazná idealizace romantického partnera v romantických komediích, jenž předpokládá až nadpřirozené pouto ve vztahu, díky kterému je možné se zachovat vždy tak, jak si druhý přeje. V realitě je pro tuto možnost ale důležitá důsledná komunikace, jak i jedna respondentka okomentovala svoje číselné hodnocení:

„Asi 3, protože je tam důležitá komunikace, všechno nedokáže člověk vyčíst.“
(Respondentka 15)

V tabulce 4 jsou označeny dle barevných odstínů nejvyšší (oranžová barva) a nejnižší (modrá barva) průměrné hodnoty respondentů. Nejvyšší průměrnou hodnotu víry v romantické mýty získala respondentka 23 se skóre 4,5. Nadprůměrné skóre získalo i dalších 11 respondentů, z toho 7 z nich rovno nebo vyšší 4. Mezi těmito respondenty je několik fanoušků romantických komedií, kteří je sledují často až velmi často. Zároveň ale tyto vysoká skóre získali oba respondenti, kteří nepreferují žánr romantických komedií a sledují je pouze občas. Nejnižší získané průměrné skóre bylo 1,5 respondenta 21. Skóre nižší nebo rovno 3 získali ještě další 4 respondenti. Většina těchto respondentů uvedla, že má neutrální vztah k romantickým komediím, jedna z respondentek je označila i za oblíbený žánr. Přestože tedy v některých případech je možné pozorovat korelaci mezi vysokou vírou v romantické mýty a sledování a přístupem k romantickým komediím (například respondentka 10 a respondent 1), nejedná se o pravidlo, jelikož vysokého skóre víry dosáhli i respondenti, kteří nemají k romantickým komediím vřelý vztah (respondenti 2 a 22). H4 tudíž není možné na základě dat z výzkumu potvrdit.

4.4 Filmové situace versus realita

Poslední sekce rozhovoru byla věnována modelovým situacím založených na analyzovaných filmech z kapitoly 3.3. Respondenti byli požádáni o jejich reakci a stanovisko k chování filmových protagonistů v daných situacích. V rámci obsahové analýzy byly odpovědi respondentů kódovány do tří kategorií, jež jsou ilustrovány v tabulce 5 – pozitivní a souhlasný názor, neutrální názor, negativní a nesouhlasný názor. Situace v tabulce 5 jsou označeny stejnými písmeny jako ve scénáři rozhovoru.

Tabulka 5 – Přehled hodnocení modelových situací dle počtu respondentů s daným názorem

	✓	θ	✗
Situace A	3	3	17
Situace B	7	8	8
Situace C	1	5	17
Situace D	0	11	12
Situace E	5	5	13
Situace F	3	7	13
Situace G	11	0	12
Situace H	0	2	21
Situace I	0	5	18
Situace J	20	0	3

✓ = pozitivní hodnocení, souhlasný názor; θ = neutrální názor; ✗ = negativní hodnocení, nesouhlasný názor

První situace se zabývala změnou charakteru i fyzického vzhledy ženy kvůli jejímu partnerovi. Toto chování většina respondentů odsoudila z důvodu, že každý by měl být sám sebou. Několik respondentů dodalo, že dle nich nemá smysl se měnit kvůli partnerovi v již existujícím vztahu, jelikož daný partner vstupoval do vztahu právě kvůli osobnosti či vzhledu partnerky a takovou ji tudíž s velkou pravděpodobností chce. Někteří respondenti uvedli, že změna ve vztahu jim přijde do určité míry přirozená, jelikož se partneři navzájem ovlivňují, ale jednostranná kompletní změna je extrémním případem. Zároveň ale někteří respondenti označili situaci za reálné chování, které se bohužel ve vztazích děje.

Situace B obecně popisovala romantický vztah na pracovišti mezi pracovníky, kteří jsou v přímé pracovní hierarchii nadřízený – podřízený. Jednalo se o tvrzení s nejvyrovnanějším rozprostřením názorů, ke každé kategorii se přiklonila třetina respondentů. Nejčastějším důvodem kritiky této situace bylo zneužití moci z pozice nadřízeného a neprofesionálnost tohoto chování. Část skupiny respondentů, která označila situaci kladně, ale priznala možnost výskytu problému a komplikovanost dané situace. Jako komplikovanou

hodnotili situaci také respondenti, kteří se uchýlili k neutrálnímu hodnocení, dle kterých je tato situace i v realitě velmi běžná a záleží na okolnostech konkrétního případu.

„Asi to může fungovat, ale nese to s sebou nějaká rizika, které ty filmy většinou už neukazují. To je to, co se děje až po titulcích. Třeba to, co na to pak řeknou kolegové, je to asi potřeba nějak řešit.“ (Respondentka 4)

Další situace popisovala ikonickou scénu z filmu *Láska nebeská*, ve které muž vyjádří lásku manželce svého nejlepší kamaráda, do které je již dlouho dobu zamilovaný. Mnoho respondentů dokázalo v tomto případě identifikovat, o který film se jedná. Zároveň většina respondentů toto chování hodnotila negativně. Část respondentů muže vysloveně za jeho chování odsoudila a označila jej jako zradu vůči kamarádovi a nepříjemnou situaci pro manželku. Jiní respondenti sice chování nepovažují za správné, ale vyjádřili s mužem určitou empatii, kdy je jeho situace politování hodná, ale na vyznání lásky je již pozdě. Respondenti, kteří označili situaci neutrálně, většinou vyjádřili pochopení pro situaci a myslí si, že by muž neměl držet své city v sobě, ale zároveň chápou komplikovanost situace. Jeden respondent, jenž rozpoznal, o jakou konkrétní scénu se jedná, s chováním ve scéně souhlasí a považuje ji za romantickou.

V rámci situace, která tvrdí, že si muž může koupit lásku ženu drahými dárky, se respondenti rozdělili rovnoměrně na zastánce neutrálního a negativního postoje vůči tomuto chování. Respondenti, kteří zvolili neutrální hodnocení situace jej zdůvodňovali hodnotami daného páru, kdy někteří mohou mít na této dynamice postavený vztah a může jim fungovat. Zastánci negativního hodnocení kritizovali zejména to, že se v tomto případě nejedná o lásku, ale muž si svými penězi kupuje pouze pozornost a chtíč dané ženy. Zároveň většina respondentů z obou kategorií zastávala názor, že není možné nikoho ve vztahu vlastnit.

„Záleží na hodnotách, ale to si člověk nekupuje lásku. Kupuje si spíš ten společný čas a pozornost.“ (Respondentka 3)

Situace E, které prezentovala postavu tzv. „nice guy“ neboli hodného kluka a jeho vytrvalého snažení se o ženu, kterou si dle jeho názoru zaslouží. Tři respondenti v rámci své odpovědi identifikovali motiv postavy hodného kluka. O tomto motivu se vyjádřili kriticky, jelikož nepovažují „hodného“ kluka za doopravdy hodného, ale spíše sobeckého. Tito respondenti, a další 10 respondentů, hodnotí chování negativně. Respondenti hodnotí situaci jako nereálnou nebo takovou, ke které by docházet nemělo, jelikož by měli lidé věřit svému počátečnímu úsudku. Dlouhodobým snažením jim žena přijde do vztahu nucená a je mužem otravovaná. Pět respondentů označilo chování i jako kladné. Většina z těchto respondentů byli

muži, kteří uvedli, že by byli rádi, kdyby to takto fungovalo anebo s tím mají osobní dobrou zkušenost. Jedna respondentka naopak hodnotila toto chování jako romantické a imponovalo by jí.

„Já mám strach, že to je přesně to, co se promítá do reálného života. Mám kolem sebe víc než jednoho člověka s názorem, že oni jsou ti hodní kluci a trpí komplexem hlavní postavy a vůbec neřeší to, že ona to tam nevidí. (...) Tohle je přesně ten popkulturní nebezpečný přesah.“ (Respondentka 4)

Další situace se opět věnovala obecnému popisu typu vztahu, konkrétně kamarádství s výhodami. V rámci tohoto tvrzení odpovídali respondenti většinou stručně. Více než polovina respondentů si myslí, že tento typ vztahu nemůže fungovat, jelikož vždy jeden z páru začne něco cítit a buď to přeroste v oficiální romantický vztah nebo je jeden z páru emočně zraněn. Zbylí respondenti si myslí, že záleží na okolnostech konkrétního vztahu. Celkově se respondenti shodli, že se jedná v dnešní době o běžný typ vztahu.

„Tohle podle mě úplně nemůže fungovat jako kamarádi s výhodami. Pokud spolu tráví svůj volný čas, jsou spolu rádi a k tomu spolu spí, tak to nejsou kamarádi, to je prostě vztah. A pokud se jen občas potkají v baru, opijou se a vyspí se spolu, tak si jen nějak vypomůžou, ale nejsou kamarádi.“ (Respondentka 15)

Také situace G byla hodnocena poměrně stručně a respondenti se rozdělili rovnoměrně do kategorií pozitivní a negativního názoru dle toho, jak souhlasili či nesouhlasili s tvrzením. Tato situace popisovala stereotypní předpoklad, kdy se muži kamarádů ohledně vztahů vyptávají na intimnosti a ženy naopak na romantické a materiální aspekty vztahu. Polovina respondentů v obou názorových kategoriích mimo svůj souhlas či nesouhlas s tvrzením také označila tvrzení za stereotypní. Několik respondentů, kteří s tvrzením nesouhlasí také uvedli, že si myslí, že je to v realitě spíše naopak a ženy se baví o intimnostech více než muži.

„Upřímně tyhle věci jsem s kámošema nikdy moc neřešil. Samozřejmě člověk se k tomu nějak přimotá třeba v hospodě a pak asi jo. Ale já si myslím, že ono to ty chlapy ani tolik nezajímá, že oni se na ty sprostárny ptají, protože prostě je to sranda se na to ptát. Ale ve výsledku je ti to vlastně jedno, co ten kámoš s tou holkou dělal. A možná je to i trochu součást té pózy ve skupině, že chlapy mají řešit tohleto.“ (Respondent 11)

Nejvíce negativně hodnocenou situací byla situace H, která popisovala muže, který ze svého neúspěchu u žen viní právě ty ženy, které o něj nemají zájem. Dva respondenti

identifikovali tohoto muže jako incela, neboli muže v nedobrovolném celibátu⁴. Tuto situaci nedokázal žádný z respondentů identifikovat a někteří se během rozhovoru doptávali, z jaké romantické komedie tato situace pochází. Obecně hodnotila většina respondentů chování muže jako nevhodné a jako jeho vnitřní problém.

Další situace prezentovala dominantní dynamiku vztahu, kdy muž ženě přikazuje, jak by se měla chovat a mluvit. Několik respondentů zvolilo neutrální odpověď, jelikož dle nich záleží právě na dynamice konkrétního vztahu a některým párům může toto rozložení sil vyhovovat. Tento názor zmínili i dva respondenti, kteří ale měli k chování negativní přístup. Většina respondentů chování odsoudila jako nevhodné a někteří jej i označili za psychické týráni. Zároveň několik respondentů zmínilo, že toto chování může často probíhat i naopak kdy žena přikazuje muži, co by měl dělat.

Poslední situace byla naopak nejvíce pozitivně hodnocenou situací. Tvrzení se věnovalo obecně konceptu idealizace partnera ve vztahu a nedostatečné komunikaci, kvůli které nejsou ideály konfrontovány s realitou. Většina respondentů označila toto chování za reálné a velmi časté na počátku vztahu. Mnoho respondentů ale také dodalo, že přestože je idealizace na začátku vztahu přirozená, může to vést snadno ke zklamání. Z tohoto důvodu také zdůrazňovali nutnost komunikace.

„Myslím si, že se to stává hrozně často na základě všech těchto narativů kolem nás. Člověk má potřebu si furt vymýšlet příběhy a vtěsnat svoji představu do popkulturní reality. (...) Bud' se s tím člověk smíří, že to není tak důležitý, nebo se může ten partner strašně snažit, aby tu fantazii nahradil, ale musí to být hrozně těžký a vytváří to velký tlak na něj.“
(Respondentka 4)

Tři respondenti se vůči této situaci vymezili negativně a každý pohlížel na situaci trochu odlišně. Jeden z respondentů zmínil idealizaci partnera, která může mít i reálně nebezpečné následky, pokud si člověk dostatečně včas nepřizná realitu. Tato situace může nastávat například v případech domácího násilí, kdy oběť není schopna vidět, co se reálně děje.

Další respondentka pak extrémně zdůraznila důležitost komunikace, jelikož považuje za naivní mít určité ideály a nekomunikovat je a zároveň předpokládat, že se vyplní. Respondentka také uvedla, že vnímá toto chování daleko více u žen.

⁴ Incel, vycházející z anglické zkratky involuntary celibate, neboli nedobrovolný celibát, je označení pro lidi (většinou muže), kteří nedokáží navázat sexuální a romantické vztahy. Jedná se o subkulturu působící zejména v zemích Severní Ameriky a jejími hlavními projevy je misogynie, sexismus a odpor vůči sexuálně úspěšným mužům a ženám obecně. Skupina se vyznačuje toxickou maskulinitou a sklony k násilí (Beauchamp, 2019).

„Pokud ta žena nic neřekne a má jen svou představu v hlavě, tak je to její chyba. A myslím, že ženy zejména očekávají styly chování a reakce na situace od chlapů. Mají to podle mě zblbnutý z těch filmů a očekávají nějaké reakce, které nemají naplněné. Myslím, že se to děje ženám častěji, jelikož jsou více zasažené romantickými filmy.“ (Respondentka 9)

Poslední z těchto respondentů naopak nevidí žádný benefit v idealizaci, jelikož je spokojený se svým vztahem takový, jaký je. Z vnějšího pohledu je ovšem těžké určit, zdali se právě ale nejedná o určitou mírou idealizace.

„Já nevím, já mám ideální přítelkyni, která je nejlepší taková, jaká je, takže já nemám žádnou představu, jak by ona měla fungovat. Prostě ji беру takovou, jaká je, a takovou, jakou jsem si ji našel.“ (Respondent 1)

Tato sekce rozhovoru bylo použita za účelem potvrzení či vyvrácení páté hypotézy:

H5: Diváci romantických komedií mají tendenci idealizovat a romantizovat chování protagonistů romantických komedií během sledování těchto filmů.

Na základě tabulky 5 a konkrétních odpovědí respondentů je možné tuto hypotézu potvrdit. Ve chvíli, kdy bylo nevhodné a toxické chování vytrženo z kontextu romantických komedií, bylo povětšinou hodnoceno respondenty negativně či diskutabilně. Zároveň neutrální a realistické chování (například situace F a J) byly jako realistické identifikovány a diskutovány na tomto základě. Při sledování romantických komedií ovšem mají diváci tendenci nevhodné chování postav přehlížet, idealizovat je a romantizovat, přestože v realitě by bylo potenciálně pravděpodobně odsouzeno.

4.5 Diskuse

V rámci diplomové práce bylo stanoveno pět hypotéz, z nichž čtyři hypotézy byly vyvráceny a jedna potvrzena. Vyvráceny byly první čtyři hypotézy, které byly založené na vztahu míry sledování romantických komedií a určitého chování či názorů. Ani v jednom případě se nepotvrdila korelace mezi odpověďmi v rámci konzumace romantických komedií a zkoumaného chování. Ve všech případech bylo vždy několik respondentů, jejichž výsledky byly v přímém rozporu s tvrzením hypotézy. Na základě těchto výsledků není tudíž možné tvrdit přímou souvislost mezi vysokou mírou sledování romantických komedií a konkrétními vzorci chování či názory.

Přesto ale nelze ani vyloučit, že by sledování romantických komedií nemělo žádný vliv na své diváky. Několik respondentů v průběhu rozhovoru spontánně uvedli, že vnímají určitý vliv na chování a očekávání od romantických vztahů, přestože neznali název diplomové práce a hlavní cíl výzkumu. O vlivu romantických filmů (nejen komedií) se respondenti zmiňovali v rámci téměř všech sekcí. Deset respondentů se vyjádřilo o vlivu konzumace romantických filmů přímo a několik respondentů zmínilo tento aspekt v rámci své odpovědi nepřímou a nemluvili přímo o vztahu daného chování s romantickými komediemi.

Jeden z vlivů, který respondenti zmiňovali, byly zažití stereotypy ve společnosti a určitá životní očekávání. Tento vliv není dán pouze romantickými komediemi a jedná se o koncepty, které jsou celkově umocňovány západní společností. Romantické komedie, které jsou nicméně na běžných společenských stereotypoch silně stavěny, je ovšem umocňují a podporují.

„Pokud jde o iniciaci, tak tam to tak cítím. Ne protože bych si z přesvědčení myslela, že to muži mají dělat, ale protože já sama toho nejsem schopná. Pokud to ten muž neinicuje, tak já do toho nejdu, i když to není moje přesvědčení. A nemyslím si, že je to dobře, protože pak jsou z toho ti muži ve stresu a jsou pod tlakem, zejména v pubertě a na začátku vztahu.“
(Respondentka 18)

„Tohle je takový, že to vidím všude kolem sebe a je to tak zakořeněný ve společnosti, že předpokládám, že ano, že si jednou někdy někoho vezmu. Ale nevím.“ (Respondent 21)

Dalším zmiňovaným vlivem bylo vytváření ideálů a představ pro svůj vlastní život. Přestože nemusí vyšší sledování romantických komedií nutně vést k určitému chování či názorům pro všechny diváky, do určité míry získáváme z filmů představy o určitých situacích a o vzorcích chování. Opět se nemusí jednat pouze o vliv romantických komedií, ale o celkový vliv popkultury, například i pohádek.

„Myslím si, že je to jeden z hlavních důvodů, proč na to lidi koukají. Protože si tím buď prošli, nebo to znají anebo to berou jako nějaký ideál, který by chtěli.“ (Respondent 1)

„Myslím si, že hlavně pro holky je to důležitý, že mají tu představu o těch bílých šatech. (...) Ale zajímalo by mě, jestli to naplní ty jejich dětský princeznovský očekávání, který si celý život plánují.“ (Respondent 11)

V neposlední řadě byl respondenty zmíněn negativní vliv romantických komedií na vnímání vztahů, očekávání od vztahu a nároky na chování partnera. Tento konkrétní vliv specifikovali respondenti často přímo na romantické komedie, případně romantické filmy

obecně, které nám v rámci popkulturního obsahu dávají největší množství materiálu, který zobrazuje romantické vztahy. V rámci jednoho rozhovoru byla nebezpečnost romantických komedií pro očekávání od vztahu postavena na stejnou úroveň jako riziko sledování pornografie pro očekávání od reálného intimního života.

„Stejně jako by se člověk neměl dívat na porno, dokud nemá vlastní zkušenost. Tak tohle může být stejně destruktivní pro vztahy, protože se tam předkládá ideál, který není v téhle podobě dosažitelný.“ (Respondentka 4)

„...přijde mi, že tyhle filmy malují svět jiný, než je a pak mají lidi nerealistický očekávání a ovlivňuje je to v životě.“ (Respondentka 5)

Závěrem této kapitoly je nutné zmínit i limity výzkumu. V ideálním případě by bylo vhodné zajistit pro všechny rozhovory stejné klidné a nerušené prostředí. Bohužel aktuální epidemiologické podmínky a snaha o vyhovění časovým možnostem respondentů toto neumožnily a některé rozhovory byly vedeny bez osobního kontaktu či na rušnějších místech. Zároveň vzhledem k okolnostem některých rozhovorů nebyli všichni respondenti seznámeni předem s pěti zkoumanými filmy. Přestože nebyla pro poslední sekci rozhovoru nutná znalost všech titulů, bylo by vhodnější, kdyby měli všichni respondenti stejné podmínky.

Exaktnost výzkumu je také ovlivněna jeho samotnou podstatou, kdy je zkoumáno lidské jednání a názory, které mohou být proměnlivé a ovlivněné aktuální situací a rozpoložením respondenta. Přestože byla využita smíšená metoda výzkumu, která pro interpretaci využívala kvalitativní i kvantitativní data, není možné dosáhnout exaktnosti a zjištěné závěry je možné aplikovat pouze na tento konkrétní výzkumný vzorek. Vliv na interpretaci má také samotná výzkumnice a její znalosti a zkušenosti.

Výzkum v rámci této diplomové práce je pouze malým a částečným náhledem na zkoumanou problematiku. Možností pro další bádání je větší výzkumný vzorek s ohledem na širší demografické zastoupení či zkoumání většího množství modelových situací z filmů. Dalšími tématy pro potenciální výzkum, kterých se tato práce dotkla pouze okrajově, je například vliv společenských stereotypů na romantické vztahy či vliv konzumace romantických komedií na četnost romantických a sexuálních aktivit diváka.

5. ZÁVĚR

Tato diplomová práce si stanovila za cíl zjistit, zdali, jak a v jaké míře má konzumace romantických komedií vliv na vztahy mladých dospělých a na jejich názory, hodnoty a očekávání od romantických vztahů.

Teoretická část práce byla v úvodu věnována audiovizuálním médiím v masové a populární kultuře a jakou roli hrají audiovizuální média, zejména pak film a televize, ve volném čase lidí. Hlavní část teoretické části tvořily kapitoly věnované romantickým komediím jako žánru a vlivům audiovizuálních médií na diváky. Kapitola o romantických komediích představila klíčové aspekty tohoto žánru, provedla jeho historii a prezentovala základní dějové a filmové postupy a motivy. V neposlední řadě byla součástí této kapitoly i kritika žánru. V poslední kapitole teoretické části byly rozebrány vlivy audiovizuálních médií na diváky, zejména pak vlivy romantických komedií dle minulých výzkumů, které se zabývaly touto problematikou. V této části byly představeny zásadní teoretické přístupy ke zkoumání vlivu filmů na chování diváků a byly identifikovány hlavní oblasti vlivu romantických komedií.

Na základě teoretické rešerše byl sestaven smíšený výzkum, který měl za cíl formou hloubkových polostrukturovaných rozhovorů potvrdit či vyvrátit hypotézy. Ty byly stanoveny na základě výsledků předešlých výzkumů a věnovaly se zejména souvislosti mezi mírou konzumace romantických komedií a určitým chováním či názory. Rozhovory byly následně analyzovány kvalitativně i kvantitativně pomocí obsahové analýzy.

V rámci interpretace byla většina hypotéz vyvrácena, jelikož na základě výzkumného vzorku nebylo možné potvrdit korelace mezi sledováním romantických komedií a zkoumaným chováním a názory. V případě prvních čtyř hypotéz bylo součástí výzkumného vzorku několik respondentů, jejichž odpovědi byly v přímém rozporu s tvrzením hypotézy. Naopak podporu hypotézy bylo možné pozorovat pouze v ojedinělých případech. Jedinou potvrzenou hypotézou byla idealizace a romantizace chování postav v romantických komediích. Tato hypotéza byla zkoumána pomocí modelových situací z vybraných romantických komedií. Pro výzkum byly vybrány především situace popisující nevhodné a toxické chování ve vztahu, které z většiny respondenti v rámci zobecněné rozhovorové formy odsuzovali.

Není možné tedy potvrdit přímou souvislost mezi konzumací romantických komedií a určitým chováním či názory, ale byly identifikovány vlivy, které se promítají do obecného vnímání a předpokladů. Vliv romantických komedií v rámci rozhovoru zmínilo přímo i několik respondentů. Na základě výsledků je také možné vyčíst, že romantické komedie jsou

považovány za nerealistické a chování v nich je idealizováno a romantizováno, což může následně vést k negativnímu vlivu na vnímání a očekávání.

Výzkum tudíž navázal na některé teorie z předchozích výzkumů a prověřil je na odlišné demografické skupině. Hlavním rozdílem ve výzkumném vzorku byl věk respondentů a genderová vyrovnanost, jelikož polovinu respondentů tvořili muži. Ti nejsou primární cílovou skupinou romantických komedií, ale jsou jejich narativy ovlivňováni ať již přímo skrz vlastní názory, nebo nepřímo skrz očekávání jejich partnerek. Přestože tedy není možné generalizovat vliv romantických komedií na konkrétní chování, určitý vliv je možné pozorovat. Konkretizace a popsání tohoto vlivu je potenciálním tématem pro budoucí výzkum.

SUMMARY

This thesis aimed to explore if consumption of romantic comedies influences young adults' romantic relationships and their opinions, values, and expectations.

The theoretical section of this work firstly introduces mass and popular culture and describes the role of audio-visual media, mainly film and television, in people's everyday life. The core theoretical part presents romantic comedies as a film genre and assesses its influence on its audience. The chapter on romantic comedies describes key approaches of the genre, historical evolution, and fundamental storylines, motives, and themes, as well as criticism of the romantic comedy genre. The last theoretical chapter was dedicated to the exploration of audio-visual media's influence on its audience, primarily the influence of romantic comedies according to previous research in this field. This part presented key theoretical approaches to assessing how an audience's behavior can be influenced and identified the main areas of romantic comedies' influence.

Based on literary research, mixed research was designed including interviews to approve or refute the hypothesis. The hypotheses were stated based on the results of previous research and were mainly focused on the correlation between the consumption of romantic comedies and specific behavior and beliefs.

H1: People, who consume more romantic comedies, have a stronger belief in marriage.

H2: People, who consume more romantic comedies, have a stronger belief in traditional gender roles.

H3: People, who consume more romantic comedies, are more dissatisfied in their real relationships.

H4: People, who consume more romantic comedies, have a stronger belief in romantic myths.

H5: Romantic comedies' audience idealize and romanticize characters' behavior during watching the films.

The interviews were analyzed qualitatively as well as quantitatively, using content analysis. Most of the hypotheses were refuted as a correlation between romantic comedies' consumption and researched behavior and opinions could not be found based on this concrete research sample. Each of the first four hypotheses was generally disproved by the responses received. Only in a small number of cases did the respondents demonstrate the attitudes that had been

hypothesized. The only hypothesized opinions that was identified in the sample was the idealization and romanticization of characters' toxic behavior, which is criticized when put out of a romantic context.

This study was not able to prove a direct correlation between respondents' consuming romantic comedies and developing given behaviors or opinions, but it did confirm that romantic comedies influence respondents' overall views on and expectations of romantic relationships. This effect was mentioned during the interviews by several respondents. According to respondents of this study, romantic comedies are seen as unrealistic and their characters' behavior is heavily idealized, which can lead to a negative influence on respondents' experience of and expectations for romantic relationships.

This study took previous research results as a starting point and extended them by assessing different demographical groups. Specifically, the research sample included respondents of an age that had not been previously studied and male, as well as female, respondents. Surveying male respondents was important because, though they are not the primary target audience for romantic comedies, they are influenced by their narrative as well, either directly through watching them or indirectly through women's expectations. Even though this thesis could not prove that consuming romantic comedies led respondents to adopt concrete behaviors and opinions, it did observe an influence on their attitudes towards romantic relationships more generally. Identification and description of this influence could be a topic for future research.

SEZNAM LITERATURY

ALBERTI, John. "I Love You, Man": Bromances, the Construction of Masculinity, and the Continuing Evolution of the Romantic Comedy. *Quarterly Review of Film and Video* [online]. 2013, 30(2), 159-172 [cit. 2021-9-27]. ISSN 1050-9208. Dostupné z: doi:10.1080/10509208.2011.575658

ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. Sledovanost televize loni lámala rekordy. Diváci strávili před televizní obrazovkou téměř čtyři hodiny denně. Asociace televizních organizací [online]. 5.2.2021 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.ato.cz/2021/tz-sledovanost-televize-loni-lamala-rekordy-divaci-stravili-pred-televizni-obrazovkou-temer-ctyri-hodiny-denne/>

AV ČR. Proměny české společnosti. Proměny české společnosti [online]. Akademie věd České republiky, červen 2016 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://www.promenyceskespolecnosti.cz/aktuality/aktualita22/Jak_Cesi_travi_cas_TK_20-06-2016.pdf

BANDURA, Albert. *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. 2. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1986. ISBN 9780138156145.

BANDURA, Albert. *Social cognitive theory of mass communication*. BRYANT, Jennings a Dolf ZILLMANN. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 2. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002, s. 307-331. ISBN 1-4106-0242-7.

BEAUCHAMP, Zack. Our incel problem. *Vox* [online]. 23.4.2019 [cit. 2022-04-26]. Dostupné z: <https://www.vox.com/the-highlight/2019/4/16/18287446/incel-definition-reddit>

BRUNOVSKA KARNICK, Kristine a Henry JENKINS. *Classical Hollywood Comedy*. 1. Michigan: Routledge, 1995. ISBN 9780415906401.

BUCHHOLZ, Katharina. This is how female representation is rising across the film industry. *World Economic Forum* [online]. 31.3.2022 [cit. 2022-04-26]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2022/03/number-of-women-in-film-industry-rises-slowly/>

COLLINS, Rebecca L., Marc N. ELLIOTT, Sandra H. BERRY, David E. KANOUSE, Dale KUNKEL, Sarah B. HUNTER a Angela MIU. Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior. *Pediatrics* [online]. 2004, 114(3), e280-e289 [cit. 2022-03-11]. ISSN 0031-4005. Dostupné z: doi:10.1542/peds.2003-1065-L

GERBNER, George, Larry GROSS, Michael MORGAN, Nancy SIGNORIELLI, James SHANAHAN. Growing up with television: Cultivation processes. BRYANT, Jennings a Dolf ZILLMANN. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 2. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002, s. 307-331. ISBN 1-4106-0242-7.

HARRIS, Richard Jackson a Christina L. SCOTT. Effects of Sex in the Media. BRYANT, Jennings a Dolf ZILLMANN. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 2. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002, s. 307-331. ISBN 1-4106-0242-7.

HARVEY, James. *Romantic Comedy in Hollywood: From Lubitsh to Sturges*. 1. New York: Da Capo Press, 1998. ISBN 9780306808326.

HEFNER, Veronica a Barbara J. WILSON. From Love at First Sight to Soul Mate: The Influence of Romantic Ideals in Popular Films on Young People's Beliefs about Relationships. *Communication Monographs*. 2013, 80(2), 150-175. Dostupné z: doi.org/10.1080/03637751.2013.776697

HENDERSON, Brian. Romantic Comedy Today: Semi-Tough or Impossible? *Film Quarterly* [online]. 1978, 31(4), 11-23 [cit. 2021-9-27]. ISSN 0015-1386. Dostupné z: doi:10.2307/1211803

HENDERSON, Lesley. *Social Issues in Television Fiction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. ISBN 978 0 7486 2532 1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

HERMES, Joke. *Re-reading popular culture*. 1. Victoria, Australia: Blackwell Publishing, 2005. ISBN 978-1-4051-2244-3.

JOHNSON, Kimberly R. a Bjarne M. HOLMES. Contradictory Messages: A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films. *Communication Quarterly* [online]. 2009, 57(3), 352-373 [cit. 2022-03-11]. ISSN 0146-3373. Dostupné z: doi:10.1080/01463370903113632

KRONICK, Jane C. Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat. *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*. Institute of Sociology of the Czech Academy of Sciences, 1997, 33(1), 57-67.

MACDONALD, Dwight. A Theory of Mass Culture. *Diogenes* [online]. 1953, 1(3), 1-17 [cit. 2022-03-17]. ISSN 0392-1921. Dostupné z: doi:10.1177/039219215300100301

MCDONALD, Tamar. *Romantic comedy: Boy meets girl genre*. 1. New York: Columbia University Press, 2007. ISBN 978-1-905674-02-2.

MCDONALD, Tamar. *The View from the Man Cave: Comedy in the Contemporary 'Homme-com' cycle*. In: Horton, Andrew and Rapf, Joanne E., eds. *A Companion to Film Comedy*. John Wiley & Sons, Chichester, West Sussex, 2012 pp. 217-235. ISBN 978-1-4443-3859-1.

MEIER, Ann, Kathleen E. HULL a Timothy A. ORTYL. Young Adult Relationship Values at the Intersection of Gender and Sexuality. *Journal of Marriage and Family* [online]. 2009, 71(3), 510-525 [cit. 2022-03-11]. ISSN 00222445. Dostupné z: doi:10.1111/j.1741-3737.2009.00616.x

MILMINE, Michael. *The Television Viewing, Dating, and Academics of Young Adults*. Andrews University, 2015. Dostupné z: <https://digitalcommons.andrews.edu/theses/64>

MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. Praha: Albatros, 2004. Albatros Plus. ISBN 80-000-1410-6.

MORTIMER, Claire. *Romantic comedy*. 1. Oxon: Routledge, 2010. ISBN 978-0-415-54863-2.

NABI, Robin L, Keli FINNERTY, Tricia DOMSCHKE a Shawnika HULL. Does Misery Love Company? Exploring the Therapeutic Effects of TV Viewing on Regretted Experiences. *Journal of Communication* [online]. 2006, 56(4), 689-706 [cit. 2022-03-10]. ISSN 0021-9916. Dostupné z: doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00315.x

PAUL, William. *Laughing Screaming: Modern Hollywood Horror and Comedy*. Columbia University Press, New York, NY. 1995. ISBN 978-0231084642.

REVILLA SÁNCHEZ, Sarah. *The Influence of Romantic Comedies in People's Perception of Love: Expectations and Disappointments*. Vancouver, 2021. University of British Columbia.

RIVADENEYRA, Rocío a Melanie J. LEBO. The association between television-viewing behaviors and adolescent dating role attitudes and behaviors. *Journal of Adolescence* [online]. 2008, 31(3), 291-305 [cit. 2022-03-11]. ISSN 01401971. Dostupné z: doi:10.1016/j.adolescence.2007.06.001

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHOMER, Audrey. US adults will consume almost as much media in 2021, but TV viewing will backslide. *EMarketer* [online]. *Insider Intelligence*, 6.6.2021 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.emarketer.com/content/us-adults-will-consume-almost-much-media-2021-tv-viewing-will-backslide>

SEGRIN, Chris a Robin L. NABI. Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage?. *Journal of Communication* [online]. 2002, 52(2), 247-263 [cit. 2022-03-13]. ISSN 0021-9916. Dostupné z: doi:10.1111/j.1460-2466.2002.tb02543.x

STOREY, John. *Inventing popular culture: From folklore to globalization*. 1. Victoria, Australia: Bblackwell Publishing, 2003. ISBN 978-0-631-23459-3.

STOREY, John. *Cultural theory and popular culture: an intriduction*. 5. Essex: Pearson Education Limited, 2009. ISBN 978-1-4058-7409-0.

SUGDEN, Robert. Regret, recrimination, and rationality. *Theory and Decision*, 1985, 19, 77–99.
Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/BF00134355>

SWINDLER, Ann. *Talk of Love: How Culture Matters*. Chicago: University of Chicago Press, 2001.
ISBN 9780226786919.

The Take: Analysis for Film & TV Fans [online]. 2021 [cit. 2022-04-17]. Dostupné z: <https://the-take.com>

WILLIAMS, Raymond. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana, 1976.
ISBN 9780006540212.

ZACHAREK, Stephanie. Is this as good as it gets?: Ever since "Sleepless in Seattle," so-called chick movies have been in slow decline. *Salon.com* [online]. 9.6.1999 [cit. 2021-9-28]. Dostupné z: <https://www.salon.com/1999/06/09/romantic/>

ZILLMANN, Dolf. Mood Management Through Communication Choices. *American Behavioral Scientist*. Indiana: Sage Journals, 1988, 31(3), 327-340. Dostupné z: [doi:doi.org/10.1177/000276488031003005](https://doi.org/10.1177/000276488031003005)

TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE

5.8.21
Mj.

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Veronika Koničková	Razítko podatelny: <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Dobro dne:</td> <td style="text-align: center;">28-07-2021</td> </tr> <tr> <td>C. 05</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Přijímáno</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Dobro dne:	28-07-2021	C. 05		Přijímáno	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Dobro dne:		28-07-2021							
C. 05									
Přijímáno									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2019									
E-mail diplomantky/diplomanta:									
Studijní obor/forma studia: MSP (7202T012)									
Název práce v češtině: Vliv romantických komedií na vnímání vztahů mladými dospělými									
Název práce v angličtině: Influence of romantic comedies on young adults' perception of relationships									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení teze) ZS 2021/2022									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Filmová a televizní tvorba se stala běžnou součástí každodenního života a v různé míře dokáže formovat a ovlivňovat své publikum. Na základě sledovaného obsahu si mohou diváci utvářet své názory a představy ohledně různých aspektů života, včetně sociálního aspektu. Výjimkou tak není ani žánr romantických komedií, v rámci filmové i televizní tvorby, který je stále velmi populární a zaměřuje se na prezentaci romantických vztahů. I tento konkrétní typ mediální obsahu tak působí na své diváky a může formovat a ovlivňovat jejich představy a reálných romantických vztazích. Literatura věnují se tomuto konkrétnímu tématu má často tendenci se soustředit primárně na ženy jakožto hlavní cílovou skupinu žánru. Ve své práci bych se chtěla ovšem zaměřit na vnímání romantických komedií ženami i muži, konkrétně pak zástupci skupiny mladých dospělých jakožto generace, která vyrůstala v době na počátku milénia, která byla boomem pro tento žánr a provázela je tak pravděpodobně od dětství až po dospívání a dospělost (na rozdíl od předchozích generací, které měly přístup k hollywoodským romantickým komediím během svého dětství a dospívání omezený). Zároveň vztahy generace mladých dospělých jsou současným tématem, jelikož se jedná o generaci, která byla silně ovlivněna nejen snadno přístupným filmovým a televizním obsahem, ale také internetem a sociálními médii, které mají výrazný vliv i na současnou podobu vztahů a randění.									
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem diplomové práce je zjistit, zdali, jak a v jaké míře má sledování romantických komedií vliv na romantické vztahy mladých dospělých, respektive vliv na jejich názory a představy týkající se romantických vztahů. Jedná se tak například o přístup k romantickým filmům, kopírování vzorců chování z filmů či vytvoření určitých romantických očekávání na základě filmů. Práce bude také zkoumat hodnocení klíčových situací respondenty v konkrétních filmech. Diplomová práce má ambici se zaměřit na analýzu tohoto vnímání u žen i mužů a případně tyto dvě skupiny porovnat. Diplomová práce se tak zabývá problémem toho, jaký je vztah mezi sledováním romantických komedií a vlastními názory, představami a prožíváním romantických vztahů mladých dospělých. Respektive zdali intenzivnější sledování tohoto žánru vede k přijetí více romantických filmových motivů do vlastního života a případným nerealistickým představám a očekáváním od reality.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod - Uvedení do problematiky, zdůvodnění výběru tématu práce a výzkumu Teoretická část									

<ul style="list-style-type: none"> • Masová a populární kultura <ul style="list-style-type: none"> - Obecné vymezení, zaměření se na audiovizuální média (film, televize, online prostředí) - Vývoj filmu a televize, specifika těchto médií - Televizní zábava, způsob trávení volného času - Vliv populární kultury na publikum, jak audiovizuální média ovlivňují diváky • Romantický narativ <ul style="list-style-type: none"> - Vývoj romantického narativu a jeho podoby - Role romantiky v příběhu, pojetí lásky - Romantika ve filmu a televizi • Žánr romantické komedie <ul style="list-style-type: none"> - Definice žánru, filmové versus seriálové pojetí - Hlavní scénářistické postupy, postavy a tropy charakteristické pro žánr - Identifikace typických sdělení romantických komedií, které působí na diváky <p>Metodologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Výzkumná metoda <ul style="list-style-type: none"> - Volba metody a její charakteristika, výhody a rizika - Design výzkumu - Výzkumné otázky • Výzkumný vzorek <ul style="list-style-type: none"> - Představení výzkumného vzorku, důvod volby respondentů, představení filmů <p>Praktická část</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sběr dat <ul style="list-style-type: none"> - Průběh výzkumu, proces sběru dat • Proces analýzy <ul style="list-style-type: none"> - Analýza materiálu a identifikace kategorií na základě kódování • Zhodnocení <ul style="list-style-type: none"> - souhrn vzniklých kategorií a poznatků z rozhovorů a srovnání s literární rešerší <p>Závěr</p> <ul style="list-style-type: none"> - celkové zhodnocení - zodpovězení výzkumných otázek - limity výzkumu a podněty k dalšímu zkoumání
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Akademická literatura Vybrané filmy, ilustrující konkrétní (problematické) vztahové situace</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pretty woman (1990) –vztah a peníze („vlastnictví“), „výchova“ obyčejné ženy, kontrola nad vzhledem a chováním - 500 dní se Summer (2009) – romantika z pohledu muže, očekávání od vztahu, přivlastňování - Láska nebeská (2003) – mnoho dílčích příběhů: vztah s nadřizovaným, vztah s jazykovou bariérou, romantický trojúhelník (s nejlepším kamarádem), nevěra - Pomáda (1978) – letní vztah, skrývání vztahu před přáteli, změna charakteru kvůli lásce - Kamarád taky rád (2011) – nezávazný sexuální vztah bez romantiky, vývoj vztahu a citů <p>Polostrukturované rozhovory vedeny s respondenty na pomezí generace Y a mileniálů (rok narození 1991-2001) na základě shlednutí vybraných filmů, vzorek bude genderově vyrovnaný, počet rozhovorů bude přizpůsoben bodu teoretické saturace výzkumu (pravděpodobně 10-20 rozhovorů)</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Jako metoda zpracování materiálu je zvolen kvalitativní výzkum formou polostrukturovaných rozhovorů pro zjištění souvislostí mezi typem a množstvím sledováním romantických komedií a vlastních zkušeností a názorů na romantické vztahy. Na základě dat z rozhovorů a literární rešerše budou předloženy závěry ohledně korelace romantických filmů a reálného chování ve vztazích mladých dospělých.</p> <p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování, u všech)</p>

titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

HEFNER, Veronica a Barbara J. WILSON. *From Love at First Sight to Soul Mate: The Influence of Romantic Ideals in Popular Films on Young People's Beliefs about Relationships*. Communication Monographs [online]. 2013, 80(2), 150-175 [cit. 2021-04-11]. ISSN 0363-7751. Dostupné z: doi:10.1080/03637751.2013.776697

- Článek zahrnuje 2 studie věnující se vlivu romantických komedií na představy mladých lidí o romantických vztazích. První výzkum je obsahovou analýzou 52 filmů identifikující romantické ideály v nich použité. Druhá studie pak zkoumala představy a názory o romantice u vysokoškolských studentů, jejíž výsledek potvrdil silnější inklinaci k romantickým ideálům u jedinců, kteří sledující více romantických filmů než u opačné skupiny.

LACEY, Greenwell. *The Effects of Romantic Comedies on Relationships*. 2016.

- Článek se zabývá vlivem romantických komedií, s tendencí prezentovat romantické vztahy komediálně a nerealisticky, na vlastní názory a ideály diváků. Autorka se konkrétně věnuje negativním vlivům a uvádí jej do kontextu zvýšeného počtu rozvodů v USA. Dále přináší návrhy, jak se vyvarovat přílišného vlivu filmů na vlastní představy a názory ohledně vztahů.

RIVADENEYRA, Rocío a Melanie J. LEBO. *The association between television-viewing behaviors and adolescent dating role attitudes and behaviors*. Journal of Adolescence [online]. 2008, 31(3), 291-305 [cit. 2021-04-11]. ISSN 01401971. Dostupné z: doi:10.1016/j.adolescence.2007.06.001

- Výzkum věnující se korelaci mezi sledovaným televizním obsahem a chováním v oblasti randění a romantických vztahů u teenagerů. Zkoumány byly například souvislosti se sledováním romantického versus neromantického obsahu či soap operami. Článek také diskutuje miru chování, kterou teenageri přebírají z televizního obsahu, například týkající se genderových rolí.

JOHNSON, Kimberly R. a Bjarne M. HOLMES. *Contradictory Messages: A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films*. Communication Quarterly [online]. 2009, 57(3), 352-373 [cit. 2021-04-11]. ISSN 0146-3373. Dostupné z: doi:10.1080/01463370903113632

- Výzkum se soustředí na analýzu 40 romantických komedií pomocí zakotvené teorie a odhaluje hlavní motivy filmů, například idealizování romantických vztahů a přehlížení charakterových nedostatků pro potřeby filmu. Článek také diskutuje potenciální vlivy na sledující a jejich interpretaci filmových motivů.

NABI, Robin L., Keli FINNERTY, Tricia DOMSCHKE a Shawnika HULL. *Does Misery Love Company? Exploring the Therapeutic Effects of TV Viewing on Regretted Experiences*. Journal of Communication [online]. 2006, 56(4), 689-706 [cit. 2021-04-11]. ISSN 0021-9916. Dostupné z: doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00315.x

- Článek zkoumá vztah mezi lidskými emocemi a volbou televizního obsahu, respektive jeho následného vnímání vlivem vlastní zkušenosti. Výzkum přináší zajímavý vhled, jak je vnímání televizního obsahu ovlivněno aktuálním emočním vztahem a jak jej i dokážou dále ovlivnit.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

- Publikace věnovaná metodologii výzkumu v rámci zkoumání médií uvádí jednotlivé etapy výzkumů a ilustruje návodné kroky k realizaci výzkumu vlastního.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

- Publikace se zaměřuje na kvalitativní typy výzkumů a představuje jejich metody a aplikace. Popisuje proces výzkumu od metody sběru dat, jejich kódování, až po interpretaci a vyhodnocení.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

HOULÍKOVÁ, Martina. *Výzkum vnímání vlivu kultovního seriálu HBO Sex ve městě na jeho divačky*. Praha, 2020, 78 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka

<p>Vochocová, Ph.D.</p> <p>DOSTÁLOVÁ, Veronika. <i>Zobrazení vybraných silných ženských postav v seriálech a jejich reflexe v reálném světě</i>. Praha, 2020. 68 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.</p> <p>KORYNTOVÁ, Barbora. <i>Romantické filmy a představy žen o partnerském vztahu</i>. Praha, 2018. 118 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediální studia. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.</p> <p>Datum / Podpis studenta/ky 24. 7. 2021</p>
--

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Nemám další doporučení	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Uvedená literatura postačuje	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Kruml Milan	22.7.2021
.....	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

<p>TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.</p> <p>TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.</p>
--

PŘÍLOHY

Příloha 1 – ukázka přepisu rozhovorů

Rozhovor s respondentem 6

Jaká je tvoje představa o vztahu? Jak vypadá ideální vztah?

Měl by být nějak v harmonii. Měli by si ty lidi rozumět a pomáhat si, naslouchat si.

Jaké jsou důležité hodnoty ve vztahu? Co je důležité při seznámení se?

Empatie určitě. Myslím si, že by ty lidi měli být určitě i kamarádit, nejen mít romantický vztah, ale i kamarádský, aby spolu dokázali pořádně fungovat. Když se seznamuju s lidma tak je pro mě důležitý, abychom si rozuměli. Abychom měli stejný nebo podobný smysl pro humor a zajímali se o stejné věci.

Jaký máš názor na tradiční genderové role ve vztahu? Třeba že muž iniciuje vztah.

Myslím si, že tohle je naprosto zastaralý a trochu přehnaně vyhrocený. Myslím, že v dnešní době jsou tyhle stereotypy dost zahnaný stranou.

Jaké preferuješ projevy lásky? Můžou být projevy lásky veřejné nebo omezené čistě na soukromí?

Já si myslím, že určitě můžou být veřejný, ale musí to být v nějaký přiměřený míře. Nic moc prostě.

Jaký máš názor na manželství? Jaká máš očekávání? Chceš svatbu? Očekáváš svazek na celý život?

Určitě bych chtěl svatbu jednou. Myslím si, že je to určitý slib, který tomu druhému člověku dáváš, s tím že to nemusí být na celý život. Samozřejmě rozvody existují, ale dokud jsou ty lidi v nějaký vzájemný harmonii, tak to má budoucnost.

Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost ve vztahu v souvislosti s nenaplněním očekávání a zklamáním? Nespokojenost se vztahem, partnerem, sebou samým...

Ano, můj první vztah byl takovej, že jsem si myslel, že tu holku dokážu změnit. Dělal věci, který se mi nelíbily a já si myslel, že to změním a doufal jsem, že to bude lepší, ale nebylo. Ten člověk je prostě nějaký a nedokáže se kvůli tomu změnit tak, aby ty jsi byl nadšenej. Furt musí být svůj.

Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost s vlastním intimním životem?

Asi ne.

Láska na první pohled existuje.

4

Láska je slepá a nevidí nedostatky.

4

Láska překoná veškeré překážky.

Asi 3.

Spřízněné duše existují.

5

Pravá láska do konce života – Žili spolu šťastně až na věky.

3

Ideální partner dokáže vyčíst pocity a potřeby toho druhého.

4

Jaký máš názor/vztah k romantickým komediím jako žánru?

Je to něco, co třeba Hallmark, produkuje zbytečně ve velkém a je to úplně jak přes kopírák. Většina těch filmů jsou identický. Ale pokud najdu něco, co je romantická komedie, ale je nějakým způsobem jiná, než všechny ty ostatní, tak se mi líbí. Mám ty filmy jsou, jsou takový feel good pro lepší náladu.

Jak často sleduješ romantické komedie? Případně jsi sledoval?

Asi třeba jednou dvakrát měsíčně.

Jaké se ti vybaví typické romantické komedie?

10 důvodů proč tě nenávidím třeba anebo...už si asi nevzpomenu.

Jak ti přijdou romantické komedie realistické?

Tak 2 z 10. Asi je tam trošku nějaká možnost, že by se to možná někde mohlo stát, ale moc velká nebude.

Jak moc se dokážeš ztotožnit s postavami ve filmech?

Já se většinou ztotožňuju s postavami i když s nimi nemám společného nikdy vůbec nic. To je taková moje nemoc. Já dokážu koukat na seriál, se kterým nemám nic společného a říkám si jo, to bych udělal taky, super nápad. Teď třeba koukám na Suits a hrozně to vnímám, ale to jsem měl i u Atypical, a říkal jsme si, že mám stejný feelings jako tenhle autista, i když je to něco úplně jiného. Je pro mě prostě hodně jednoduchý se ztotožnit.

Jakou dle tebe hrají romantické komedii roli v popkultuře? Vybavíš si nějaké typické momenty z těchto filmů? Romantická gesta či ideální postavy?

Co si vybavím je, jak stojí s tím reproduktorem pod oknem. To je taková jedna hodně výrazná věc, kterou si pamatuju. Ale nevím z jakýho je to filmu, znám to jen z Easy A jako referenci nějakýho staršího filmu. A z toho si to pamatuju. A pak nevím no, jsou takový ty kliše jako že se k sobě vůbec nehodí, a nakonec spolu skončí. Anebo se zjistí v těch Hallmarkových filmech, že se znali jako malý a pak se najdou jako dospělí. Těch kliše je spousta.

Vnímáš jinak romantický děj v jiných žánrech? Například romantická dramata – Twilight, Notebook, West Side Story? Vnímáš romantický děj ve filmech, která se netýkají lásky (Harry Potter, Hvězdné války, Avatar...)?

Twilight je docela dobrý příklad. Já si myslím, že když to příběhově sedí tomu filmu a jestli to ten příběh posouvá dál, tak to tam má být. Ale pokud je to jen proto, aby tam dali nějakou romantickou scénu, tak to tam nepatří. Pokud to tam ale sedí, tak je to dobrý. Jinak je to zbytečný, třeba v těch Star Wars. To je dobrý příklad, že Ray s Kylo Renem tam vůbec nemuselo být. Ale naopak v Rogue One tam měly ty hlavní postavy nějakou chemii, která tam byla vidět, ale nebyli spolu nijak romanticky, a to mi přišlo super, že to tam zbytečně nenacpali.

Žena změní svůj charakter i fyzický vzhled kvůli tomu, aby se více hodila ke svému partnerovi.

Já si myslím, že je to hodně přehnaný. Třeba Pomáda, jestli je to ono. Nemyslím si, že je to úplně ideální, pokud se v tom nevidí sama. Pak to nedává smysl, aby se kvůli němu měnila.

Vztah na pracovišti – nadřízený muž a podřízená žena, či naopak.

Jako může se to stát, ale musí tam být furt i nějaký profesionální vztah. Ale podle mě se to pak dostane dřív nebo později do bodu, kdy už to tak nemůže být. Buď skončí ten vztah anebo jeden z nich musí odejít, aby ten vztah pokračoval dál. Nemyslím si, že je to ideální.

Muž vyjádří lásku manželce svého nejlepšího kamaráda, kterou dlouhou dobu miluje a sleduje jen z povzdálí.

To je Love Actually, příšernej film, dvě hodiny utrpení, jedno klišé za druhým, příběh nedává smysl...A to že jí nakonci vyzná lásku jen tak, když ji celou dobu jen stalkuje? To je creepy a vůbec se mi to nelíbilo.

Muž si může za peníze koupit lásku ženy drahými dárky a vlastnit ji tak.

Tak to je trošku zastaralý. Nějakým způsobem to možná šlo ve středověku, ale teď ne. Pokud je to s dárkama, tak jde o to, jak mají ten vztah nastavený a jak jsou s tím oba spokojení. On za to asi něco dostává zpátky a pokud jsou spokojení, tak proč ne.

Pokud se muž dostatečně dlouho snaží o ženu, přestože ona nemá zájem, tak ji nakonec získá a je tím odměněn za svou trpělivost, vytrvalost, a za to, že je hodný kluk. („nice guy“).

Já jsem úplně čekal na to slovo nice guy. Tam záleží...nejsem si úplně jistý, jestli je to ideální outcome té situace. Jestli se ta žena pak do toho necítí nucena. Ale jestli jsi viděla Office, tak tam si myslím, že Jim a Pam vyšli dobře, ale tam to bylo jiné. Tam to nebylo, že ona ho nechtěla vůbec. Pokud je to v tom smyslu, že ona ho nemá ráda a on na jí jen doléhá, tak je to špatné.

Forma vztahu kamarádi s výhodami, přestože jeden z nich chce mít vztah.

Tak tam si ten člověk sám pod sebou řeže větve a jen čeká, než se dostane na konec a pohoří a dopadne to pro něj špatně.

Při popisu stejné situace mají muži tendenci se ptát na intimnosti a ženy na romantické a materiální aspekty vztahu.

To si nemyslím. To je stereotyp, že chlapům jde jen o intimní část vztahu a ženám jen o to, jakože dostala jsem kytky, a byli jsme na večeři a na procházce... Já si myslím, že každý tohle vnímá jinak a aby to ty lidi ve vztahu vnímali stejně. Jestli si oba užívají ten společný čas, jestli jsou to intimnosti nebo dates jako minigolf, tak je to super. Ale z mé zkušenosti jsem se nikdy nesetkal s tím, že bychom se s klukama bavili jen o intimních věcech, když jde o holky.

Sexem posedlý muž svaluje svůj sexuální neúspěch na ženy, které o něj nemají zájem, a vnímá je pouze jako sexuální objekty.

Tak s tím chlapem je něco špatně, jestli si myslím, že za to může někdo jiný. To je jeho blbost.

Muž ženě přikazuje, jak by se měla chovat a mluvit.

To asi není úplně hezký. Dokážu si představit situaci, kdy to ten muž ženě řekne, když ji třeba představuje rodičům. Ale musí brát v potaz, že z té ženy nemůže dělat někoho jiného než je. To je pak přetvářka a úplně se mi to nelíbí.

Idealizace partnera ve vztahu – víra ve vlastní idealistickou představu o partnerovi. Člověk má idealistickou představu o partnerovi ve své hlavě, která ale není vhodnou komunikací konfrontována s realitou.

Tak já si myslím, že tahle fáze je v každém vztahu, asi většinou na začátku, kdy vidíme jen to hezký a až pak se dostaneme k té skutečnosti, která tam celou dobu byla, ale byli jsme zaslepení růžovými brýlema. Může to přijít dřív, možná i pozdějš, ale jednou to prostě přijde, to procitnutí.

Rozhovor s respondentkou 9

Jaká je tvoje představa o vztahu? Jak vypadá ideální vztah?

Ty kráso...tak ideální vztah je pro mě respekt k tomu druhému, stoprocentně. Tolerance toho druhého a souznění dvou osob.

Jaké jsou důležité hodnoty ve vztahu? Co je důležité při seznámení se?

Při seznámení, aby tam byla chemie, absolutní chemie prostě. Vůbec nekoukám na vzhled, výšku, váhu, barvu očí...musí tam být ta jiskra. A pak ve vztahu ten respekt a tolerance.

Jaký máš názor na tradiční genderové role ve vztahu?

Ne, nesouhlasím. Pokud to žena cítí, tak to má udělat a nečekat na chlapa, až to udělá on.

Jaké preferuješ projevy lásky? Můžou být projevy lásky veřejné nebo omezené čistě na soukromí?

I veřejný, je to podle o té atmosféře a situaci v daný okamžik.

Jaký máš názor na manželství? Jaká máš očekávání? Chceš svatbu? Očekáváš svazek na celý život?

Ano, beru manželství jako svazek na celý život a chtěla bych jednou být v manželství. A jsem pro manželství, je to takový stvrzení té lásky. Ale zároveň chápu, že někdo prostě v manželství nechce být, mám pro to pochopení.

Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost ve vztahu v souvislosti s nenaplněním očekávání a zklamáním? Nespokojenost se vztahem, partnerem, sebou samým...

Ano, byla jsem nespokojená, protože jsem nebyla respektovaná, což je moje nejdůležitější očekávání.

Pozoroval/a jsi někdy nespokojenost s vlastním intimním životem?

Ano a ten vztah kvůli tomu skončil.

Láska na první pohled existuje.

Souhlasím, 5.

Láska je slepá a nevidí nedostatky.

Souhlasím, 5.

Láska překoná veškeré překážky.

Nesouhlasím, 2.

Spřízněné duše existují.

Souhlasím, 4.

Pravá láska do konce života – Žili spolu šťastně až na věky.

Pokud se na tom pracuje z obou stran, tak ano. Souhlasím, 4, ale musí na tom pracovat oba.

Ideální partner dokáže vyčíst pocity a potřeby toho druhého.

Nesouhlasím, 2, protože si myslím, že pokud to ten partner nechce dát najevo, tak i když jsou na sebe napojení, tak to nemusí ten druhý poznat.

Jaký máš názor/vztah k romantickým komediím jako žánru?

Velice kladný, velice je mám ráda, je to pro mě relaxační typ pořadů.

Jak často sleduješ romantické komedie? Případně jsi sledovala?

Pokud se počítají seriály, tak na denní bázi. Každý den asi vidím epizodu. A filmy tak jednou týdně.

Jaké se ti vybaví typické romantické komedie?

Přes noc třicítkou, Pretty woman, Hříšný tanec...těch je moc, ale úplně brutálně moc...Pan božský...tyjo těch je fakt ale hrozně moc. Tak co ještě třeba, co mám ráda...50 odstínů šedi 1, 2, 3...

Jak ti přijdou romantické komedie realistické?

Není to realistický a je to přikrášlený, samozřejmě zejména pokud je to produkce v USA, tak je to absolutně v jiný dimenzi.

Jak moc se dokážeš ztotožnit s postavami ve filmech?

Když na to koukám, tak jsem to já, ta hlavní postava. V tu chvíli se ztotožňuju absolutně, ale pak si uvědomím, že to není realita a odprostím se od toho. Ale když na to koukám, tak prostě hlavní postava jsem já.

Jakou dle tebe hrají romantické komedii roli v popkultuře? Vybavíš si nějaké typické momenty z těchto filmů? Romantická gesta či ideální postavy?

Stoprocentně žádosti o ruku před tisíci lidma...v restauraci, s orchestrem a tak. Určitě se to propisuje do kultury. A myslím si, že i Valentým je díky tomu o dost víc populární. Myslím, že zejména tady v ČR je to kvůli romantickým komediím.

Vnímáš jinak romantický děj v jiných žánrech? Například romantická dramata – Twilight, Notebook, West Side Story?

Tak to asi patří, prostě je to fajn zpestření. A nevnímám je jinak, asi to mám na stejný úrovni. Ať si pustím cokoliv, tak je to pro mě stejný typ filmu.

Vnímáš romantický děj ve filmech, která se netýkají lásky (Harry Potter, Hvězdné války, Avatar...)?

Mě se to tam líbí, beru to jako zpestření. I třeba v Game of Thrones jsem ty romantický linky brala jako zpestření a rozšíření filmu.

Žena změní svůj charakter i fyzický vzhled kvůli tomu, aby se více hodila ke svému partnerovi.

Pochopila bych to v určitých situacích, ale obecně je to špatně.

Vztah na pracovišti – nadřízený muž a podřízená žena, či naopak.

Absolutně neprofesionální.

Muž vyjádří lásku manželce svého nejlepšího kamaráda, kterou dlouhou dobu miluje a sleduje jen z povzdálí.

Totální zrada a kudla do zad tomu kamarádovi.

Muž si může za peníze koupit lásku ženy drahými dárky a vlastnit ji tak.

Je to o typu žen, podle mě, a neodsuzuju to, ale zároveň bych to nepodporovala a já bych to nepreferovala osobně.

Pokud se muž dostatečně dlouho snaží o ženu, přestože ona nemá zájem, tak ji nakonec získá a je tím odměněn za svou trpělivost, vytrvalost, a za to, že je hodný kluk. („nice guy“).

Mě to přijde jako nereálný. Já z osobního pohledu, kdy by za mnou takhle dlouho pobíhal, a já ho nechtěla, tak se od něj vzdám, než abych ho nakonec přijala. Neukazuje mi to žádný dobrý charakter toho kluka, když se řekne ne a on stejně dolézá.

Forma vztahu kamarádi s výhodami, přestože jeden z nich chce mít vztah.

Kamarádi s výhodami, chápu. Absolutně tomu rozumím a akceptuju to. Ale myslím, že vždycky je na tom jeden z té emocionální stránky hůř a vždycky na to jeden z nich doplatí. Ten jeden je chudák...nemůže říct naplno, co by chtěl a dělá kompromis sám se sebou a musí na to zákonitě doplatit.

Při popisu stejné situace mají muži tendenci se ptát na intimnosti a ženy na romantické a materiální aspekty vztahu.

To si absolutně nemyslím, protože když to vezmu ze svého pohledu, tak s kamarádkami neřešíme, jestli mi odsunul židli, ale o tom, jaký byl večer.

Sexem posedlý muž svaluje svůj sexuální neúspěch na ženy, které o něj nemají zájem, a vnímá je pouze jako sexuální objekty.

Chudák...to je prostě chudák člověk.

Muž ženě přikazuje, jak by se měla chovat a mluvit.

Pokud je žena submisivní a je to její součástí, tak to absolutně chápu.

Idealizace partnera ve vztahu – víra ve vlastní idealistickou představu o partnerovi. Člověk má idealistickou představu o partnerovi ve své hlavě, která ale není vhodnou komunikací konfrontována s realitou.

Tak je to chyba té ženy, která má takovouhle představu. Ona je pak nespokojená a frustrovaná. A je to její chyba, protože ona tu představu musí říct nahlas a buď ten partner může dojít k nějakému kompromisu, že pozmění svojí vlastnost nebo chování. Ale pokud to ta žena neřekne a je to jen její představa v hlavě, tak je to svým způsobem její žena. A myslím, že ženám se to děje spíš, protože očekávají nějaké dané chování. Mají to zblbnutý takhle z těch filmů a očekávají nějakou reakci, kterou pak nemají naplněnou. A děje se to ženám častěji z toho důvodu, že jsou víc zasaženy romantickými filmama.

Příloha 2 – přehled odpovědí (mimo sekce 2)

Sekce 1

R		Věk	Hodnoty	Seznamování	Genderové role	Projevy lásky	Manželství	Svazek	Nespokojenost	Jaká	Intimita
1	M	29	důvěra, komunikace	působení člověka, společná témata	ne	oboje s hranicí	ano	ano	ano	důvod rozchodu, nedostatečná komunikace, záleží na osobním vývoji	ano, dříve, ale není to nejdůležitější
2	M	31	vzájemné pochopení	společná témata	ne, ale je očekávané	oboje s hranicí	spíš ano	ano	ano	neupřímnost, podvádění	ano, když s nikým nejsem
3	F	26	důvěra, komunikace, otevřenost	vzhled, fyzická přitažlivost, bezprostřednost	ano, při iniciaci	oboje s hranicí	ano	ano	ano	mám vysoké nároky na ostatní	ano, je to zrovna aktuální
4	F	26	společné zájmy, respekt	společná témata, vzhled	ano, při iniciaci	soukromé	ano	ano	spíše ne	bylo to nedostatečnou komunikací, která se nakonec vyjasnila	ne
5	F	21	otevřenost, upřímnost	otevřenost, pozitivita, smysl pro humor	ne	soukromé	ano	ne	spíše ne	nemám očekávání	ano, neměla jsem do toho chuť
6	M	24	empatie	společná témata, smysl pro humor	ne	oboje s hranicí	ano	ne	ano	myslel jsem si, že jí dokážu uměnit, ale nevyšlo to	ne
7	M	21	důvěra, sex	vzhled	ne	soukromé	ano	ano velmi	ano	zpodhodnění ve vztahu, brání věci jako samozřejmost, věkový vývoj	ano
8	F	22	důvěra, společné zájmy	otevřenost, společná témata	ano, ale vyrovnaně	oboje s hranicí	ano	ano	ano	neshodné zájmy	ano
9	F	31	respekt	chemie	ne	oboje s hranicí	ano	ano	ano	nebyla jsem respektovaná	ano
10	F	23	důvěra, pochopení	charakter, inteligence	ano	oboje s hranicí	ano	ano velmi	ano	zklamání v prvních láskách, očekávám víc snahy než se dostává	ano, ale spíše romantika
11	M	25	upřímnost, opora	fyzická přitažlivost, společná témata	ne	soukromé	spíš ano	ano	spíše ne	dost komunikuju	ne
12	M	30	společné zájmy, respekt	společná témata	ne	oboje s hranicí	ano	ano	ano	věkový vývoj	ano
13	M	21	porozumění	smysl pro humor	ne	soukromé	spíš ano	spíš ne	ano	hlavní důvod rozchodu	ano
14	F	26	komunikace, důvěra	společná témata, smysl pro humor	ano, při iniciaci	oboje s hranicí	ano	spíš ne	ano	věkový vývoj	ne
15	F	21	důvěra	vzhled, společná témata	ne	oboje s hranicí	ano	ano	ano	neviděla jsem red flags a věkový vývoj	ano
16	F	31	důvěra, otevřenost, upřímnost	chemie	ne	soukromé	ano	ano	ano	ale snažím se snížit očekávání	ne
17	F	21	upřímnost, laskavost	smysl pro humor	ne	oboje s hranicí	spíš ne	ne	ano	rodinné vztahy	ano
18	F	25	morálka, obětavost	smysl pro humor	ano, při iniciaci	oboje s hranicí	spíš ne	spíš ne	ano	dlouhodobě selhávající komunikace	ano, ale až zpětně
19	M	21	důvěra, otevřenost, upřímnost	projevení emoci, komunikace	ano, ale vyrovnaně	soukromé	ano	spíš ano	ano	nedostatečná komunikace	ne
20	M	24	důvěra, společné zájmy	vzhled, společná témata	ano, při iniciaci	oboje s hranicí	ano	ano	spíše ne	nemám zkušenosti	ano, když s nikým nejsem
21	M	22	společné zájmy	komunikace	ne	oboje s hranicí	spíš ano	ano	ano	nenaplnění očekávání v úsilí ve vztahu	ne

22	M	25	tolerance, podpora	vzhled, vzdělání	ne	veřejné	ano	ano	ano	stagnace vztahu	ne
23	F	25	důvěra, úcta, respekt	laskavost, rodinná orientace	ne	oboje s hranicí	ano	ano	ano	izolace od vlastního života	ne

Sekce 3

R		Věk	Vztah k romcom	Sledování	Počet filmů	Konkrétní filmy	Reastičnost	Ztotožnění	Typická gesta	Rom drama	Jiné žánry
1	M	29	oblíbený žánr	často	1	Chceš mě, chci tě	spíš ne, ale něco málo tam je	ano	filmy radi lidem jak na vztahy, princ na bílém koni	příběh diváka více zasáhne	všimnu si toho, ale není to tak důležité
2	M	31	nemám je moc rád	viděl jen pár		Osobní strážce	20% reality	vůbec	žádné	ty mě baví víc, nepotřebuju komedii	myslím si, že to má svoje místo
3	F	26	oblíbený žánr	často	3	Zas tak moc tě nežere, 500 days of Summer, The Breakfast club	spíš ne	někdy	velmi důležité v popkultuře, repráky nad hlavou, láska nebeská v memes	láska tam není dokonalá	je to koření příběhu
4	F	26	oblíbený žánr	často	6	10 důvodů proč tě nenávidím, Jane Austen filmy, Láska nebeská, Notting Hill, 4 svatby a 1 pohřeb, Co ty jsi za číslo	většinou vůbec, ale je i pár reálných	někdy	jsem jenom kluk, který stojí před holkou, běh na letišti	melodramaticky, ale mám radši komedie	když je to přirozené, tak to mám ráda
5	F	21	docela fajn, nerealita	často	4	Pretty woman, Murder mystery, Román pro muže, Ženy v pokušení	vůbec	někdy	flashmob, velkolepé požádání o ruku, jízda v kočáru	líbí se mi víc, jsou reálnější	někdy mi to přijde moc umělé
6	M	24	docela fajn	často	1	10 důvodů proč tě nenávidím	20% reality	ano	repráky nad hlavou, protiklady se přitahují	jsou ok	pokud to posouvá film, je to super, pokud ne, nemělo by to tam být
7	M	21	docela fajn	občas	1	Kamarád taky rád	vůbec	někdy	vidím velký vliv, zejména na holky, balící hlášky	má mě to asi víc vtáhnout do děje	lidé se s tím ztotožňují, protože to zaujme skoro všechny
8	F	22	docela fajn, nerealita	občas, spíš dříve	2	Kamarád taky rád, LOL	spíš ne, ale něco málo tam je	ano	velkolepé požádání o ruku, kytky do práce	základ je podobný a pohádkový	přirozená součást filmu i života
9	F	31	oblíbený žánr	velmi často	4	Přes noc třicátkou, Hříšný tanec, Pan božský, 50 odstínů šedi	vůbec	ano	velkolepé požádání o ruku, popularita valentýnu	vnímám to stejně	je to koření příběhu
10	F	23	oblíbený žánr	velmi často		Zápisník jedné lásky	ano	ano	velkolepé požádání o ruku	baví mě obojí, ale komedie jsou odpočinkovější	přirozená součást filmu i života
11	M	25	docela fajn	občas	5	Moderní popelka, Holka s prknem, Kamarád taky rád, Pretty woman, Deník princezny	spíš ne	spíš ne	plesy	líbí se mi víc, jsou reálnější	lidé se s tím ztotožňují, protože to zaujme skoro všechny, komplexnost postavů někdy je to důležité v příběhu
12	M	30	docela fajn	občas	2	Pretty woman, 500 dní se Summer	většinou vůbec, ale je i pár reálných	někdy	repráky nad hlavou	líbí se mi víc, jsou reálnější	pokud to posouvá film, je to super, pokud ne, nemělo by to tam být
13	M	21	docela fajn	občas	2	Pretty woman, Pan a paní Smithovi	spíš ne, ale něco málo tam je	někdy	silný vliv na představy	je to ještě extrémnější než komedie	lidé se s tím ztotožňují, protože to zaujme skoro všechny
14	F	26	oblíbený žánr	často	4	Kamarád taky rád, Prázdny, Prcičky, Láska nebeská	spíš ne, ale něco málo tam je	ano	chlapek hraje před domem na kytaru	je to taky přehnané	přirozená součást filmu i života
15	F	21	docela fajn, nerealita	často	1	Láska nebeská	spíš ne, ale něco málo tam je	někdy	velkolepé požádání o ruku	líbí se mi víc, jsou reálnější	pokud to posouvá film, je to super, pokud ne, nemělo by to tam být
16	F	31	oblíbený žánr	velmi často	3	Kamarád taky rád, Pretty Woman, PS Miluji tě	tak napůl	ano	boj o někoho	vnímám to stejně	přirozená součást filmu i života
17	F	21	docela fajn	často	1	Kissing booth	20% reality	spíš ne	repráky nad hlavou	líbí se mi víc, jsou reálnější	je to koření příběhu
18	F	25	oblíbený žánr	občas	3	Submarine, 500 dní se Summer, Juno	tak napůl	vůbec	čekání před barákem, čekání na nádraží, překvapení	podobně, ale komedie jsou jistější že to dopadne	někdy jsou možná i zajímavější, protože je člověk nečeká
19	M	21	docela fajn, nerealita	často		Call me by your name, Rosamund Pilcher	spíš ne	někdy	šťastné až do smrti, kontrast s vlastní nespokojeností	líbí se mi víc, jsou reálnější	lidé se s tím ztotožňují, protože to zaujme skoro všechny
20	M	24	docela fajn	občas, spíš dříve	4	Long shot, 10 důvodů proč tě nenávidím, Kissing Booth, To All the Boys I Loved before	spíš ne	někdy	beznadějný romantik	je to ještě extrémnější než komedie	přirozená součást filmu i života

21	M	22	docela fajn, nerealita	občas	1	500 dní se Summer	vůbec	někdy	láska na první pohled	líbí se mi víc, jsou reálnější	přirozená součást filmu i života
22	M	25	nemám je moc rád	občas	2	Deník Bridget Jones, 50 odstínů šedi	tak napůl	někdy	žádné	je to ještě extrémnější než komedie	je to koření příběhu
23	F	25	oblíbený žánr	často, spíš dříve	3	Prázdniny, Pravá blondýnka, Kissing booth	spíš ne, ale něco málo tam je	spíš ne	okázalost	líbí se mi víc, jsou reálnější	je to koření příběhu

Sekce 4

R		Věk	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	M	29	KO, žena by měla být sama sebou	OK, ale může nastat problém	0, když je to kamarád tak to neřeknu	KO, nikdo nikomu nepatří	OK, sám jsem se snažil a dopadlo to dobře	0, nemám názor	KO, spíš naopak	KO, všechno špatně	KO, psychické týrání	KO, vlastní představy nejsou dobré, je nutné člověka poznat
2	M	31	KO, proč by to dělala	OK	KO, těžko jak to dopadne	0, kupovat může, ale nevlastní ji	KO, to nefunguje	KO, nefunguje	KO	0, někdo to tak může asi mít	KO	OK, to se děje
3	F	26	KO, odsuzuju	0, reálné a časté	0, je to docela přirozené	0, záleží na hodnotách, kupuješ si pozornost	0, to se děje, ale není to dobré pro ženu	OK, je to běžné	OK, ale je to stereotyp	KO, to je hraniční případ ale děje se to	0, záleží na dynamice vztahu, děje se i naopak	OK, to se děje
4	F	26	KO, nemůžeš se měnit od základu	OK, ale může nastat problém	KO, ale vnímám tu romantiku	KO, ale asi to může fungovat	KO, když vidím nice guye z odstupů tak je to špatný	0, záleží	KO, stereotyp	KO, je to teenager přístup	KO, stává se to ale a možná to tak některé ženy chtějí	OK, to se děje, ale vede to ke zklamání
5	F	21	KO, ale děje se to	0, reálné a časté	KO, je to smutný a záleží na situaci	KO, ale není to láska, je to chtíč	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	KO, nefunguje	KO	KO	KO, ale i naopak	OK, to se děje
6	M	24	KO, žena by měla být sama sebou	OK, ale může nastat problém	KO, je to creepy	0, záleží na hodnotách	0, ta žena je asi trochu nucená	KO, nefunguje	KO, stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, to není hezký	OK, to se děje, ale vede to ke zklamání
7	M	21	KO, žena by měla být sama sebou	KO, střet zájmů	KO, je to hrozně komplikované	0, záleží na hodnotách	OK, holky hrajou nedostupný	KO, nefunguje	KO, spíš naopak	KO, je s ním něco špatně	KO, ale i naopak	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
8	F	22	KO, žena by měla být sama sebou	0, reálné a časté	KO, je to smutný a záleží na situaci	KO, ale není to láska, je to chtíč	0, záleží na okolnostech u ženy	KO, nefunguje	KO, spíš naopak	KO, je s ním něco špatně	KO, psychické týrání	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
9	F	31	KO	KO, neprofesionální	KO, zrada	0, záleží na hodnotách	KO, nepříjde mi to reálný a kluk je otravný	0, záleží	KO, spíš naopak	KO	0, záleží na dynamice vztahu	KO, musí se komunikovat, je to chyba té ženy, děje se to hlavně ženám
10	F	23	0, není to dobré, ale je to běžné	0, komplikované	0, láska je láska, neměl by to držet v sobě	KO, ale není to láska, je to chtíč	0, to se děje, ale není to dobré pro ženu	0, záleží	OK	KO, je s ním něco špatně	KO, to není hezký	OK, to se děje
11	M	25	0, lidé se mění, ale tohle je extrém	0, komplikované	KO, je to smutný a je pozdě	0, záleží na hodnotách, kupuješ si pozornost	KO, když to nejde hned, tak to nejde nikdy	KO, nefunguje	OK, ale je to stereotyp	KO, je s ním něco špatně, je to v hlavě	KO, ale i naopak, záleží na dynamice vztahu	KO, děje se to, ale může dojít až k nebezpečnému střetu s realitou
12	M	30	KO, nemůžeš se měnit od základu	0, reálné a časté	KO, zrada	0, záleží na hodnotách	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	KO, nefunguje	OK, ale je to stereotyp	KO	KO, to není hezký	OK, to se děje
13	M	21	KO, žena by měla být sama sebou	OK, ale může nastat problém	KO, nereálné a je asi problém v původním vztahu	0, je tam hranice mezi radostí a koupením	OK, rád bych věřil že se to děje	KO, nefunguje	OK	KO, je s ním něco špatně	0, záleží na dynamice vztahu	OK, to se děje, ale vede to ke zklamání
14	F	26	0, ženy mají tendenci se měnit	KO, neprofesionální	0, může se to dít a je to reálné	0, záleží na hodnotách	KO, přijde mi to hodně filmové	0, záleží	OK	KO, je s ním něco špatně	KO	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
15	F	21	KO, žena by měla být sama sebou	0, komplikované	KO, je to hrozně komplikované	KO, ale není to láska, je to chtíč	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	KO, nefunguje	OK, ale je to stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, psychické týrání	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
16	F	31	KO, ale děje se to	OK	0, může se to dít a je to reálné	0, záleží na hodnotách	OK, přijde mi to romantické	KO, nefunguje	OK	0, někdo to tak může asi mít	0, záleží na dynamice vztahu	OK, to se děje
17	F	21	KO, žena by měla být sama sebou	KO, zneužití moci	KO, je to creepy	KO, zneužití moci	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	KO, nefunguje	KO, stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, ale i naopak	OK, to se děje, ale vede to ke zklamání
18	F	25	KO, žena by měla být sama sebou	KO, zneužití moci	KO, je to hrozně komplikované	KO, ale někdy to tak funguje	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	0, záleží	KO, stereotyp	KO, je s ním něco špatně	0, záleží na dynamice vztahu	OK, to se děje, ale vede to ke zklamání
19	M	21	OK	KO, zneužití moci	KO, zrada	KO, zneužití moci	0, to se děje, ale není to dobré pro ženu	OK, je to běžné	OK, ale je to stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, psychické týrání	OK, to se děje

20	M	24	KO, žena by měla být sama sebou	KO, zneužití moci	OK	0, záleží na hodnotách	KO, když vidím nice guye z odstupů tak je to špatný	KO, nefunguje	KO, stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, to není hezký	OK, to se děje
21	M	22	OK	KO, neprofesionální	KO, je to hrozně komplikované	KO, nikdo nikomu nepatří	KO, když vidím nice guye z odstupů tak je to špatný	0, záleží	KO, stereotyp	KO, je s ním něco špatně	KO, ale i naopak	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
22	M	25	KO, žena by měla být sama sebou	OK	KO	KO, ale asi to může fungovat	OK	OK, je to běžné	OK	KO, je s ním něco špatně	KO, to není hezký	OK, to se děje, ale mělo by se hlavně komunikovat
23	F	25	OK	0, komplikované	KO, je to smutný a je pozdě	KO, ale není to láska, je to chtíč	KO, člověk by měl věřit úsudku na začátku	KO, nefunguje	OK	KO, je s ním něco špatně	KO, to není hezký	OK, to se děje