

**Hodnocení: Zajímavá volba tématu a výzkumných otázek (byť jsou dost široké), čtivé zpracování, dobrá stylistická i formální úroveň. Má hlavní výtka se týká práce s daty – jednak se o sběru dat nedozvídáme žádné podrobnosti, jednak vaše závěry s daty nejsou příliš propojeny. Data nenabízíte ani formou úryvků z terénních poznámek atd. Dá se říci, že váš text neobsahuje nic, co by nevěděl člověk jakžtakž zběhlý v etiketě či gastronomii, aniž by k tomu potřeboval terénní výzkum, na kterém by měl být text ale postaven.**

# Masarykova univerzita

Fakulta sociálních studií



## **Gender v terénu: metody kvalitativního výzkumu (GEN107)**

*Závěrečná esej*

Konířová Tereza (učo 414691)

Langerová Barbora (učo 414932)

Obrtelová Lucie (učo 414955)

Opletalová Monika (učo 350211)

Brno 2014

V našem výzkumu bychom se rády věnovaly projevům feminity a maskulinity při přímé sociální interakci. Jako místo pro uskutečnění našeho výzkumu, v němž stěžejní metodou bude pozorování, jsme zvolily restaurace a hospody. Budeme porovnávat, jak se liší sociální projevy jedince v závislosti na prostředí, v němž se nachází. Konkrétně se zaměříme na porovnání toho, jak muži či žena zachází se svou tělesností v každém z podniků (jakým způsobem se posadí, kam se posadí, kdo se posadí první), uděláme analýzu rozdílů v oblékání. Dále také toho, kdo z nich se angažuje v objednávání či následném placení účtů a v neposlední řadě na omezování projevů emocí a jejich chování. V naší práci si klademe dvě následující výzkumné otázky : „Jak se liší projevy maskulinního a feminního chování v gastronomických podnicích s odlišnou společenskou prestiží?“ a „Jak se rozdílná úroveň prostředí určených primárně k sociální interakci projevuje na chování jednice?“

Celý výzkum vztáhneme ke konceptu Ervinga Goffmana z díla *Všichni hrajeme divadlo* (1999), v němž popisuje pomocí názvosloví z divadelního světa sebezprezentaci jedince v každodenním životě. „Do té míry, do jaké tato maska reprezentuje představu, jakou jsme si o sobě vytvořili – roli, kterou se pracně snažíme naplnit – je maska naším pravdivějším já, oním já, kterým bychom chtěli být. Naše představa o vlastní roli se nakonec stane druhou podstatou a nedílnou součástí naší povahy.“ (Goffman, 1999: 27)

Zvolenou metodou sběru dat je v našem výzkumu pozorování. Vhodné a efektivní je zejména v případě komparace dvou jevů a chceme-li dostat detailní pochopení zkoumaného fenoménu. Možná rizika v případě pozorování se týkají především osoby samotného výzkumníka. Někdy je složité pochopit dění v širším kontextu nebo se nenechat ovlivnit subjektivními dojmy či předchozími zkušenostmi. (Reichel, 2009) V našem případě se jednalo o nestandardizovanou formu pozorování, kdy jsme zvolily pouze cíl pozorování a ostatní aspekty doplňovaly podle průběhu. Nepoužívaly jsme na místě záznamové archy, ani se zvlášť nesoustředily na konkrétní časy a místa. Standardizované pozorování se v metodologii kvalitativního výzkumu

vyskytuje pouze zřídka. Pozorování bylo dále zúčastněné, abychom mohly odhalovat i na první pohled skryté detaily. Spolupodílely jsme se tak na vytváření reality, ale v zásadě jsme ji nijak neovlivňovaly. Některé situace vyžadovaly pozorování nezúčastněné, například když jsme se věnovaly partnerským dvojicím. Naše pozorování bylo dále skryté, a to z důvodu zabránění intervence, která by naopak data ovlivnila zcela určitě. Skryté pozorování často skýtá riziko odhalení a znemožnění či dokonce znehodnocení celého výzkumu. To nám však nehrozilo a ani k ničemu podobnému nedošlo. Při skrytém pozorování vyvstávají také různé etické otázky. Přesto nám však připadalo nutné zvolit tuto metodu, jelikož výzkum by byl v případě zjevného pozorování znehodnocen. Domníváme se také, že naše volba z hlediska etiky stále přijatelná a spíše méně závažná. (Reichel, 2009)

### **Restaurace s vyšší společenskou prestiží**

Část výzkumu prováděná v podnicích s vyšší společenskou prestiží je co do rozmanitosti poněkud chudší. Je to zejména proto, že spolu s počtem hvězdiček se k podniku váže i očekávání určitého standardu v oblasti správného chování, které je v různých mírách zhuštěno do příruček či vzdělávacích programů a má z velké většiny případů značně omezující charakter. Důraz, jaký je kladen na společenské chování hostí, je však proměnlivý spolu s denní dobou a samozřejmě, zaleží na příležitosti návštěvy podobné restaurace. Ze všech pozorovaných případů můžeme, vzhledem k množství opakujících se prvků, vybrat pouze několik ilustračních, jejichž komparací se pokusíme nastínit shodnost či rozdílnost jednání návštěvníků.

Hovoříme-li o proměnlivosti chování s denní dobou, máme na mysli čas oběda a samozřejmě večeře. Ten první bývá právě tím, který je k ústupkům od zásad vybraného chování benevolentnější. Ovšem ne ke všem. Jedním z nejdůležitějších aspektů, které se k představě luxusní restaurace pojí, je dress code. Obecně se podniky s vysokým statutem neobyčejně dobře hodí k pozorování Bourdieho konceptu somatizace nadvlády a vpisování genderu do těla. (Bourdieu, 2000) Nepohodlné a svazující oblečení, které je u žen považováno za společenské, je v těchto prostorech podmínkou. Úzké sukně či těsné šaty bránící v pohybu, lodičky s vysokými podpatky podryvající stabilitu,

nemluvě o některých odvážnějších modelech večerních šatů, které jsou svým střihem často zdrojem neustále hrozícího nebezpečí faux pas. Prostřednictvím nejen oblečení však ženské tělo podléhá neustálé kontrole, účes a make-up plní zcela totožnou funkci – potlačují a maskují detaily, které ženu vzdalují ideálu krásy. (Wolf, 2000) Svázanost, nepohodlí a nutnost neustálé kontroly – obrázek dokonale oblečené ženy. Pánské oblečení se svým typem naopak natolik neodlišuje, klasický oblek a pohodlné boty zaručují schopnost muže být v jakémkoli okamžiku ženě oporou, kdyby jí snad kvůli nestabilní obuvi hrozil pád.

Tím se také dostáváme k dalšímu aspektu, kterými jsou gesta. Obě oblasti jsou vzájemně svým způsobem spjaty, proto asi nikoho nepřekvapí gesto nabídnutí rámě při cestě ke stolu. Opět jsme u vysokých podpatků, žena je ke svému místu vedena a posléze usazena, tím pádem v jistém smyslu zbavena vlastní vůle. Muž v takové situaci figuruje jako ochránce a vůdce. (Mac an Ghail, 2007).

Přejdeme-li k samotnému zacházení s tělem, málokteré jiné místo, než jsou právě luxusní restaurace, poskytuje pohled na tak precizní Goffmanův gender display (Goffman, 1976). Když pomíneme běžné zásady slušného chování platící pro obě pohlaví, jako jsou například lokty na stole, neexistuje správná předloha mužského stylu usazení, ti tedy zaujímají většinou běžnou pohodlnou polohu, často se mohou bez problémů opřít. Žena však má svou pozici předepsanou nejen stylem zvoleného oblečení. Držet kolena těsně u sebe se v případě šatů či sukně rozumí samo sebou, ale Goffman toto pravidlo vysvětluje snahou působit co nejkřehčím dojmem, tedy zabírat co nejmenší prostor. Na rozdíl od mužů, pro něž je přirozené zaujímat naopak prostoru co nejvíce a působit dominantně. Lhostejno, v jaké společnosti se právě nachází (Goffman, 1999). Také samotný projev obě pohlaví stylizují do své role, zatímco muži mluví většinou běžným tónem hlasu, ženy mají často tendenci tlumit hlas a nepřitahovat pozornost. Při komunikaci s obsluhou za sebe ženy nechávají hovořit muže téměř vždy a v některých situacích se obsluha na ženy vůbec neobrací. Zajímavým příkladem je toho například výběr vína. Obsluhující číšník vždy s nabídkou vinného listu osloví muže a také při charakteristice vína mluví na něj. Ochutnávka samozřejmě také spadá do mužské kompetence a souhlas s výběrem už je jen formalita. Ze všech

pozorovaných případů se stalo jen jednou, že muže zajímal názor partnerky na to, co budou oba k jídlu pít.

V těchto projevech nerovnoměrného rozdělení kontroly nad průběhem večera bychom mohly pokračovat opravdu dlouho. V některých podnicích dokonce lze stále ještě narazit na zvyk předkládat dámám menu bez cen. Chtěli-li byste pátrat po vysvětlení tohoto opatření, dočetli byste se pravděpodobně, že jde o snahu neuvádět do rozpaků pozvaného hosta – tedy pochopitelně ženu, nicméně i v tomto gestu lze nalézt určité stereotypy v rozdělování moci a snahu o kontrolu (Mac an Ghail, 2007).

### **Restaurace s nižší společenskou prestiží**

Jako opak k restauracím s vyšší společenskou prestiží jsme zkoumaly ty, které nemají tak vysokou společenskou prestiž a které navštěvují lidé ze střední a nižší třídy. Tyto restaurace jsou pro ně vhodné nejen kvůli nižším cenám, ale také proto, že zde nezáleží na oblečení, upravenosti a jednání. Díky těmto předpokladům byl výzkum v tomto typu podniků pro nás jednodušší. Měly jsme více možností k návštěvě takovýchto restaurací.

I přesto, že zde není důležité, jak je kdo oblečený, upravený a jak jedná, často můžeme některé prvky spojené s maskulinním, či femininním jednáním pozorovat. Ať už se jedná o upravenost žen, kdy na ženy působí tzv. „mýtus krásy“, nebo to, že ženy ve většině případů zabírají menší prostor. Avšak žádný z těchto genderových stereotypů není po nich vyžadován. Žena může přijít do restaurace v jakémkoliv oblečení, nenalíčená a neučesaná. Často jsou však i zde ženy ovlivněny symbolickým násilím, které popisuje ve svém díle *Nadvláda mužů* Bourdieu. Lidé berou toto násilí jako přirozené a nemají pocit, že by měli něčemu vzdorovat. Jednají takovým způsobem, jako by byli někým neustále kontrolováni. (Bourdieu, 2000) Dělalí to, co se od nich vyžaduje, to jak se mají oblékat, nebo jak mají jednat. Příkladem může být zabírání menšího prostoru a neustálé upravování. Snad každá žena se před odchodem z toalety, podívá do zrcadla a poupraví svůj vzhled. U mužů je tomu jinak. Často jim je jedno, co mají na sobě. Navštěvují restaurace během obědové přestávky v práci, kdy na sobě mají pracovní oblečení, žádným způsobem se nemusí upravovat. Společnost to od nich nevyžaduje. Nemusí dodržovat žádný způsob jednání.

Nedodržují se tu však tolik společenské normy, které jsou běžné pro podniky s vyšší společenskou prestiží. Muži nenabízí ženám rámě při cestě ke stolu, nepomáhají jim usadit se, jídelníčky nejsou rozděleny na mužské a ženské, apod. V běžné restauraci neuvádí ke stolu číšník a není podmínkou, že platí muž. Při placení se setkáme s třemi druhy, platí muž, platí žena nebo platí každý sám za sebe. Jde o to, zda jsou muž a žena partneři, nebo jdou do restaurace na jídlo z jiných důvodů (pracovní jednání, přátelé apod.). V prvním případě často platí společně, ve druhém každý sám za sebe.

Při vybírání jídla a pití, dostane každý svůj vlastní jídelní lístek. Ve všech jsou uvedené ceny. Číšník často objedná nejdříve nápoje, které si každý zvolí sám, později objedná jídlo. Není však dané, kdo by měl objednávat. U stolu se buď dohodnou a jeden z nich vše řekne číšníkovi, nebo si každý objedná své jídlo, jako je tomu u pití.

U objednávání vína záleží na tom, v jaké restauraci se nacházíme. V některých nám nedají víno ani ochutnat a ihned nám je nalijí. Je tomu tak ve většině případů, pokud si objednáme pouze jednu skleničku. Jestliže si chceme objednat celou lahev vína, v některých restauracích nám dají ochutnat a vybrat z více druhů vín. Ve většině případů i zde platí, že ochutnává a volí muž.

Jak můžeme vidět, některé společenské normy mohou platit i pro osoby v restauracích s nižší společenskou prestiží. Není to však nutnost, kterou by musel každý dodržovat. I dnes stále pociťujeme vliv symbolického násilí, kdy se nám zdá přirozené to, co po nás vyžaduje společnost. Neustále jsme pod něčí kontrolou, a proto se musíme stále hlídat. Symbolické násilí má větší vliv na ženy než na muže, a to nám dokazuje i jednání lidí v restauracích.

## **Závěr**

Výsledek našeho výzkumu je takový, jaký jsme očekávaly a v souladu s rešeršemi teoretických konceptů, o které jsme začátek našeho výzkumu opíraly. Gastronomická zařízení s vyšší úrovní společenské prestiže vyžadují silněji genderované chování všech účastníků interakcí, které se zde odehrávají. Nejznatelnější rozdíly jsme zpozorovaly v oblékání a v zacházení s tělesností. Ženy dávají často přednost nepohodlným, nepraktickým a svazujícím kouskům, které je mimo jiné často způsobují také jejich

objektivizaci. Muži zde přirozeně dominují v jakékoli situaci. Na rozdíl od ostatních úrovní podniků, velmi výrazně také ve výběru jídla a pití a také samotného podniku. To vše v zásadě kontrastuje s projevy chování, které jsme pozorovaly v gastronomických zařízeních nižší úrovně, kde jsme nejednou zaznamenaly rovnocenné jednání hostů mezi sebou a také ze strany obsluhy. Lze tedy s určitostí říci, že čím luxusnější je navštěvovaný podnik, tím větší rozdíly můžeme nalézt v chování žen a mužů a znatelněji pozorovat feminní a maskulinní projevy či genderové stereotypy v odehrávající se realitě. Tento fakt lze přičíst na vrub samotnému přijímání pravidel společenského chování, které jakožto produkt společenských norem vytvářených muži upevňuje genderové stereotypy a podporuje nerovnoměrné rozložení moci. Společenské chování jako takové hraje důležitou roli v oblasti udržování kontroly nad ženami a jde ruku v ruce s hluboce zakořeněným genderově stereotypním vnímáním společnosti.

#### **Použité zdroje :**

Bourdieu, Pierre. 2000. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum.

Goffman, Erving. 1976. "Gender Display." *Studies in the Anthropology of Visual Communication* 2: 69-77.

Goffman, Erving. 1999. *Všichni hrajeme divadlo*. Praha: Studio Ypsilon.

Mac an Ghail, Máirtín a Haywood, Chris. 2007. Representing engendered bodies. In: *Gender, Culture and Society*. Palgrave Macmillan: Houndmills, Basingstoke a New York

Reichel, Jiří. 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing.



Wolf, Naomi. 2000. Mýtus krásy. Bratislava: Aspekt.