

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

2020

Libuše Pipotová

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Konstrukce feminity a maskulinity mezi
zaměstnanci ve firemním prostředí**

Libuše Pipotová

Plzeň 2020

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie

Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

**Konstrukce feminity a maskulinity mezi
zaměstnanci ve firemním prostředí**

Libuše Pipotová

Vedoucí práce:

Mgr. Tomáš Hirt, Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Konzultantka:

Mgr. Gabriela Fatková, Ph.D.

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2020

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, květen 2020

.....

Mé poděkování patří panu Mgr. Tomášovi Hirtovi, Ph.D. za vedení práce a mé konzultantce paní Mgr. Gabriele Fatkové, Ph.D. za trpělivost a cenné rady při vzniku této práce. V neposlední řadě také vstřícnému personálu firmy, bez jejichž ochoty by práce nemohla vzniknout.

Obsah

1 ÚVOD	1
2 TEORETICKÁ ČÁST	3
2.1 Feminita, maskulinita.....	3
2.2 Gender a pohlaví	7
2.3 Judith Butler a teorie genderové performativity	8
2.4 Genderové stereotypy	11
2.5 Feministická antropologie jako typ diskurzu	12
2.6 Sandra Bem a teorie genderových skel	15
3 METODOLOGICKÁ ČÁST	16
3.1 Cíle výzkumu a formulace výzkumných otázek	17
3.2 Výzkumný vzorek a výzkum v terénu	17
3.3 Tvorba a analýza dat.....	18
3.4 Etika výzkumu	20
4 RESPONDENTI	21
4.1 Respondent 1 (HR Manager).....	21
4.2 Respondent 2 (jednatel společnosti).....	21
4.3 Respondent 3 (IT Manager).....	22
4.4 Respondent 4 (Shift leader - žena).....	22
4.5 Respondent 5 (Shift leader - muž).....	23

4.6 Respondent 6 (dělnická profese)	23
4.7 Respondent 7 (dělnická profese)	24
5 ANALYTICKÁ ČÁST	25
5.1 Přehled logistického slangu	25
5.2 Prostor logistické firmy	26
5.3 Mužské prostředí IT vs feminizované HR.....	32
5.4 „Doing“ gender a interakce	34
5.5 Symbolická nadvláda mužů a maskulinita organizace ..	38
5.6 Gender a konflikt rolí	40
6 ZÁVĚR.....	44
7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	46
7. 1 Internetové zdroje	49
8 RESUME.....	50

1 ÚVOD

Firemní prostředí, jakožto subdisciplína pracovního prostředí, které se stalo součástí výzkumu této bakalářské práce, považuji za významnou instituci, která v dnešním, stále rychleji se rozvíjejícím, globalizovaném světě nabývá významné funkce. Díky stabilně se rozvíjející ekonomice, vysoké poptávce a maximálního zisku organizací, zažívá oblast logistiky a vyššího managementu ve firmách vysoký nárůst. Studie je založena na výzkumu regionu, na kterém se tento rychlý růst viditelně projevuje. Jedná se o pohraniční region Tachovska, který díky své blízkosti německých hranic zažívá skutečný nárůst nově vznikajících firem, a to zejména v oblasti logistiky. Jednou z nově se rozvíjejících lokalit je průmyslový CTPark Bor, Nová Hospoda, jehož výstavba začala před patnácti lety. Lokalita zaujímá strategickou polohu v blízkosti německých hranic a je umístěna na dálnici E50/D5. S přibývajícím počtem firem roste i počet pracovních míst. Tyto firmy nabízejí pracovní místa od nejnižších dělnických pozic, jako je manipulační dělník/dělnice, operátor/operátorka skladu, přes oblast středního managementu, tam se řadí řídicí pozice jako je Shift leader, Team leader, až po pozice v oblasti vyššího managementu, například IT Manager, HR Manager, Facility Manager. Z potřeby obsazování velkého množství pracovních pozic zde vzniká prostor pro přijímání lidí bez odborné kvalifikace. Dělnické, řídicí a manažerské pracovní pozice jsou tak obsazovány muži a ženami převážně bez ohledu na dosažené vzdělání, zkušenosti, národnost nebo věk. Tento trend má za následek určitou pestrost, které jsem se rozhodla věnovat pozornost.

V práci trávíme většinu svého aktivního času. Práce a lidé v ní nás výrazně utvářejí a formují. Vzniká zde prostor pro výzkum a analýzu toho, jakým způsobem se jedinci v daném prostředí socializují, jak je konstruována mužskost a ženskost v těchto specifických profesních oblastech a jak se tyto konstrukty performují ve firemním prostředí i mimo něj. Téma konstrukce ženství a mužství v prostředí velkých firem

je zajímavé zejména v komparaci s historickými dogmaty a genderovými stereotypy o utváření „tradičních“ genderových rolí.

Hlavním tématem této bakalářské práce je analyzovat, jakým způsobem se utváří, formuje a manifestuje ženství a mužství v prostředí velkých firem. Práce se snaží uchopit firemní prostředí jako instituci, mající vliv na chování, jednání a reprezentaci zkoumaných jedinců v oblasti firemního provozu. Práce se zabývá konstrukcí ženskosti a mužskosti, genderových stereotypů a utvářením identity ve vztahu k profesi. Cílem práce je zjistit, jakým způsobem je prezentováno mužství a ženství ve firemním prostředí. Práce se snaží analyzovat konstrukci ženského a mužského chování, respektive jak je feminní a maskulinní chování uchopeno jednotlivými aktéry. Způsoby, kterými lidé zachází s feminitou a maskulinitou jsou nejen individuální, ale také závisí na prostředí, ve kterém byli jedinci socializovaní a prostředí, do něž svou performanci genderu aktuálně zasazují. Člověk se nerodí jako muž nebo žena, ale musí se naučit jako muž či žena jednat a to v různých sociálních nikách, mezi nimiž a tedy i mezi různými genderovými režimy, se učí efektivně přepínat (Jandourek 2001: 90).

Bakalářská práce je rozčleněna do částí teoretické, metodologické a analytické. Nejprve v rámci teoretické části představuji genderový diskurz, jeho souvislosti v historické perspektivě, výchozí pojmy s ním spojené a teoretické přístupy, které se k dané problematice vztahují. V metodologické části je popsán přístup a metody použité během sběru dat. Poslední část je věnována analýze a interpretaci dat z vlastního výzkumu. V této části věnuji pozornost specifickému prostředí logistické firmy a jeho vnitřní diferenciaci.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Feminita, maskulinita

Potřeba vyskytující se ve všech společnostech, je snaha rozlišit a pojmenovat rozdíl mezi muži a ženami. To s sebou přináší pojmy jako je feminita a maskulinita. Feminita a maskulinita není to samé jako žena a muž. Jsou to slova pocházející z latiny a rozumíme jimi ženské a mužské. Tradičně mužské a ženské rysy se vyskytují u obou pohlaví, tedy žena může být maskulinní a stejně tak muž může být femininní.

„K feminitě neboli ženskosti bývají přiřazovány vlastnosti, jako je pasivita, soucit, pocity odporu při kontaktu s něčím nepříjemným, čistota, jemnost, emocionalita, závislost, takt, silnější potřeba vyjadřovat pocity, klid upravenost a krása. K ženským zálibám jsou přiřazovány aktivity umělecké či domácí rukodělné činnosti“.

„Mužnost či maskulinita zahrnuje vlastnosti veskrze opačné, jako například potlačování emocí, orientace na práci, aktivitu, dominanci, soutěživost a vyšší společenské postavení. Za maskulinní jsou považovány zájmy technické a sportovní (počítače, automobily, fotbal).“
(Nakonečný cit. v Janošová 2008: 40)

V antropologii se od třicátých let dvacátého století začalo rozvíjet studium rozmanitosti a dělby genderových rolí v různých společnostech, u kterého hrála významnou roli americká antropoložka Margaret Meadová. Na téma maskulinita a feminita přispěla razantně již v roce 1949, když napsala: *„Je třeba oprostít se od tradovaných předsudků jako: My ženy nejsme jako muži, my jsme citlivější, vnímavější!“* (Mead cit. v Heller 2004: 4). Meadová stála za konceptem rozlišovat biologické pohlaví od pohlaví sociálně konstruovaného, tedy že ženské a mužské chování není nutně biologicky daný rozdíl, jelikož má v různých kulturách různé podoby. Pojetí genderu coby sociálního pohlaví vychází z práce této autorky, která pod názvem *Sex and Temperament in Three Primitive Societies* vyšla roku 1935 Český tato práce vychází pod názvem Pohlaví

a temperament u tří primitivních společností v překladu Gisely Kubrichtové v roce 2011. Práce podnítila zájem o detailnější studium vztahů kultury a biologie (*nature versus nurture*), tedy o studium kulturní variability a variability genderových rolí. To v pojetí Meadové znamená, že sociální konstrukce a individuální odlišnosti mezi pohlavími hrají významnější roli než rozdíly genetické, tedy biologické (Mead 1935). Margaret Meadová realizovala řadu terénních výzkumů zejména v oblasti Tichomoří, kterými chtěla upozornit, že rozhodujícími faktory při formování mužské a ženské role v průběhu socializace, není biologie a genetika, ale právě kultura a s ní spjaté naučené vzorce chování a prožívání. Tyto názory shrnula v knize *Mužství a ženství: studie pohlaví v měnícím se světě* (1949). Meadová svými výzkumy výrazně přispěla k formulaci hypotézy, že status, role, vlastnosti a funkce, které lidé v různých společnostech spojují s maskulinitou a feminitou, nevyplynou z biologických rozdílů mezi muži a ženami, ale vznikají jako produkt kulturních předpokladů a praktik, které se mění v historickém čase i geografickém prostoru (Soukup 2011: 15). Narozdíl od pohlaví, které je dáno biologicky, je gender soubor vlastností, které jsou přisuzovány sociálně a mění se podle historického vývoje. Pohlaví je biologickou charakteristikou, gender společenskou konstrukcí odrážející očekávání, spjatá s chováním muže či ženy. Chceme-li hovořit o takzvaném „*doing*” genderu, hovoříme o utváření rozdílů mezi muži a ženami. Tyto rozdíly nejsou biologické (West, Zimmerman 2007: 100).

Pierre Bourdieu, autor knihy *Nadvláda mužů* (2000) poskytl pevný teoretický základ pro studium sociologie genderových vztahů. Klasický koncept sociální role v rámci působení genderu - zde ženská nebo mužská role - odkazuje na konkrétní a dobře definované situace, například mezi manželským párem, mezi rodiči nebo při sexuální interakci. Naopak, pohlaví je dimenze společenského jednání, která je vždy přítomná. Tento fakt se odráží i do dělby práce na základě pohlaví. *„Biologický rozdíl mezi pohlavími (mužským a ženským tělem) a hlavně anatomický rozdíl mezi pohlavními orgány, se tak může jevit jako přirozený důvod sociálního*

rozlišování mezi rody, a zvláště pak rozlišování práce podle pohlaví.“ (Bourdieu 2000: 13)

Na Bourdieuho v tomto směru navazují autoři Candace West a Don Zimmerman v publikaci *Doing gender* (1987). Gender může být „dělán“ v práci, doma, na ulici, ve škole. *„Dělání genderu zahrnuje soubor sociálně řízených činností v rovině vnímání, interakcí a mikropolitiky, jež odrážejí konkrétní zájmy beroucí na sebe podobu maskulinní a femininní „přirozenosti““* (Goffman cit. v West, Zimmerman 2007: 102)

Dále pak jedince tvoří to, co rutinně dělá v interakci s jinými jedinci (Tamtéž: 109-110). Bourdieu ve svém článku vychází z analýzy berberské společnosti Kabyľů, která se vyznačuje společenským a kosmickým řádem založeným na rozdělení předmětů a činností podle opozice mezi ženským a mužským. Výsledky svého zkoumání se snažil převést na současnou společnost a najít v ní tradiční modely vztahu muže a ženy. Bourdieu přichází s rozsáhlým, strukturovaným schématem opozic, na základě kterých rozděluje mezi mužem a ženou. Poskytuje tak teoretický klíč pro analýzu (nejen) dělby práce mezi pohlavími (Bourdieu 1998). Rozdíl mezi maskulinitou a femininitou a s nimi spojovanými vlastnostmi se jeví jako přírodní, přirozený a neměnný fakt, což je dle Bourdieua v procesu naturalizace. Dochází tak k tomu, že se *„udržují při životě předsudky, jež se z nich rodí, jsou tak chodem světa, a hlavně všemi biologickými a kosmickými cykly, neustále potvrzovány.“* (Bourdieu 2000: 11)

V sedmdesátých letech 20. století se holandský vědec Geert Hofstede zkoumající rozdíly a interakce mezi různými národními a organizačními kulturami, věnoval výzkumu postojů a hodnot zaměstnanců. Na základě zkoumaných dat z poboček IBM definoval pět univerzálních kulturních dimenzí: jednou z nich je dimenze maskulinity a feminity. Ve své knize *Masculinity and femininity: the taboo dimension of national cultures* (1998) vymezuje v rámci dvou komunikačních modů kultury prosazující maskulinní prvky a kultury prosazující feminní prvky. Maskulinní společnosti prosazují asertivní, ambiciózní přístup, narozdíl

od těch feminních, ve kterých převažuje důraz na umírněnost a solidaritu (Hofstede 1998). Dle Hofstedeho jsou role mužů a žen v různých kulturách odlišné. Příkladem společnosti kladoucí důraz na maskulinní prvky, kde se očekává výkon, úspěch a materialistický přístup k problémům je Japonsko, USA, Německo a Mexiko. Naproti tomu stojí společnosti, ve kterých je více kladen důraz například na sociální vztahy a pocity. Za femininní společnosti je dle Hofstedeho považována zejména oblast severní Evropy. Kulturu chápe Hofstede jako „*kolektivní nastavení mysli, jež rozlišuje členy jedné skupiny či kategorie lidí od jiné*“ (Hofstede 1998: 16). Narozdíl od Hofstedeho se ve své práci budu snažit předejít takto zjednodušující metodě binárního schématu, která bude mít za cíl detailnější a komplexnější pohled na problematiku feminity a maskulinity.

V roce 1936 přichází autoři Terman a Miles s prvním psychologickým testem měřícím pohlavní rozdíly, s cílem upřesnit pojmy maskulinita a femininita a získat tak kvantitativní míry. Terman a Miles vytvořili dotazník, který byl rozdělen do sedmi částí. Test byl založen na empirických poznatcích o rozdílech pohlaví a přinášely široký rozsah faktorů pro muže a ženy. Diskutovány byly korelace mezi faktory jako je věk, inteligence, vzdělání, zájmy, osobnostní rysy, názory, postoje a povolání. Z tohoto psychologického měření vystupují maskulinita a femininita jako bipolární opozita (Terman, Miles 1936).

Profesorka sociologie Amy S. Wharton ve své knize *The Sociology of Gender* (2005) poukazuje na fakt, že gender významně prohlubuje jakousi vztahovou nerovnost ve všech možných institucích. Koncept rovnosti žen a mužů a dosahování rovných příležitostí je předmětem diskuze již řadu let a stal se jednou z klíčových diskuzí dnešní společnosti.

Diskurz genderu a problematika s tím spojená je dnes stále více řešena. Prostupuje oblasti soukromého prostředí domácnosti až po veřejný politický nebo mediální sektor. Těžko bychom hledali životní oblast, která by byla genderu-prostá. V českém prostředí se pojem gender začal objevovat o něco později. „*S pojmem gender se v české sociologii a dalších*

humanitních vědách začalo systematicky pracovat a operovat až po pádu komunismu, tj. od počátků 90. let 20. století“ (Křížková, Pavlica 2004: 11).

2.2 Gender a pohlaví

Anglický termín *gender* (česky rod) označuje souhrn kulturních a sociálních očekávání a stereotypů ve vztahu k feminitě a maskulinitě, které přisuzujeme jednotlivým pohlavím. Francouzský antropolog a významný představitel strukturalismu Lévi-Strauss spojoval pohlaví s přírodou a gender s kulturou. Této dichotomii se dostalo kritiky zejména v moderních feministických kruzích, které tuto teorii považovaly za jeden z nástrojů nadvlády nad příslušníky „přírodních“ kategorií, tedy nad ženami. Pohlaví je biologické a představuje soubor znaků, podle nichž může být stanoveno pohlaví (chromozomy XX, XY nebo jejich vzájemná kombinace). Naše biologické pohlaví ovlivňují jak zmíněné chromozomy, tak hormonální stránka, která ovlivňuje rozvoj primárních a druhotných pohlavních znaků, tedy fyzický tvar našich těl.

Gender bývá chápán jako společenský konstrukt, vytvořený na základě lidských představ a pravidel. Ony představy a pravidla se mohou lišit podle kultury, období či obecně přijímaných společenských charakteristik. Striktní omezení se pouze na binární rozdělení konceptu genderu na maskulinní a feminní, tedy mužské a ženské, ze kterého vychází převážně západní společnosti, bývá zpochybňováno na základě otázky, zda je vůbec možné vymezit pojem pohlaví a gender. *„Obecně je pojem gender chápán jako kulturní kategorie, která pokrývá souhrn norem, jimiž musí členové obou kategorií pohlaví vyhovět při realizaci svého mužství a ženství“ (Bauman, May 2010: 132).*

Britská socioložka, feministka a spisovatelka Ann Oakley přinesla se svou knihou *Pohlaví, Gender a společnost* (1972) na akademické pole klíčové impulzy ke zkoumání a vymezení genderu. Oakley definovala gender jako sociálně konstruovanou maskulinitu a feminitu, vycházející ze společensko-kulturních aspektů, spojených s vnímáním maskulinity a feminity, v závislosti na určité společnosti a době (Oakley 1972).

Dvojice autorů Candace West a Don H. Zimmerman přichází s konceptem *doing gender*, jakožto kategorií proměnlivých, závislých na a odvíjejících se od společenských situací. Gender je popisován jako charakteristika sociálních interakcí, jimiž se jednotlivci vzájemně vyznačují. Autoři vycházejí z interpretativního paradigmatu a kladou důraz na do té doby přehlížený rozdíl mezi pojmy gender, pohlavní kategorie a pohlaví. Genderová struktura má podle autorů vliv na celkovou organizaci a řízení společnosti. Dále uvádějí, že společensky schválené biologické aspekty (před)určují těla muže a ženy v návaznosti na jejich gender. Kategorizace pohlaví se tak odvíjí od požadovaných kritérií spojených s pohlavím (West, Zimmerman 2008: 109-110). *Doing gender* představují jako „činnost zvládání situačního jednání ve světle normativního souboru postojů a činností odpovídajících jednotlivým pohlavním kategoriím“ (Tamtéž: 100). Děláním genderu se projevuje ve vzájemné interakci. Jedinci svůj gender vyjadřují a podílejí se tak na konstrukci významů v daném společenském kontextu. Dochází tak k rozpoznatelným podobám maskulinity a feminity, které fungují jako legitimní nástroj hierarchického společenského uspořádání (Tamtéž: 101).

2.3 Judith Butler a teorie genderové performativity

K diskuzi nadčasového tématu kulturního a biologického determinismu v kontextu postmoderní interpretace pojmů pohlaví a gender, přispívá v osmdesátých letech 20. století americká filozofka a teoretička Judith Butler, působící na Kalifornské univerzitě v Berkeley. V knize *Závažná těla* (1990) rozvíjí své myšlenky zejména ve vztahu k distinkci mezi pohlavím a genderem. Judith Butler je významnou postavou období, které je označováno jako třetí vlna feminismu, které současně napovídá o existenci dvou předchozích feministických vln.

Filozofie první feministické vlny, trávající od poloviny 19. století do počátku 20. století souvisela s přiznáním základních lidských práv ženám. „*Jednalo se o nejzákladnější občanská a politická práva, jimiž bylo*

např. právo volit, právo na vzdělání a právo na majetek” (Havelková 2004: 169-170).

Druhá vlna přichází v průběhu šedesátých let 20. století, kde se primárním předmětem diskuze stalo zejména volání žen po rovnosti pracovních příležitostí, ale také požadavky po reformě zákonů na ochranu žen, týkající se sexuálního násilí, domácího násilí a obtěžování.

Butler je tímto směrem ovlivněna ve svém zkoumání zejména v otázce, co to znamená „zažít pohlaví“. Butler nahlíží na uchopení problematiky pohlaví konstruktivistickou optikou a je zastáncem genderového konstrukcionismu. Tato filozoficko-teoretická platforma popisuje, že skutečnost tak, jak ji chápeme, je ve společnosti utvářena v interakci, komunikaci a v jazyce (Skorunka 2009: 192-200). Způsoby, kterými lidé nahlízejí na skutečnost jsou konstruovány z jejich společenského a historického kontextu. Jinými slovy, jsou to soubory sociálních a kulturních norem, kterými by ženy a muži měli jednat. Butler upozorňuje, že genderová identita a sexualita nejsou ekvivalentními pojmy v diskusi o genderové identitě a zdůrazňuje, že genderová identita není nijak vázána na sexualitu. Pojem pohlaví používáme k diskusi o biologických rozdílech mezi reprodukčními systémy lidí, které se obvykle dělí na muže a ženy. Pojmy genderová identita a pohlaví jsou tedy odlišné a žádný z nich není jednoznačně spojen se sexuální identitou. Příkladem tak může být situace, kdy nás určitá osoba fyzicky přitahuje. Tato skutečnost se v zásadě netýká našeho pohlaví ani naší genderové identity. Butler vymezuje genderovou realitu jako performativní, což znamená, že její interpretace je pouze v takovém rozsahu, ve kterém je prováděna (Reddy, Butler 2004: 115-123). Pohlaví je konstruováno aktivně. Společnost naturalizuje myšlenku, že některé vlastnosti pohlaví jsou v zásadě spojeny s našimi genitáliemi, ovšem neexistují pro to žádné biologické nebo genetické důvody.

Pojmem gender tedy nerozumíme to samé, co pojmem pohlaví. Pohlaví vychází z biologie, ale neodkazuje pouze na binární rozdělení žena

- muž. Gender je stav bytí, způsob života. Butler vnímá gender jako stylizovaný akt opakující se v čase, kdy se jedinci mohou stylizovat bez ohledu na pohlaví. V konečném důsledku je genderový performativismus prostředkem sebevyjádření. Genderový performativismus můžeme chápat jako roli. Ona stylizační role se v průběhu času utváří, zhmotňuje až se nakonec ustálí a zhotoví svůj význam. Stejně tak jako chování, mohou být některé způsoby řeči performativní, jelikož řeč má významný podíl při tvorbě naší identity. Butler (1990) tvrdí, že performativ je promluva, která koná, nejen komunikuje. Uvádí, že opakované stylizované akce, kterými utváříme naše pohlaví, nejsou výrazem skrytého já. Je to právě ono pravé, autentické já jedince, které tvoří naše pohlaví. Performativita je záležitostí opakování, tedy opakování normy, skrze kterou je člověk tvořen (Reddy, Butler 2004: 115-123). Butler skrze koncept genderového performativismu upozorňuje, že genderová identita není konstruována vědomě. Podle Butler je genderová identita výrazem něčeho v nás samotných. V dnešní společnosti můžeme sledovat nové sociální systémy, které se aktivně tvoří a aktualizují. Jsou to pak genderové identity, které jsou v různých sociálních systémech odlišně interpretovány. Můžeme říci, že s novými sociálními systémy se rodí nové genderové performativity.

Butler odvíjí svou teorii od myšlenek francouzského filozofa, sociologa a reprezentanta francouzské intelektuální avantgardy sedmdesátých let Michela Foucaulta. Gender, stejně jako sexualita není základní pravdou odvozenou z materiální podstaty těla jedince, ale spíše regulační fikcí (Butler 2003). Tvrdí, že gender je opakovaná stylizace těla, jakýsi soubor opakovaných aktů v rámci regulačního systému. Butler se soustředí na produkci a reprezentaci genderu coby přirozeného vyjádření těla, a uvádí, že status heterosexuality jako výchozího nastavení sexuality obecně závisí na tom, jak společensky chápeme pohlaví. Soubor automatizovaných myšlenek vztahujících se k pohlaví, je prostředkem regulačních postupů, které vytvářejí identity prostřednictvím genderových norem. Heterosexualizace vyžaduje a zavádí produkci protikladů mezi

„ženským“ a „mužským“, které jsou chápány jako atributy „muž“ a „žena“ (Butler 1990).

2.4 Genderové stereotypy

Nejen v psychologii ale i v dalších vědních disciplínách existují různé konceptualizace a teoretizace stereotypů, které poskytují definici. Některé z definic sdílejí společné rysy, ale každá z nich nese jedinečné aspekty. Slovo stereotyp pochází z řeckého slova *stereos* (pevný), a z řeckého slova *typos* (dojem). V sociologii a sociální psychologii se stereotyp označuje jako opakovaný a zjednodušený soubor představ. Stereotyp jako psychologický či společenský mechanismus reguluje vnímání, hodnocení, názory, postoje a chování. Každý jedinec v průběhu svého života zastává různé role. Stejně tak v každé společnosti jsou ženám i mužům přisuzovány určité vlastnosti a charakteristiky. Janošová (2008) popisuje stereotypy jako „*apriorní (předem stanovené) představy o povahových rysech, způsobech chování a zvycích příslušníků určité skupiny, aniž by byla brána v potaz individualita jejích členů, jejich konkrétní životní situace apod.*“ (Janošová 2008: 27) Stereotypy tak můžeme chápat jako zjednodušující mentální charakteristiky přisuzované mužům a ženám, spojované s představami o tom, jaký by měl být tzv. „maskulinní muž“ případně „femininní žena“ (Renzetti, Curran, 2005). Profesor psychologie Hartmut Karsten (2006) uvádí výčet stereotypních vlastností, jež jsou charakteristické pro „*typické ženy*“ a „*typické muže*“.

„*Ženy jsou: „bezmocné, citově založené, emocionální, empatické, jemné, parádnice, milovnice dětí, mírné, náladové, nelogické, nerozhodné, nesamostatné, něžné, ohleduplné, pasivní, pečlivé a opatrné, plné porozumění, poslušné, povolné, přitažlivé a dráždivé, příjemné, přívětivé, senzibilní, slabé, soucitné, šarmantní, taktní, toužící po jistotě, úzkostné, vyžadující ochranu, zaměřené na rodinu, žvanivé, závislé.*“ (Karsten 2006: 24-25)

„*Muži jsou: „agresivní, aktivní, autoritativní, bojovní, ctižádostiví, dobrodruzi, dominantní, neohrožení, nesnadno zranitelní, nezávislí,*

objektivní a věcní, odhodlaní, odolní, odvážní až opovážliví, panovační, podnikaví, přímí, racionální, realističtí, rozhodní, rozvážní, sebejistí, sebevědomí, schopní sebeovládání, silní a energičtí, soutěživí, spolehliví, stateční a smělí, tvrdí, velcí a silní, vůdci, vyrovnaní, zodpovědní, a – muži nepláčou.“ (Karsten 2006: 24-25)

2.5 Feministická antropologie jako typ diskurzu

Hasmanová Marhánková (2013) uvádí, že antropologie a feministické myšlení prošlo ve své historii několika fázemi vyznačujícími se různým uchopováním toho, co by mělo být smyslem feministické antropologie, jaké otázky by si měla klást a jak přistupovat k tradici a praxi antropologie. Významný milník vidí především v sedmdesátých letech 20. století. V této době se poprvé formuje výrazný proud v antropologii s jasně definovaným výzkumným programem a epistemologickými východisky (Marhánková 2013: 207). Tato fáze pokračuje zhruba do poloviny osmdesátých let a bývá označována jako antropologie žen. *„Kritika tradiční antropologie a v ní přítomné maskulinní předpojatosti (male bias) se díky antropologii žen stala historickým kořenem feministické antropologie. Kritika antropologie v té době nemířila směrem k absenci žen v antropologické literatuře. Zájem o systémy příbuzenství, který provázal její počátky, nutně předpokládá zahrnutí žen jako součástí společnosti. Problém tedy neležel v úrovni přítomnosti, ale ve způsobu prezentace a reprezentace.“* (Moore cit. v Hasmanová Marhánková 2013: 208). Dále uvádí, že situace v průběhu šedesátých a sedmdesátých let kritizovala antropologii byla za to, že pojímá muže v biologickém i kulturním smyslu jako reprezentanty abstraktní všezahrnující kategorie člověka, zatímco ženy jako zástupkyně specifického pohlaví (Tamtéž: 38).

Podle Soukupa (2012) lze feministickou antropologii vymezit jako antropologickou subdisciplínu, která se zformovala v opozici k androcentricky předpojaté koncepci tradiční sociální a kulturní antropologie. Z tohoto hlediska představuje určitý typ diskurzu, jehož prostřednictvím antropologové a antropoložky interpretují sociokulturní

realitu. Paradigma feministické antropologie vybudovaly především ženy, což umožnilo antropologii vstoupit do období, ve kterém jsou přehodnocovány negativní důsledky androcentrické perspektivy, na níž byla tradiční antropologie vybudována (Soukup 2012: 38).

Simone de Beauvoir a Betty Friedan významným způsobem ovlivnily chápání postavení žen ve společnosti. V souvislosti s feministickou antropologií v následujících řádcích představuji základní myšlenky těchto dvou autorek.

Simone de Beauvoir přináší k tématu nadřazenosti mužů nad ženami pojem druhé pohlaví ve stejnojmenném díle *Le Deuxième sexe* (1949). Toto dílo sehrálo významnou roli při utváření emancipačního hnutí v západní Evropě na přelomu šedesátých a sedmdesátých let 20. století. Beauvoir se zabývá z hlediska existencialismu problémem postavení žen ve společnosti. Kritizuje v něm fakt, že v minulosti byly ženy považovány za něco podřadného, zatímco muž byl ideálem. Vychází ze stereotypního předpokladu, že žena je určena svým vztahem k muži. „*Muži říkají ‚ženy‘ a ženy se chápou toho slova, aby se jím samy označovaly.*“ „...*žena je nepodstatná vzhledem k podstatnému. On je Subjekt, on je Absolutno: ona je to Druhé.*“ (Beauvoir 1966: 10) Mužství je podle Beauvoir definováno samo o sobě, ženství nikoliv, tedy že žena existuje pouze ve vztahu k muži a není považována za autonomní bytost. Její dílo kritizuje představy o roli žen, dle nichž jsou úspěchy v rozporu s jejich ženstvím, protože „pravá žena“ je objektem mužského plánu, je druhořadým stvořením, které je povinno přispívat k uspokojování mužských potřeb a k uskutečňování jejich životních plánů. V díle se Beauvoir dotýká společenských důsledků podřízenosti žen. Poukazuje na fakt, že ženy a muži mají teoreticky stejné možnosti a příležitosti, prakticky tomu tak není. Ve většině případů zaujímají vyšší pracovní postavení, berou vyšší mzdy a obecně lépe aspirují na větší šance a úspěch. Jak podotýká Beauvoir, maskulinita se obecně těší větší prestiži. „*(...) přítomnost zahrnuje minulost a v minulosti dělali dějiny muži. V době, kdy se ženy začínají účastnit vytváření světa,*

patří svět mužům. Muži o tom nepochybují a ženy pochybují jen nepatrně.“
(Beauvoir 1966: 15)

V roce 1963 vychází dílo *Ženská mystika* americké feministky, aktivistky a spisovatelky Betty Friedan, v němž zachycuje role žen v průmyslových společnostech, zejména jejich roli v domácnosti. Ve své knize Friedan popisuje depresivní příměstskou hospodyňku, která je nucena odejít z vysoké školy, aby se vdala a vychovávala děti. Dílo *Ženská mystika* (1963) se stalo jedním z literárních děl, které vyvolaly začátek druhé vlny feminismu ve Spojených státech a významně formovala národní i světové události. Friedan se věnuje artikulaci takzvaného „problému beze jména“. Používá ho k obecnému odkazu na „neštěstí“ žen v padesátých a šedesátých letech. Přirovnává ho k zvláštnímu podráždění, pocitu nespokojenosti a touze, kterou americké ženy trpěly. Ilustruje problém nespokojených manželek ze Spojených států, které bojovaly s nenaplněním, přestože žily v pohodlí a měly zdánlivě dokonalé rodiny. Friedan také diskutuje o trendech v manželství a porodnictví, které postihovaly ženy v letech padesátých a šedesátých. Americká kultura trvala na tom, že ženy mohou najít štěstí v manželství a v domácnosti, ovšem tato americká představa domácnosti byla v přímém rozporu se skutečností. Friedan ve svém díle argumentovala slovy, že společnost již nemůže dál ignorovat hlas žen, který touží po „něčem“ větším, než je jejich manžel, jejich děti a jejich domov (Friedan 1963). Ženy byly vnímány jako pasivní bytosti, jejichž hlavní úlohou má být rodina a domácnost. Tímto způsobem byly ženy situovány do neveřejné sféry domova a byla jim tak upřena řada příležitostí, například budování kariéry nebo jiné z případných zájmů, které nevyhovují chápání jejich ženské role. Friedan silně poukazuje na fakt, že jsou ženy stejně schopné jako muži k jakékoliv práci či kariérnímu postupu (Friedan 1963).

2.6 Sandra Bem a teorie genderových skel

Americká psycholožka Sandra Bem diskutuje o tom, jak skryté předpoklady zakotvené v našich kulturních diskurzích, sociálních institucích a individuálních psychikách udržují mužskou moc a utlačují ženy. Teorie optických skel není zaměřena pouze na nerovnost mezi muži a ženami, vztahuje se také k menšinám. Zabývá se rovněž utlačováním homosexuálů, sociálně slabých či etnických skupin. Sandra Bem tvrdí, že předpoklady, které nazývá genderovými skly, utvářejí nejen vnímání sociální reality, ale tvoří také věci hmotné, které dohromady tvoří samotnou sociální realitu. Zkoumání těchto skrytých kulturních optik nám umožňuje dívat se *na* ně, spíše než *skrze* ně a lépe tak porozumět debatám o samotném genderu a sexualitě. Podle Bem existují tři vzájemně propojená optická skla, a sice androcentrismus, genderová polarizace a biologický esencialismus (Bem 1993). Androcentrismus definuje muže a mužské vlastnosti jako standard či normu. Ženy a ženské vlastnosti jako odchylku od této normy. Druhá optika, genderová polarizace, zdůrazňuje rozdíly mezi muži a ženami prakticky ve všech aspektech lidské povahy, od režimů oblékání, sociálních rolí po způsoby vyjádření emocí a sexuální touhy. Odlišnost mužů a žen je výchozí podstatou společenského řádu a genderová polarizace jedním ze základních principů, který nám pomáhá toto uspořádání světa chápat. Třetí optikou je biologický esencialismus, který podle Bem racionalizuje a legitimizuje předchozí dvě optiky tím, že s nimi zachází jako s nevyhnutelnými důsledky vnitřní biologické povahy žen a mužů. Bem ilustruje všudypřítomnost těchto tří optik v historických i současných diskurzích západní kultury, představuje svou vlastní teorii toho, jak jednotlivec získává kulturní genderové optiky a jak konstruuje konvenční genderovou identitu (Bem 1993). Bem tvrdí, že bychom měli přeformulovat debatu o nerovnosti tak, aby se nezaměřovala pouze na rozdíly mezi muži a ženami, ale směrem k sociálním diskurzům, k institucím, k jazyku i k samotným myslícím jedincům. Pro Bem je stěžejní odhalit a zničit tato skla na kulturní i individuální úrovni. Jejich místo by měly nahradit nové společenské a ideologické formy (Bem 1993).

3 METODOLOGICKÁ ČÁST

Tato kapitola je zaměřena na metodologický aparát, na základě kterého byl uskutečněn kvalitativní výzkum a následná analýza dat. V této části bakalářské práce popisují použitý výzkumný design, tedy průběh výzkumného projektu od stanovení cílů přes analýzu dat až po zveřejnění výstupů a jejich případnou implementaci.

Nejprve si stanovují cíle práce a výzkumné otázky, na které odpovídám v rámci analytické části. Následně se zabývám vymezením dat, která jsem pro svůj výzkum vybrala. Popisují, jakým způsobem jsem postupovala při výběru respondentů a jakou výzkumnou metodu jsem zvolila. Metodologie práce spočívá ve kvalitativním výzkumu. Pro svůj výzkum volím několik technik vytváření dat. První technikou jsou polostrukturované rozhovory s předem připraveným seznamem otázek. Jak podotýká Martin Soukup ve své publikaci *Terénní výzkum v sociální a kulturní antropologii* (2014), rozhovory umožňují výzkumníkovi získávat mimo potřebná fakta také příběhy. Ty lze chápat jako konstrukce, prostřednictvím kterých respondenti dávají svým zkušenostem sociální a kulturní smysl (Soukup 2014). U kvalitativního výzkumu vytváříme měkká neboli kvalitativní data, kterým je jakýkoliv znak nebo systém znaků (Toušek 2012: 36). Vhodněji zvolenou kategorií dat jsou data kulturní, ty mají tu výhodu, že u nich můžeme předpokládat, že jsou více či méně sdílená v rámci sledované populace, zkoumané kultury či subkultury. To výzkumníkovi umožňuje vytvářet generalizace o zkoumaném tématu na základě menšího počtu sledovaných dat, aniž by musel aspirovat na reprezentativitu jako v případě kvantitativní analýzy (Tamtéž: 36). Poslední část této práce je věnovaná analýze a reprezentaci dat.

3.1 Cíle výzkumu a formulace výzkumných otázek

Cílem této bakalářské práce je identifikovat vliv firemního prostředí na prezentaci mužství a ženství a naopak. Práce se snaží analyzovat konstrukci ženského a mužského chování, respektive jak je feminní a maskulinní chování uchopeno jednotlivými aktéry. V práci je pozornost zaměřena na rysy spojené s genderovými stereotypy, jak je utvářen genderový režim, jak je udržován a reprodukován. Na základě teoretické části je pro sestavení osnovy polostrukturovaných rozhovorů potřeba stanovit dílčí výzkumné otázky. V práci jsou hledány odpovědi na tyto výzkumné otázky:

- *Jaká je povaha vztahu mezi prezentací mužství a ženství a vnějších stereotypů v oblastech firemního provozu?*
- *V jakých situacích se ve firemním prostředí formují, uplatňují a reprodukují genderové stereotypy?*
- *Jak aktéři aktivně zpracovávají vnější požadavky vycházející z genderových stereotypů?*

3.2 Výzkumný vzorek a výzkum v terénu

Prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, které jsem prováděla se ženami a muži z různých pracovních pozic, v kombinaci se zúčastněným pozorováním jsem se zajímala o několik tematických okruhů. Zaměřila jsem se na analýzu prostoru a charakter práce ve vztahu k genderu. Zajímala mě charakteristika firemního prostředí, způsob postavení mužů a žen, role, spojení s prostředím, předměty a aktérská rovina, tedy jak je genderová identita utvářena samotnými respondenty.

Jako výzkumnou lokalitu jsem zvolila nejmenovanou logistickou firmu v průmyslové lokalitě Bor, Nová Hospoda. Pro zachování anonymity všech zúčastněných, jsem pro účely práce pojmenovala firmu fiktivním názvem LPC Logistics. Rozhodujícím faktorem, který stál za výběrem konkrétní firmy byl nejen vřelý postoj firmy samotné, ale také skutečnost, že v této

firmě sama dlouhodobě pracuji jako brigádnice. Disponuji tak přátelskými vazbami s několika zaměstnanci firmy z různých pracovních pozic a zároveň mám snadný přístup do terénu. Vstup do firmy probíhal vždy na základě vzájemné domluvy s personálním oddělením a s vedoucími jednotlivých pracovišť.

Výzkum byl uskutečněn ve třech oblastech firemního provozu. Jednalo se o oblast vyššího managementu, nižšího managementu a oblast dělnické profese. Z každé oblasti byl proveden polostrukturovaný rozhovor s respondenty, který tvořili muži i ženy v kombinaci se zúčastněným pozorováním. Vstupy do terénu mi schválilo a umožnilo personální oddělení firmy.

Výzkumný vzorek byl složen ze zaměstnanců firmy LPC Logistics. Výběr respondentů byl podmíněn několika kritérii. Rozhovory byly provedeny se ženami a muži, kteří byli ochotni participovat na výzkumu, jsou zaměstnáni na různých pozicích na některé z úrovní (managementu, nižšího managementu a dělnické profese) a svému zaměstnání se věnují minimálně jeden rok. Vzhledem k vysokému počtu firem v tomto průmyslovém komplexu, zaměřující se primárně na logistiku s exportem výhradně pro německý trh, vyskytují se ve firmách často stejné nebo obdobné pracovní pozice. Firmy se mezi sebou navzájem snaží držet stejné platové ohodnocení, aby zamezili odchodu jejich pracovníků do jiné firmy, což se v praxi často děje. Dochází k častým přesunům zaměstnanců, a ti mají za relativně krátký čas více zkušeností s více firmami. Rozhodujícím faktorem je zde platové ohodnocení a pracovní benefity, které firmy svým zaměstnancům poskytují. Lze tedy předpokládat, že případová studie této konkrétní společnosti, bude vztažitelná i na ostatní srovnatelně zaměřené firmy v regionu česko-německého příhraničí.

3.3 Tvorba a analýza dat

Firmu jsem kontaktovala osobně s prosbou o spolupráci na výzkumu pro účely bakalářské práce. Souhlasu se mi dostalo skrze personální oddělení a ředitele společnosti. Personální oddělení je plně kompetentní

k oslovování všech svých zaměstnanců, a tak na mou žádost informovalo zaměstnance. Zaměstnanci byli kontaktováni převážně prostřednictvím hromadně rozesílané e-mailové zprávy, která obsahovala obeznámení s možností spolupráce na výzkumu, obeznámení s případným výzkumem, nastíněné téma práce a zpětný kontakt na mne. Z oblasti nižšího a vyššího managementu jsem tímto způsobem získala své první respondenty k rozhovoru. Zaměstnanci na dělnických pozicích nedisponují vlastními pracovními e-mailovými účty, proto byli obeznámeni s žádostí o spolupráci na výzkumu prostřednictvím svých nadřízených. Tímto způsobem jsem získala své další respondenty a obsáhla tak všechny potřebné kategorie. Na tomto místě bych ráda zdůraznila, že účast všech zúčastněných na výzkumu byla dobrovolná. Na respondenty nebyl vyvíjen tlak ani z mé strany, ani ze strany vedoucích a nadřízených.

Primárním zdrojem dat jsou polostrukturované rozhovory v kombinaci s metodou pozorování s nízkou mírou participace. Předmětem mého pozorování se stal veškerý pracovní prostor, ve kterém zaměstnanci tráví pracovní dobu. Konkrétně jsem se zajímala o šatnový prostor, jídelní prostor a prostor, ve kterém zaměstnanci aktivně pracují. Pozornost jsem věnovala diferenčním prvkům, které symbolicky rozlišují typicky ženské a typicky mužské zařízení. Dále jsem kladla pozornost na obsah a obraz veřejných prostor, zda se zde nachází feminní či maskulinní prvky, podněcující například pracovní výkon, motivaci k práci nebo ke kariérnímu postupu. Předmětem mého zájmu se stal také celkový přístup firmy k genderovým vztahům v organizaci a styl, kterým firma k této problematice přistupuje. Velkou část mé pozornosti zaujímal společná interakce mezi zaměstnanci, neboť tu považuji za klíčovou. Snažila jsem se identifikovat vzniklé skupiny a jejich charakter.

Pro svou práci jsem zvolila nestandardizované nezúčastněné pozorování, u kterého je možné, vzhledem k proměnlivosti výzkumu, v průběhu sběru dat upravit volbu sledovaných, elementárních jevů, eventuálně upravit i navrženou hypotézu (Jeřábek 1993). Má pozice v terénu byla zjevná. Všechny zkoumané osoby byli o výzkumu

informovány. Z pozice zjevného výzkumníka jsem se tak mohla aktivně zapojit do diskuze a docílit tak toho, aby aktéři neodpovídali pouze v holých větách či jedním slovem, ale aby „vyprávěli“ o tématech, která stanovuje výzkumník (Toušek 2012: 29 V této firmě sama pracuji jako brigádnice, disponuji zdařilým povědomím o prostorách firmy a s některými respondenty jsem již v minulosti navázala přátelské vztahy. Usuzuji že, povědomí některých zaměstnanců o mé osobě, jakožto dlouhodobější brigádnici, prospělo snadnému vstupu do terénu. Z mého pohledu podporovalo větší otevřenost při rozhovorech a také stálo za poskytnutím jisté míry emočního bezpečí.

Rozhovory probíhaly v pracovní době, většinou během obědových pauz, na kterou respondenti chodili dříve, abychom tak zamezili časovému omezení. Ve všech případech se povedlo vyhnout jakémukoliv narušení, za kterým stojí především veliká benevolence a laskavost nadřízených a celkově celé firmy směrem k výzkumu. Všechny rozhovory se tak odehrávaly přímo v prostředí firmy a jejich délka se pohybovala zhruba okolo půl hodiny. Při rozhovorech jsem se držela připravené osnovy otázek. Primárně jsem se snažila dát respondentům dostatečný prostor k vyjádření se a rozvedení myšlenky. Záměrem bylo nechat respondenty hovořit co nejdéle samotné. Zároveň jsem čerpala z poznámek z diskuzí, které jsme s respondenty vedli.

3.4 Etika výzkumu

K celému výzkumu bylo zapotřebí přistupovat obezřetně, s ohledem na etické hledisko. Všechny své respondenty jsem před začátkem rozhovoru informovala o tom, že jejich výpovědi budou základem pro mou bakalářskou práci. Dále jsem respondenty informovala, k čemu budou jimi poskytnuté informace v anonymizované podobě použity a požadovala jsem ústní souhlas k nahrávání rozhovoru pro účely analýzy. Křestní jména byla anonymizována, aby nedošlo k narušení soukromí jednotlivých aktérů a zároveň nedošlo poškození jejich vztahu k zaměstnavateli.

4 RESPONDENTI

4.1 Respondent 1 (HR Manager)

HR Manager neboli vedoucí personálního oddělení je žena ve věku 39 let, která vystudovala gymnázium se zaměřením na přírodní vědy. K této pozici se dostala náhodou. Je to jediná žena v managementu firmy. Při vzniku firmy hledala jakékoliv místo a jednateli firmy se jevila jako vhodná adeptka na personální oddělení. Postupně se vypracovala až na pozici HR Managera a svou pozici zastává již čtyři roky. Zkušenosti s touto pozicí neměla žádné, před tím vykonávala práci obchodního zástupce firmy s nářadím. Její původní náplní práce byla personalistka, s rozšiřováním oddělení se stala vedoucí personálního oddělení. Na této pozici pociťuje podle svých slov větší pocit zodpovědnosti. Využívá zde své umění komunikace. Během dne přichází do styku především s vyšším a středním managementem a v menší míře s lidmi z dělnických pozic, a to zejména při řešení konfliktu na pracovišti. Střední management se účastní pravidelných denních meetingů, kterých je respondentka součástí. Náplní její práce je řízení chodu celého personálního oddělení. Je nadřízenou čtyřem – třem personalistek a jedné finanční referentky. Dále zajišťuje vzdělávání svých zaměstnanců a je prostředníkem mezi jednatelem, manažery a dělníky. Dále organizuje kulturní a společenské akce (dětský den, vánoční večírek, různá jubilea zaměstnanců). Respondentka vnímá svou pozici jako nezastupitelný článek mezi vedením a ostatními zaměstnanci.

4.2 Respondent 2 (jednatel společnosti)

Jednatel společnosti je muž ve věku 58 let. Dlouhá léta pracoval v autodopravě, poté si založil firmu, ve které několik let úspěšně podnikal. Následně se stal spolupodílníkem dalších dvou firem v oblasti logistiky. Znalost německého a anglického jazyka a bohaté obchodní zkušenosti uplatňuje zejména při komunikaci s německým zákazníkem. Díky těmto dovednostem před čtyřmi lety založil a vede logistickou firmu LPC

Logistics. Zastává místo jednatele. Jako jednatel firmy vede a řídí celou společnost, uzavírá smlouvy, komunikuje se zákazníkem, kontroluje hospodaření firmy a v neposlední řadě řídí celý management. Narozdíl od většiny zaměstnanců z oblasti managementu nechodí v obleku. Kontroluje pracovníky z provozu a komunikuje s nimi.

4.3 Respondent 3 (IT Manager)

IT Manager je muž ve věku 29 let a vystudoval střední průmyslovou školu se zaměřením na výpočetní techniku. Ihned po škole šel pracovat do IT firmy v Německu, kde získal pracovní a jazykové zkušenosti. Když firma LPC Logistics začínala, přihlásil se na inzerát na pracovní pozici IT Manager. Ve firmě bylo zapotřebí vybavit a zřídit kompletní počítačové a systémové zázemí. Tento úkol úspěšně zvládl, jeho oddělení se rozrostlo a nyní má pod sebou tři IT techniky. Jsou to muži ve věku 20-25 let, absolventi SPŠ se zaměřením na IT. Náplní respondentova práce je instalace, kontrola a údržba sítí, systémů, počítačů, tiskáren, telefonů a programů. Veškerá IT technika je v jeho kompetenci a zodpovídá za ni.

4.4 Respondent 4 (Shift leader - žena)

Respondentka je žena ve věku 23 let a pracuje na pozici Shift leader. Tato pozice obnáší vedení a řízení třiceti zaměstnanců na oddělení reklamací (Retoure). Vystudovala gymnázium a poté pracovala v několika různých zaměstnáních. Před nástupem do firmy LPC Logistics pracovala ve dvou logistických firmách na dělnických pozicích v oblasti CTPark Bor, Nová hospoda. V této firmě pracuje dva roky a o této pozici se dozvěděla přes známou, která jí místo doporučila. Díky znalostem německého jazyka z gymnázia prošla výběrovým řízením. V době, kdy se ucházela o pracovní pozici, bylo místo Shift leadera volné a bylo nutné jej okamžitě obsadit. Z toho důvodu mohla respondentka ihned nastoupit na pozici vedoucího směny (Shift leader) i bez zkušeností s vedením zaměstnanců. Její náplní práce je zasílání reportů, vedení zaměstnanců, rozdělování práce, kontrola kvality práce, dodržování bezpečnosti práce, kontrola a vedení docházky. Zprostředkovává komunikaci mezi vedením a podřízenými. Komunikuje

také s německým zákazníkem. Při její práci je nutná znalost ovládnutí PC programu (SAP), zaměřeného na logistiku ve skladu.

4.5 Respondent 5 (Shift leader - muž)

Tato osoba je 35letý muž, původně vyučen kuchařem. Před čtyřmi lety se přihlásil do výběrového řízení na pozici Shift leadera. Respondent má na starost oddělení příjmu (Inbound). Jeho náplní práce je vedení 25 lidí, kteří mají za úkol příjem, vykládku a uskladnění zboží. Dále dohlíží na kvalitu práce, na docházku a každý den rozděljuje svým podřízeným dílčí úkoly. Dále také jako Shift leader komunikuje s vedením, s německým zákazníkem a s ostatními Shift leadery.

4.6 Respondent 6 (dělnická profese)

Tato respondentka je žena rumunského původu. Je jí 46 let a před deseti lety přišla do České republiky jako agenturní pracovnice. Před třemi lety byla přijata mezi kmenové zaměstnance, což znamená, že má stejné pracovní a platové podmínky, jako ostatní zaměstnanci firmy. Naučila se česky a pro svou pracovitost a svědomitost je řazena mezi nejlepší skladové operátory. Ve firmě pracuje se svým manželem. Podařilo se jim odejít z agentury, která je před deseti lety odvezla z Rumunska za prací do České republiky. Zařadila se mezi kmenové zaměstnance a našla si vlastní bydlení. Je nekvalifikovaná pracovní síla a nebyla nikdy vyučena. V jejím rodném městě pro ně nebyla žádná pracovní příležitost, a proto se rozhodli s manželem vydat do ČR. Náplň její práce tvoří „pickování“, tedy vyhledávání zboží ze skladu pomocí skeneru a vkládání do košíku. Ostatní kolegové poté zboží zabalí a pošlou k zákazníkovi. Respondentku práce baví. Cítí vděčnost za příležitost v této firmě pracovat. Byla několikrát vyhlášena jako zaměstnanec měsíce. Práce skladového operátora vyžaduje dobrou fyzickou zdatnost. Během dne nachodí „pickeři“ po skladu cca 10-15 km.

4.7 Respondent 7 (dělnická profese)

Tento respondent je muž romského původu ve věku 68 let. Má základní vzdělání a celý život vykonával nekvalifikované práce v různých oborech. Ve firmě LPC Logistics pracuje přes tři roky jako uklízeč. Náplní jeho práce je jezdit s úklidovým vozíkem a odstraňovat zbytky kartonáže, kterou odváží a třídí do kontejnerů. Podle jeho slov je vděčný, že může pracovat, přestože je v důchodovém věku.

5 ANALYTICKÁ ČÁST

5.1 Přehled logistického slangu

Logistické slangové výrazy vycházejí z anglického názvosloví v oboru logistiky. Ve firmě se běžně používají a jsou mezi zaměstnanci zažitá. Označují pracovní pozice, pracovní činnosti a úkony, názvy jednotlivých oddělení, strojů a zařízení. Zde uvádím přehled nejpoužívanějších.

Shift leader- tzv. „šifťák“, pracovní pozice označující vedoucího směny, obdobné jako mistr

Team leader- tzv. „týmák“, pracovní pozice označující zástupce vedoucího směny

Retrucker- tzv. „Retrakář“, řidič vysokozdvizných vozíků

Picker- manipulační dělník zajišťující pohyb zboží ve skladu

HR Manager- vedoucí personálního oddělení

pickovat- tzv. „pikování“, činnost spojená s pohybem zboží ve skladu pomocí skeneru, kterou vykonává Picker

replenishment- tzv. „repl“, činnost označující pouštění zakázek v systému

packung- činnost označující balení zboží

Retoure- označení pro oddělení reklamací

Pick- označení pro oddělení pro vyhledávání zboží z logistického skladu

Pack- označení oddělení pro balení zboží

Inbound- označení oddělení pro příjem zboží

Inventory- označení oddělení pro kontrolu zboží

5.2 Prostor logistické firmy

Logistika zahrnuje proces plánování, řízení, organizaci a realizaci přepravy a skladování zboží. Cílem logistiky je vyhovět požadavkům zákazníka, aby byly splněny všechny požadavky trhu při minimálních nákladech a minimálních kapitálových výdajích (Preclík 2000). Logistika původně hrála zásadní roli při stěhování vojenského personálu, materiálu a vybavení. Logistika je v armádě stále důležitá a dnes se tento pojem běžně používá v souvislosti s pohybem zboží od dodavatele k odběrateli (zákazníkovi). Mnoho společností se dnes specializuje na logistiku a poskytuje své služby výrobcům, maloobchodníkům a dalším průmyslovým odvětvím s důrazem na velkou přepravu zboží. Někteří vlastní celou škálu infrastruktury, od proudových letadel po nákladní automobily, sklady a vlastní software. Mezi nejznámější poskytovatele logistických služeb patří společnosti FedEx, UPS, DHL a Hermes. Mezi dvě základní funkce logistiky patří doprava a skladování.

Společnost LPC Logistics působí jako logistické centrum od roku 2016 v průmyslové zóně CTPark Bor, Nová Hospoda. Jedná se o průmyslovou zónu, jejíž výstavba začala před patnácti lety a zaujímá strategickou polohu v blízkosti německých hranic. Je umístěna na dálnici E50/D5. Hlavním oborem místního podnikání je skladování. Jedná se o přípravu a zasílání balíků se zbožím pro německého odběratele (zákazníka), který si toto zboží vybírá a objednává z internetového katalogu. Úkolem firmy je příjem a uskladnění zboží, následné balení a přeprava zboží k zákazníkovi. Firma je rozdělena do dvou oblastí - administrativní část a produkci. Administrativní celek tvoří personální oddělení, fakturace, IT oddělení a manažeři. Produkce je rozdělena do pěti oddělení: Pick (vyhledávání zboží), Pack (balení zboží), Inventory (kontrola), Retoure (reklamace), Inbound (příjem). Management dohlíží a koordinuje činností lidí, za účelem dosažení efektivních cílů organizace. Manažer může být označován za řídicího pracovníka či vedoucího. Funkce managementu ve firmě LPC Logistics jsou: vedení, řízení, zpracování, koordinace práce a kontrola. Manažer je nedílnou složkou firmy, která řídí dosahování plánovaných cílů.

Manažeři ve firmě se vyznačují specifickými dovednostmi efektivního vedení, řízení a komunikace.

Umístění osob v prostoru odráží určitý symbolický plán, který je hierarchicky strukturován. V prvním patře pracují manažeři, vedení firmy a administrativa, v přízemí skladový manipulanti, Shift leadeři, údržba a ostatní dělníci. Prostředí firmy je strukturováno v souladu s Hallovým konceptem vertikální proxemiky (Hall 1996). Ženy se ve větší míře pohybují v prostorách umístěných v přízemí, jejich zastoupení v managementu je v této firmě omezené. Vstup do prostor kanceláří managementu, zasedací místnosti či kanceláře jednatele je možný pouze zaměstnancům z managementu, pracovníkům z provozu nikoliv. Čím výše od země se tedy v budově firmy pohybujete, tím nižší je pravděpodobnost, že potkáte ženu. Výjimku tvoří úklidový personál, který se skládá ze dvou žen. Tyto ženy do kanceláří vstupují vždy ráno před příchodem managementu, aby provedly úklidovou činnost dříve, než bude kancelář obývána. Úklidové práce bývají vykonávány mezi šestou a osmou hodinou ranní, tedy v době, kdy je první patro zcela prázdné.

Jídelna se nachází v prvním patře, na opačné straně než kanceláře managementu. V jídelně pracují pouze ženy v mladším a středním věku, které mají na starost v době obědových pauz vydávání jídla. Z obsazení žen v jídelních prostorách lze sledovat reprodukci genderově stereotypního obrazu ženy-kuchařky, za kterým do značné míry stojí genderová socializace, tedy proces *„jehož prostřednictvím si lidé předávají a vstřebávají společenské hodnoty a normy, včetně těch, které se týkají genderu.“* (Curran, 2003: 93) Jídelna pojme přes sto lidí, tedy jednu směnu (ranní/odpolední). Lidé z provozu chodí na obědy ve vyhrazených časech. Obědová pauza trvá půl hodiny. Dohromady sedí muži i ženy, není zde patrné žádné tvoření skupinek. Vyšší a střední management chodí na obědy odděleně. Při obědech sedí Shift leadeři z různých oddělení pohromadě a probírají pracovní i osobní věci. Zaměstnanci managementu obsazují vždy stejná místa, v blízkosti výdejního pultu a na oběd mohou přijít, dle jejich uvážení. Muži po dobu obědové pauzy často konverzují

se ženami za výdejním pultem. Ženy z personálního oddělení chodí na obědy také odděleně. Sedí vždy spolu u stolu a komunikují mezi sebou. Ve firmě je patrné skupinové členění dle profesí, kterému věnují pozornost níže.

Vpravo při vchodu do firmy se nacházejí šatny. Šatny jsou rozděleny na dámské a pánské. Slouží pouze zaměstnancům dělnické profese, tedy zaměstnancům z provozu. Střední a vyšší management nosí své věci do kanceláře. Šatny se na první pohled liší velikostí a barvou. Dámská šatna je větší, prostornější, je zde uklizeno a je zařízena v červených barvách. V šatních skříňkách mají ženy, kromě oblečení také uložené mobilní telefony, osobní věci a kosmetiku. Často se před začátkem směny a v době obědových pauz věnují úpravě zevnějšku. Uprostřed dámské šatny se nachází stůl, kolem kterého je několik židlí, kde ženy při svačinových a obědových pauzách sedávají a komunikují spolu. Toalety se sprchovými kouty, zvláště pro ženy a zvláště pro muže, jsou umístěny vedle vchodu do šaten. Ženy možnosti sprch nevyužívají. Pánské šatny jsou od pohledu menší. Působí jednoduše a jsou zařízeny v modré barvě. Muži narozdíl od žen využívají možnosti sprch, zejména po odpolední směně. V případě pánských a dámských šaten je prostor diferencován barvami, zastává funkci kulturně-specifického nástroje rozlišujícím mezi pohlavím a stává se symbolickou konotací (Hirshon cit. v Ardener 1997: 15).

Kancelář HR Managera (vedoucí personálního oddělení) se nachází v prvním patře. V prostorné a prosvětlené kanceláři je pět stolů a u každého z nich pracují ženy. Na stolech mají pracující fotografie s rodinnými příslušníky, na parapetech jsou květiny a stěny kanceláře zdobí obrázky s logistickými motivy. Ženy podle svých slov vnímají svou kancelář jako útulnou a vytvořenou k obrazu svému. Náplní práce žen z personálního oddělení je personální agenda, poskytují a připomínají manažerům termíny porad a informace o dění ve firmě. Kancelář je plně vybavena elektronikou, nábytkem a dekoracemi. Druh a množství kancelářského nábytku má svůj naléhavý význam, který odkazuje k firemní sféře. Dotváří tak celkový obraz

pracovní prostoru a podobu kanceláře (Hirschon cit. v Ardener, 1993: 17-18).

„Tady mám plán porad a školení (ukazuje na velký nástěnný kalendář). Tenhle diář mám třeba celej popsanej. Teď v deset jdu na meeting do zasedací místnosti, přijede vedení a budeme jednat s novým zákazníkem. Holky (kolegyně) jsem poprosila, aby tam přinesli kávu a občerstvení.” (respondentka 1)

„Stoly jsme prohazovali několikrát. Teď nám to vyhovuje, už jsme spokojený (smích). Chtěly jsme ten prostor nějak oddělit, aby personální referentky seděly spolu a XXX (finanční referentka) seděla pokud možno co nejdál od lidí, kteří sem přijdou. Já mám tady primárně výhled na celou kancelář a zároveň přístup ke dveřím. Komunikuju výhradně já, vyřizuju výhradně já (s lidmi, kteří přijdou HR kanceláře). ” (respondentka 1)

Přístup do této personální kanceláře má pouze management, dělníci z provozu za běžných okolností nikoliv. Přístup mají pouze při vstupních pohovorech, při uzavírání pracovních poměrů nebo při projednávání konfliktů na pracovišti. Kancelář není přístupná pro většinu lidí z důvodu ochrany citlivých dat. Pro dělníky je vystoupat do patra kanceláře něco jako posvátný moment vytržený z každodennosti.

„Lidi z provozu sem nesmí z důvodu ochrany osobních dat. Tak je to nařízeno. Lidi na to mají vyhrazený určitý hodiny. Kolegové z managementu k nám chodí pod různými záminkami. To dost často, na kafičko (smích).” (respondentka 1)

„Nahoru si tě zavolaj, když už se něco děje, takže málokdy. Jinak tam přístup nemáme, všechny ostatní věci řešíš se svým šifřákem.” (respondent 7)

„Na personální chodí, když dostanou zaměstnance měsíce.” (respondentka 6)

Každý měsíc je jeden ze zaměstnanců firmy na základě nejlepšího pracovního výkonu vyhlášen za „zaměstnance měsíce“. Tato každoměsíční soutěž se týká pouze zaměstnanců na dělnických pozicích, jejichž pracovní výsledky zaznamenává systém, který je součástí skeneru a pracovníci jej používají celou dobu směny. Jejich výkon je neustále sledován a zaměstnanec, který je podle výsledného skóre nejúspěšnější získá titul „zaměstnance měsíce“. Management firmy využívá utilitární moci v podobě materiálních odměn (Etzioni 1964: 59). Max Weber označuje tuto moc jako kompenzační, která nabízí různé formy odměn (Bedrnová, Nový 2001: 10). Zaměstnanec pro svou výhru stoupá do horního patra personální kanceláře a vyšší patro se tak proxemickou metodou stává symbolikou a významem vítězství (Hall 1966). Soutěž podle dat z personálního oddělení vyhrávají více ženy než muži. Častější úspěch žen v této firemní soutěži přisuzují respondentky vlastnostem, které podle jejich slov dominují více ženám než mužům. Zmiňované vlastnosti jsou pečlivost, pracovitost, zodpovědnost.

„Každý měsíc vyhlášíme zaměstnance měsíce, pracovníka, který udělá nejvíce kusů. Přihlížíme na docházku. Konkrétnímu zaměstnanci vypíšeme diplom a dostanou odměnu v hodnotě pěti tisíc. Ve stravenkách. A dárek, kterým je naše zboží ze skladu, který má třeba nějakým způsobem poničený obal.” (respondentka 1)

„Tady vidíš, zaměstnance vyhlášíme už od června dva devatenáct a je tu akorát za září XXX a za Vánoce (...), tady XXX (jména mužů dělníků). Takže to tu máme spíš zaměstnankyně měsíce.” (respondentka 1)

„Víc pečlivý, nedělají tolik chyby, nesedaj si, nezašívaj se. Tak umí si to spočítat (...). Jsou zodpovědnější, jo.” (respondent 5)

„Tak už jenom podle systému. Chybovost mají menší, podle čísel zdělanejch kusů (...), vidíš, jo. To jsou všechno podle skóre ženský (ukazuje tabulky se jmény).” „Dávají si víc záležet” (respondent 4)

Do zasedací místnosti může pouze vyšší management. Ženy na personálním oddělení mají na starost přípravu občerstvení pro návštěvy, porady vedení a různá školení. Při každé návštěvě automaticky připravují pro každého z managementu kávu a vodu, a to i několikrát za den. Na otázku kolik času denně zabere příprava občerstvení a kolik personální agenda, odpověděla vedoucí HR následovně:

„Tak osmdesát procent personalistika, dvacet procent zařizování a podobně. Máme to s holkama rozdělený, každá připravuje něco. Jedna připraví zasedačku, druhá připraví nádobí, skleničky a hrnečky. Třetí vaří kafe.“ (respondent 5)

Ženy z personálního oddělení mají vystudovanou střední zdravotnickou školu, střední zemědělskou školu, střední obchodní školu. Pouze jedna žena- finanční referentka- dosáhla vysokoškolského vzdělání s titulem Bc. v oboru sociálně-právním. Vedoucí personálního oddělení má vystudované gymnázium. Vedení firmy neklade důraz na odborné vzdělání. Firma se zaměřuje spíše na osobní zkušenosti a praxi a zdali zaměstnanci svou pracovní pozici zvládnou či ne. Společenský paradox, kdy na srovnatelné pozici musí mít ženy nesrovnatelně vyšší kvalifikaci než jejich mužské protějšky, se zde nepotvrzuje. Paradoxem je, že na žádné pozici managementu nepracuje ani jeden vysokoškolsky vzdělaný člověk. Naopak dělnické profese vykonává několik vysokoškolsky vzdělaných osob.

„Odborná kvalifikace není nutná. V zásadě platí, že pokud se nám zaměstnanec osvědčí nebo má současně zkušenosti z jiné firmy, které pak uplatňuje u nás. To je pro nás rozhodující.“ „Ano, je to běžný postup většiny zdejších firem.“ (respondent 2)

„Na retraku jezdí zemědělský inženýr XXX (jméno zaměstnance). Na vratkách je XXX, má vystudovanou pajdu. Dobrý, co?“ (respondetka 4)

Teritorialita zasedací kanceláře zastává funkci regulačního mechanismu, nastavuje hranice mezi jednotlivými zaměstnanci a

představuje tak způsoby prosazování kontroly nad konkrétně vymezeným územím (Altman 1975: 107). Význam prostoru se jeví jako klíčový. Pochopením místa v prostoru můžeme analyzovat povahy vztahů ve společnosti (de Certeau cit. v Cresswell 2004). V zasedací místnosti se nachází kulatý stůl, kolem kterého jednou týdně zasedá management. Průběh celého zasedání mají na starost ženy z personální kanceláře. Před příjezdem německého vedení připravují občerstvení pro každého z účastníků porady, svolávají management firmy a připravují podklady k projednání. Zaměstnankyně personálního oddělení čekají na příchod celého managementu, který následně doprovodí a uvedou v zasedací místnosti. Ženy v průběhu porady přítomné nejsou, přítomna je pouze HR Managerka, která přichází až v okamžiku, kdy je celý management uveden, posazen a obsloužen. Tímto způsobem probíhají porady českého a německého managementu, každý týden ve stejný den. Respondentka 1 k takto rozděleným činnostem přistupuje pozitivně, shledává je naučenými a automatizovanými. Rutinizace jednání, odpovídající zaběhnutým normám v konkrétním prostoru tyto vytvořené normy posiluje (Cresswell 1996: 165).

„Ve středu vždycky jednáme s Němcema, takže nejdřív musím kluky, aby přišli nahoru (...). Holky mezitím připraví podle toho, kdo přijede, jak má kdo, co rád (...). Tiskneme reporty, připravíme to do zasedačky a čekáme na všechny.“ (respondentka 1)

„To taky není jen tak! Každý chce to kafe jinak (smích)!“ „Musíme myslet na to, aby měli všichni všechno. Porada trvá od deseti do těch dvanácti, takže nám to ten půlden zabere. Časem se to naučíš a pak už si to pamatuješ, kdo, co chce. To se zaběhne a pak už víš, automaticky.“ (respondentka 1)

5.3 Mužské prostředí IT vs feminizované HR

V prvním patře vedle personálního oddělení se nachází kancelář IT Managera. V kanceláři se projevuje individuální teritorialita ze strany jejich obývajících (Hall 1959). Vstup do kanceláře je možný pouze přes čip a je

vyhraněný pouze zaměstnancům na pozicích IT. Lidé z ostatních pozic mají přístup odepřen z důvodu ochrany a citlivosti dat. V kanceláři sedí jeden IT Manager a tři technici. Jsou to muži ve věku 20-29 let. Jsou zde zatažené žaluzie a na zemi se nachází spousta rozebraných PC sestav a dalších IT komponentů. V kanceláři je patrný pracovní nepořádek, zejména na stolech i pod nimi. Na stěnách jsou kalendáře s odhalenými ženami. V této ryze mužské kanceláři se objevuje obraz ženy jako sexuálního objektu (Oakley, 2000). Tento způsob vyznačování prostoru, ženám naznačuje, že funkce ženy ve světě je omezená na funkce jejich těl. Formou objektivizace ženského těla dává mužská část najevo, že jejich kancelář není pro ženu zrovna přátelské a respektující prostředí.

„Holky na ty „kompy“ nemaj tolik hlavu a myslim si, že kdyby se sem chtěla nějaká hlásit, tak si to asi rychle rozmyslí, když to uvidí.“ (respondent 3)

„Nejsem konkrétně proti ženám, vůbec. Jen si nedokážu představit, že tam nějaká sedí s náma.“ (respondent 3)

„Některý práce by ženská dělat neměla. Některý práce jsou jenom pro chlapa. Ženská nemá tolik síly, aby zvedala zboží z palet do těch horních stovkovejch pozic.“ (respondent 3)

Argumentace nedostatečné fyzické síly ženy, naznačuje, že se žena do určitého pracovního sektoru nehodí. Zaměstnanci IT realizují ve svém prostoru - kanceláři - určitou dominanci, ze které je patrná vládnoucí subjektivita (Cresswell 2004: 31). Situace, kdy ženy přijdou do kontaktu s kanceláří IT, jim jsou podle jejich slov nepříjemné. Nerady do kanceláře nahlíží a snaží se jí vyhnout pohledem. Ač ženy do kanceláře často nevstupují, dostávají se s prostorem do interakce, jelikož místo je vždy v interakci s jiným místem, tedy prostor žen se dostává do interakce s prostorem mužů (Gruenewald 2003). Respondentky s vyvěšenými pornografickými motivy nesouhlasí a vyjadřují určitý druh nesouhlasu i přesto, že se v této situaci žena stává mužským objektem touhy (Curran 2003).

„S klukama nemám žádnéj problem. Ale když to tam (do IT kanceláře) vidíš (...) To je děs.“ „Není mi to příjemný, ale já tam radši nekoukám.“ (respondentka 1)

„Ty nádhery na zdech, vidělas to?“ „Vadí mi to, no (...). Do práce takový věci snad nepatří, ne? (respondentka 4)

V mnou zkoumané firmě lze pozorovat nárokování si prostor pro jeden gender skrze profesní linii. Důležitost konkrétního prostoru se jednotlivci snaží racionalizovat skrze účelovost. HR kancelář je považována za středobod firmy, ve které se odehrává podstatná část provozního chodu společnosti. Z ženského pohledu je HR kancelář nejvíce navštěvovaná a využívaná. Ženy prosazují její význam a důležitost. Svým způsobem si nárokují tento firemní prostor, který je spojován s jejich genderem.

„Stejně všechny neformální záležitosti řešíme s chlapama tady. Oni chodí za náma a rádi. Takže tam ani nemusim.“ (respondetka 1)

„U nás projednáváme cestáky, plány zahraničních cest, opravy aut, odměny, případné kariérní postupy nebo změny, který potom projednávám s jednatelem. To jsou všechno věci, který se týkají jen manažerů.“ (respondetka 1)

„Za XXX (IT Manager) nechodim. Já u ajťáků nic neřeším. Všechny záležitosti jako šifťáci řešíme nahoře na personálním.“ (respondentka 4)

5.4 „Doing“ gender a interakce

Genderová percepce vnímá muže a ženu jako přirozenou kategorii. Hlavní rozdíly mezi pohlavími jsou podporovány dělbou práce. Tyto rozdíly jsou charakterizovány chováním přisuzovaným ženám a mužům, které mají hluboké psychologické a sociální důsledky. Je to řada rolí a vykonávaných činností konaných nepřetržitým a souvislým způsobem.

Na provozní hale je pro zaměstnance dělnické profese předepsaný pracovní oděv, který tvoří pracovní vesta a triko s logem firmy. Muži nosí tento pracovní oděv bez úprav, zatímco ženy si jej kreativně upravují.

„Trička třeba mě u krku škrtí, proto sem si ho takhle přešila. Já jsem dostala dvě tyhle eskový (velikost S). Ještě si musím přešít to druhý.“
„Holky si je upravujou normálně sami. V létě se v tom nedá. Jestli dostaneme zase nový na léto (...), já si je předělám všechny.“
(respondentka 6)

U žen je to především kreativita, smysl pro estetiku a důraz na vizáž, které ve firemním prostředí definují ženství. Ženské činnosti jsou ovlivněny stereotypními představami o feminitě v konkrétním sociálním kontextu. Definice ženy je sociologickou definicí, která se spoléhá na kódy a konvence, které jsou základem každodenních činností. „Dělat“ gender znamená provádět společenské činnosti, interakce a mikropolitiky, které definují určité vlastnosti a vztahují se ke kategorii žena (West, Zimmerman 2007).

Řada činností, které muži a ženy vykonávají se jeví jako „přirozené“. Gender je výsledkem institucionalizovaných funkcí společnosti - v případě zaměstnanců firmy LPC Logistics jsou všichni aktéři tím, kdo „dělá“ pohlaví. *“Jedinice utváří to, co rutinně dělá v interakci s jinými jedinci”* (West, Zimmerman 2008: 111)

„Když přijede německý vedení, chodíme jednat do zasedačky, kde sedím já, kluci (ukazuje směrem na kanceláře mužů z managementu) a pan jednatel. Holky (ženy z personálního oddělení) mají na starost občerstvení, aby měli všichni co pít a jíst. Taky dávají dohromady report.“
„To jsou informace za celý týden. Němci jsou tu vždycky ve středu, no a jedna z věcí, kterou máme my (ženy z personálního oddělení) na starost, jsou reporty a to občerstvení.“ (respondentka 1)

„Na obědy chodíme nahoru. Holky dojíždí z Plzně. Nám vozí obědy z XXX (název restaurace). Jsou tam ve třech a starají se o výdej (...). Jó

jsou dobrý, stíhají, baví se. Když si řekneš, dostaneš klidně přidáno. Starají se o nás.” (respondent 3)

Ve výpovědích se opakuje motiv ženy (v aktérské mluvě „holky“) jako pečující, starostlivé, připravující pokrmy. Tyto vlastnosti demonstrují zastoupení feminity ve většině oblastech pracovního prostředí. Mezi zaměstnanci je zjevná dělba rolí, která odráží sociálně konstruovaný obraz mužské a ženské sféry, typické právě odlišnými vlastnostmi. Gender je nejlépe vnímán jako performativní - má sociální publikum. Když „děláme gender“ hraje roli, před kým ho „děláme“. Výkony žen a mužů v zaměstnání jsou prosazovány a očekávány skrze historickou a sociální praxi (Butler 1988: 519-531).

Interakce, vznikající v oblasti vztahů mezi zaměstnanci ve firemním prostředí jsou primárním aspektem konceptu „dělání“ genderu (West, Zimmermana 2007). Tyto společenské interakce se opírají o kódy a konvence, které jsou základem každodenních činností. „Dělat“ gender znamená provádět společenské interakce, které definují určité činnosti - buď mužské nebo ženské a ty v tomto případě uplatňují stereotypy rolí. Muži a ženy jsou konstruováni tak, aby se chovali a jednali způsobem, který udržuje jejich genderovou identitu. Pohlaví, na rozdíl od genderu odkazuje na rozhodnutí učiněné na základě vědecky akceptovaných biologických kritérií. Femininita a maskulinita se vztahují ke složité sadě společností předepsaných charakteristik pro dané pohlaví, prostřednictvím procesu socializace (West, Zimmerman, 2014: 122).

„Jsme tu tři šifřačky. Já, XXX a XXX. Nahoře je akorát XXX (HR manager). A podle systému máme víc dělnic než dělníků. Jsou pečlivější, nedělají chyby, chodí pravidelně, víc než chlapi.” (respondentka 4)

„Naběham denně zhruba patnáct kilometrů (...). Tuhle práci dělají ženy i muži. Je to fyzicky náročný. A já si myslím, že to zvládáme líp, hlídáme si chyby. Zaměstnance vyhrávají pořád holky.” (respondentka 6)

„Nevím, jak je to v ostatních firmách, ale podle toho, co se k nám hlásí lidi, co slýchávám při pohovorech a ptám se na zkušenosti lidí z jiných firem, tak těch manažerek prostě pořád tolik není. Víc je určitě chlapů. A asi i jako mistr ženská mít pod sebou padesát Rumunů, který neumí česky (...). No, je na to nutná určitá asi autorita, a to ženský tolik nemaj. Nevím, jestli se to dá naučit, asi né.“ (respondetka 1)

Významnou roli hraje také symbolika oblékání. Reprodukce genderových stereotypů se projevuje v samotném oblékání zaměstnanců do „typicky“ mužského a „typicky“ ženského oblečení (Oakley 2000: 131). Muži manažeři svým stylem oblékání prezentují maskulinitu, snahou vytvořit image silného a úspěšného jedince. Ženy v manažerských pozicích ve většině případů oblékají prvky s důrazem na „ženskost“ (Oakley 2000). Viditelné rozdíly lze spatřit také u zaměstnanců na dělnických pozicích, zejména v úpravách pracovních uniforem. Firma se snaží tyto rozdíly stírat. Předepsaný je stejný pracovní oděv pro ženy i muže. Ženy jsi jej ovšem často přetvářejí.

„Ale nelíbí se jim to (nadřízeným). Chtěj za to strhávat odměny (...). No, že si je přešívají (zaměstnankyně). Dostanem trika a druhej den maj všechny vystřihnutej výstřih a ustříhlý rukávy.“ (respondent 7)

Feminní habitus, činnosti a vlastnosti přisuzované ženám, viditelné v domácí sféře, se přenáší také do sféry pracovní. Ženy ve firmě představují nízkou, domácí a skrytou oblast, která je podřízená maskulinní sféře (Bourideu 2000), přestože ve firmě mají početní převahu.

Prezentace mužství/ženství se v rámci firmy příliš nediskutuje. Ze strany zaměstnanců se o toto téma zajímala pouze ženská část z vedení, tedy jedna žena. Mužská část si tuto problematiku obecně uvědomuje, ale neshledává jí potřebnou a aktuální. Argumentují dosavadní prosperitou firmy. Opakujícími se motivy související s kulturními stereotypy mužství/ženství jsou sociálně ukotvené představy vlastností, činností a povinností vázané na pohlaví, naturalizující myšlenku, že společenské postavení vychází ze společenského řádu. Společensky konstruované

předpoklady mužství/ženství, ukotvené v myslích a psychikách jedinců se nejspíše odvíjí od archetypálního obrazu muže a ženy. V praxi tak lze sledovat pomalý, avšak dynamický proces, který souvisí s postavením mužů a žen ve společnosti – v pracovním prostředí.

5.5 Symbolická nadvláda mužů a maskulinita organizace

Příkladem hierarchizace práce vyskytující se v mnou zkoumané firmě LPC Logistics jsou tradiční modely vztahu muže a ženy, tedy „šéf“ (jednatel) - „sekretářka“ (HR Managerka).

„Asi jsem vlastně taková sekretářka, akorát tady používáme tu logistickou mluvu. Takže nemám na dveřích sekretářka XXX (jméno respondentky), ale HR Manager XXX.” (respondentka 1)

Prezentace muže - šéfa - jednatele - zde naznačuje, že muž je v pozici toho, kdo řídí a rozhoduje. Žena v tomto vztahu vystupuje jako podřízená a submisivní (Bourdieu 2000).

„Asi jsem se s tím nikdy nesešel, že by někdo přímo řekl: „„Ty jsi ženská, na tuhle pracovní pozici se nedostaneš.” Ale určitý zažitý stereotypy jsou v každém oboru nebo práci. Typická sekretářka, kterou si představím asi nebude velkej chlap. A když si představím šéfa velký německý automobilky, tak to asi taky nebude žena.” (respondent 5)

„Když to mají holky těžký (zboží ze skladu), tak si počkaj nebo řeknou „retrakáři” (řidič vysokozdvížných vozíků) a ty jim to hodíš, kam potřebujou.” (respondent 5)

Mužská nadvláda vystupuje jako hlavní příklad symbolického násilí. Tedy jako druh jemného, neviditelného a všudy přítomného násilí, které se vyskytuje v každodenních praktikách (Bourdieu 2000). Slabost a zranitelnost ženy je prezentována skrze její historické postavení. V historii bylo obvyklé, aby žena zastávala činnosti spojené s chodem domácnosti, tudíž byla z veřejných společenských sfér distancována.

Podle Bourdieua (2000) je v moderní společnosti přítomnost pracující ženy samozřejmostí, i přesto zůstává stále uváděna do podřadných pozic.

Nadvláda maskulinních rysů ve firmě je nevědomě zakotvena v běžných praktikách zaměstnanců, nejspíš protože je v souladu s jejich očekáváními, „*vztahy nadvlády se zdají jakoby přirozené, protože ovládaní na ně aplikují kategorie konstruované z hlediska vládnoucích*“ (Bourdieu 2000: 34).

„Žena v průběhu života odejde na mateřskou, tím pádem odejde z toho pracovního života, zatímco muž může kariérně růst.“ (respondent 3)

Rozdílnost biologických dispozic mužů a žen, tedy například, že muži nemohou rodit, poukazuje na skutečnost, že většina těchto biologických faktorů je nejen sociálním konstruktem, ale zároveň je i nerovnoměrně oceňovaná (Bourdieu 2000). Stereotypní předpoklad, že se muži nestávají otci a nestarají se o své potomky je jedním z hlavních činitelů segregace pracovního trhu. Diskriminační chování pak vyplývá z preferencí v rámci organizací a jejich managementu (Křížková, Pavlica 2004: 89).

Promluvy firemního recruitmentu referují o firmě jako o společenství mužů – poptávají primárně muže, nesnaží se používat genderově neutrální výrazy či pozice pro obě pohlaví oddělené lomítkem. Přestože organizace neuvádějí blíže genderově vymezeného zaměstnance, v sociální realitě jsou to spíše muži než ženy, koho popisují.

„V současné době zde máme volná pracovní místa na pozice skladový manipulát, údržbář a počítačový technik.“ (respondentka 1)

„Já mam ve smlouvě dělník. Nemaj to rozdělený na chlapi a ženský. Mně to nevadí.“ (respondentka 7)

„Jsem oficiálně Shift Leader, říkáme šifťáci všem. Je mi to asi jedno, šifť leaderka by znělo blbě, ne? Takhle je to ve všech firmách.“ (respondent 5)

„Z manažerských pozic je tu akorát XXX (HR Manager), ostatní pozice jsou zastoupeny muži. Na dveřích u kanceláře má každý cedulku se jménem a manažerskou pozicí, kterou zastupuje. Je pravda, že všude stojí manažer toho a toho. Všechny pozice jsou zkrátka manažer.“
(respondent 2)

Přítomnost jednostranného pojmenování pracovních profesí, odkazuje k teorii umlčených skupin (Ardener 1981). Jazyk dominantní skupiny ve společnosti - v pracovním prostředí - generuje dominantní způsoby vyjadřování a je artikulován v termínech mužského světa (Ardener 1981: 22). Marginalizovanou skupinou se v případě firmy LPC Logistics stávají ženy. Ženské profesní pozice ve firmě postrádají dominantní komunikační charakter vyjádřený skrze dominantní logistické koncepce (Tamtéž: 22).

Management firmy LPC Logistics je zastoupen pouze jednou ženou, ostatní zaměstnanci jsou muži. Horní patro firmy tvoří kanceláře zaměstnanců managementu a jídelna, která je ovšem kromě přestávek vyhraněných na oběd prázdná. Androcentrické pojetí zakořeněné v kulturním diskurzu, sociálních institucích a jazyce jednotlivců, není pouze historickou představou mužské nadřazenosti, ale ideologií, založenou na základě mužů a mužských zkušeností, zatímco ženy a ženské zkušenosti jsou vnímány jako odchylka od této normy (Bem 1993: 54).

5.6 Gender a konflikt rolí

Ke konfliktu mezi rolí dochází v momentech, ve kterých jsou očekávání spojená s rolí jedince v rozporu s očekáváním od konkrétní role. Goffman (1999) uvádí, že velká část našeho vnějšího každodenního sociálního chování a interakcí je definována lidmi, kteří vykonávají své role, stejně jako herci v divadle. Pokud se podíváme na muže a ženy jako na metaforu pro kulturu a přírodu, pak nám teorie Sherry Ortner (1996) umožňuje mezi těmito kategoriemi porovnat dominantní mužský a rovnostářský ženský přístup. Ženy jsou blíže k přírodě prostřednictvím reprodukce a výchovy dětí, zatímco univerzální mužská dominance

vyplývá ze způsobu, kterými jsou muži blíže ke kultuře, prostřednictvím výroby trvalých předmětů (Ortner 1996: 93-95).

„Určitě to stále platí, ale jedna věc je, že ženy limituje to, že mají děti. To sebou nese prostě určitá omezení, myslím teď pracovní. Když chtějí mít třeba dvě, tři děti, tak s nima podstatnou část stráví doma. A asi většina žen to tak má, ale jsou manažerky, který jdou po roce a půl do práce. A jsou na vysokých pozicích. Zase záleží na domluvě, na partnerovi, pokud je schopnej se o děti starat, je to taky v pořádku. Každopádně jako manažerka, jsem tuhle část řešit nemusela, kluci už byli velký, když jsem já nastupovala.” (respondentka 1)

„Když zaměstnáme ženu na některou z manažerských pozic, ve věku 20-35 dejme tomu, tak automaticky musíme počítat s tím, že otěhotní, půjde na mateřskou a tím pádem nám vypadne. Jó, a v tom vidím třeba tu nerovnost, že jsou ty ženy k tomu tak společensky nastavený. U chlapů tohle neřešíme. U nově příchozích zaměstnankyň na to musíme brát ohled.” (respondent 2)

Přestože se jednatel vyjadřuje velice kulantně, z praxe, kterou aplikuje při přijímání nových zaměstnankyň, se nově příchozích neptá na konkrétní plán a preference žen. Jednatelův výrok „*musíme brát ohled*” naznačuje automatické rozhodnutí. „Ohled“ je zde šifrou pro vyloučení. V minimální míře vyloučení z kariérního postupu, v té maximální vyloučení z pracovního prostředí úplně.

Reprodukce genderových stereotypů odráží normativní představy o ženskosti a mužskosti. Tyto stereotypní obrazy se liší v souvislosti na očekávání a kontextu. Obvykle tak zobrazují feminitu a maskulinitu jako binární protiklady či dualismy (Oakley 2005: 26). Výpovědi respondentů odkazují ke skutečnosti, že jsou to právě ženy, které jsou vystaveny řešit otázku kariéra versus rodina. Opakujícím se motivem je role mateřská. *„Mateřství je v české společnosti stále chápáno jako jedinečná a nepřenositelná role ženy.“ (Čermáková, 2000: 95)* Ženská fyziologie a její reprodukční procesy ji zaměstnávají v souvislosti se zastáním společenské

- mateřské - role, která je považována za méně hodnotnou oproti té mužské (Ortner 1972). V případě respondentů, je role matky primárně na ženě a vnímají ji jako nenahraditelnou.

„Máma by měla být se svým dítětem. Jako to je na každým, jak se rozhodne, ale minimálně do toho roku a půl (...).“ (respondent 5)

„Já jsem byla s dcerama doma, neumím si představit, že bych chodila do práce a nechala je hlídat.“ (respondentka 6)

„Nejspíš to bude tím, že to tak bylo vždycky v historii. To až dneska chodí i chlapi na mateřskou.“ (respondent 3)

Genderové stereotypy vyskytující se v souvislosti se zaměstnanci lze považovat za zjednodušující charakteristiku činností, vlastností a rolí, přisuzované ženám a mužům, odkazující k představám na tzv. „maskulinního muže“ případně „femininní ženy“ (Renzetti, Curran, 2003: 20) Společensko-historická představa ženy jako matky a výhradní pečovatelky se promítá i ve výpovědích respondentů. Ke konfliktu rolí mezi zaměstnanci, dochází při uplatňování stereotypního chápání ženských a mužských vlastností, související s přisuzováním vlastností jednotlivým pohlavím.

„No, určitě lepší chlap, než ženská tady (na pozici vedoucího směny).“ „Musíš na ně často zařvat, honit je, když dřepí ve skladu, chce to tvrdou ruku.“ (respondent 5)

„Dělám Shift leadera (...), ostatní jsou chlapi (na pozici vedoucího směny). Musíš mít vyřídilku a stejně si budou dovolovat.“ (respondentka 4)

Výpovědi obou Shift leaderů- muže a ženy- vypovídají o rozdílném náhledu na svou pracovní pozici. Oba dva zdůrazňují vlastnosti stereotypně spojované s vlastním genderem. Muž je přesvědčen, že ke své funkci je potřeba síly a agresivity, zatímco žena je přesvědčena, že je třeba umět komunikovat. Každý ze zaměstnanců se snaží svou pozici racionalizovat.

„Když máme soboty dvanáctky (dvanáctihodinová směna), tak musím řešit hlídání. Většinou máma (matka respondentky) no, ale je to pro mě náročný.” (respondentka 4)

„Musím já. Mladšího (syna) vyzvedávám po práci. XXX (přítel respondentky) dělá u Nýřan, taky ve fabrice a ten přijíždí většinou kolem pátý, šestý. Takže po práci jedu vyzvednout malýho, většinou to беру přes krám, když potřebuju něco ve městě, ještě to беру přes město. No a domů přijíždíme na stejno.” (respondentka 4)

„Přítelkyně je doma. Je taky už v důchodu. (...) já se o úklid nestarám, to přítelkyně. Protože já přijdu z práce a co potřebuju (...). Mám uvařeno a jsem spokojenej. Přítelkyně se stará o všechno.” (respondent 7)

Na základě stereotypního genderového diskurzu (Renzetti, Curran 2005) je to žena, kdo nese odpovědnost za chod domácí sféry, péči o děti, příbuzné apod. Ženy samotné mnohdy považují tyto úkoly za součást své identity a automaticky k nim přilnou, zatímco muž zůstává ve sféře profesní a shledává toto dělení rolí - prací - za relevantní. V souladu s přijetím těla jako historického obrazu je rozdělení činností a rolí žen vnímané jako přirozené a vrozené. Společenský obraz ženy se prostřednictvím řady aktů v průběhu času obnovuje, reviduje a konsoliduje a gender je tak v podstatě performativním opakováním aktů spojených s mužem nebo ženou (Butler 1988: 519-531).

6 ZÁVĚR

Závěrem práce bych se pokusila odpovědět na v úvodu stanovené výzkumné otázky.

Femininita a maskulinita odkazují k genderovým identitám, související se sociokulturními kategoriemi. Ženství a mužství je dynamický proces, měnící se podle kultury a jednotlivce a nelze ho považovat za neměnný a nezávislý na sociálních okolnostech. Bez ohledu na biologické pohlaví jsou v různých kulturách uznávány různé chování a praktiky jako ženské a mužské. Existuje mnoho forem ženství a mnoho forem mužství. To, co je definováno jako ženské nebo mužské, se liší v závislosti na mnoha sociálních faktorech. Každý jedinec se v průběhu života věnuje mnoha formám ženskosti a mužskosti, které přijímá, ať vědomě či nevědomě, v závislosti na společenském kontextu, očekávání druhých nebo životní fázi.

Jaká je povaha vztahu mezi prezentací mužství a ženství a vnějších stereotypů v oblastech firemního provozu? Charakter feminity a maskulinity se mění v závislosti na kontextu, zároveň stále existují tendence tíhnoucí k reprodukci genderových stereotypů, které se následně promítají do genderových rolí. Samotní jedinci jsou aktivními činiteli při zpracovávání požadavků vycházejících z genderových stereotypů. Biologické rozdíly mezi muži a ženami reprodukuje stereotypní představy o ženách jakožto matkách a mužích jakožto živitelích rodiny (Janošová 2008: 28).

V jakých situacích se ve firemním prostředí formují, uplatňují a reprodukuje genderové stereotypy? Na konstrukci feminity a maskulinity má nepochybně vliv řada faktorů. Prostředí firemní organizace odkazuje k reprodukci genderové nerovnosti zejména užíváním generického maskulina. To je nejvíce spojeno s formou popisu pracovních pozic, stylem popisu práce a celkovým mechanismem provozu. Firemní prostředí si nárokují jednotlivé gendery skrze svou profesní linii. Mužské a ženské

stereotypie se odráží při společné pracovní interakci v podobě určitých předem předpokládaných pravidel chování.

Jak aktéři aktivně zpracovávají vnější požadavky vycházející z genderových stereotypů? Muži potvrzují svou maskulinitu. Společným jmenovatelem jsou opakující se motivy nadřazenosti, soběstačnosti, důrazu na větší výkonnost a větší fyzickou sílu. Za společné znaky feminity jsou považovány vlastnosti jako kreativita, starostlivost, ochota pomoci, pečlivost a smysl pro estetiku, kterou vykazují ženy. Upravují si pracovní oděvy, zkrášlují své kanceláře a zajišťují občerstvení. Aktéři ve firemním prostředí disponují v průběhu interakce různými sociálními identitami, které přizpůsobují konkrétní situaci. Opakované a stylizované činnosti jsou provázány s pohlavními kategoriemi, které mají své místo v interaktivním schématu.

Subjektivní pocity feminity a maskulinity se liší ve vnímání sebe sama a souvisejí s genderovou manifestací. Gender by měl být považován za nastavitelný koncept a s pojmy maskulinní a femininní je vhodné pracovat jako se škálou. Sociální konstrukce feminity a maskulinity lze považovat za systém moci, který nejen rozděluje ženy a muže na feminní a maskulinní, ale obvykle také staví muže a maskulinitu nad ženy a tím více oceňuje instituce, kterým dominují muži.

7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

ALTMAN, I. *The environment and social behavior*. Brooks, Cole, Monterey. 1975.

ARDENER, Edwin. *Belief and the Problem of Women*. In Ardener, eds., *Perceiving Women*, London: J. M. Dent & Sons, 1 – 27. 1981.

ARDENER, Shirley. *Women and space : ground rules and social maps*. (Rev. ed). Berg, Oxford, UK; Providence, RI, USA, 1993.

BAUMAN Zygmunt, Tim MAY. *Myslet sociologicky*. Praha: SLON. 2010.

BEAUVOIR, Simone. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis. 1996.

BEDRNOVÁ, Eva, NOVÝ, Ivan. *Moc, vliv, autorita*. 1. vyd. Praha: Management Press. 2001.

BEM, L. Sandra. *The Lenses of Gender: Transforming the Debate on Sexual Inequality*. New Haven: Yale University Press. 1993.

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

BOURDIEU, Pierre. *Practical Reason: On the Theory of Action*. Stanford University Press. 1998.

BUTLER, Judith. *Gender Trouble: Feminism and Subversion od Identity*. Vyd. 1. New York, London: Routlege. 1990.

BUTLER, Judith. *Trampoty s rodom*. Bratislava: Aspekt. 2003.

CURRAN, Daniel J., Claire M RENZETTI. *Ženy muži a společnost*: Vyd. 1. Praha: Karolinum. 2003. 2005.

CURRAN, Daniel J., Claire M RENZETTI. *Ženy muži a společnost*: Praha: Karolinum. 2005.

CRESSWELL, Tim. *In Place/Out of Place*. Minneapolis. London: University of Minnesota Press. 1996.

CRESSWELL, Tim. *Place. A short introduction*. Oxford: Blackwell Publishing. 2004.

ČERMÁKOVÁ, Marie a kol. *Souvislosti a změny genderových diferencí v české společnosti v 90. letech*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky. 2000.

ETZIONI, Amitai. *Modern organizations*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. 1964.

FRIEDAN, Betty. *Feminine mystique*. Praha: Pragma 2002.

GOFFMAN, Ervin. *Gender Display*. *Studies in the Anthropology of Visual Communication*. Č. 2, s. 69-77. 1999.

GRUENEWALD, David A. *Foundations of Place. A Multidisciplinary Framework for Place-Conscious Education*. *American Educational Research Journal* 40: 3: 615- 654. 2003.

HALL, Edward T. *The Hidden Dimension*. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1966.

HAVELKOVÁ, Hana. *První a druhá vlna feminismu: podobnosti a rozdíly*. In. *ABC Feminismu*. Brno: Nesehnutí. 2004.

HELLER, Daniel. *Maskulinita a feminita v dějinách psychologie*. Psychologický ústav AV ČR, Praha. 2004.

HOFSTEDE, Geert. *Masculinity and femininity: The taboo dimension of national cultures*. Sage Publications, Inc. 1998.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. 1. vyd. Praha: Portál, 2001.

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

JEŘÁBEK, Hynek. *Úvod do sociologického výzkumu*. Praha: Karolinum. 1993.

- KARSTEN, Hartmut. *Ženy - muži*. Vyd. 1. Praha: Portál. 2006.
- KUBRICHTOVÁ, Gisela. *Pohlaví a temperament u tří primitivních společností*. Praha: SLON. 2011.
- KŘÍŽKOVÁ, Alena, PAVLICA, Karel. *Management genderových vztahů. Postavení žen a mužů v organizaci*. Praha: Management Press. 2004.
- MEAD, Margaret. *Sex and Temperament: In Three Primitive Societies*. HarperCollins. Publishers. 1935.
- MEAD, Margaret. *Male to Female: A Study of the Sexes in a Changing World*. New York: Willia, Morrow a Co. 1949
- OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha : Portál. 2000.
- ORTNER, Sherry B. *Má se žena k muži jako příroda ke kultuře?* In: Oates-Indruchová, L. (ed.). *Dívčí válka s ideologií*. Praha: SLON. 1998.
- PRECLÍK, Vratislav: *Průmyslová logistika*. Vydavatelství ČVUT v Praze. 2000.
- SOUKUP, Martin. *Terénní výzkum v sociální a kulturní antropologii*. Praha: Karolinum. 2014.
- SOUKUP, Václav. *Antropologie: teorie člověka a kultury*. Praha: Portál 2011.
- TERMAN, L. M., MILES, C. C. *Sex and personality: Studies in masculinity and femininity*. New York: McGraw Hill. 1936.
- TOUŠEK, Ladislav. *Vybrané aspekty metodologie aplikované antropologie. Vybrané kapitoly z aplikované sociální antropologie*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 25-106. 2012.
- WHARTON, Amy S. *The sociology of gender: an introduction to theory and research*. Malden, MA: Blackwell Pub., 2005.

WEST, Candace, Don, H. ZIMMERMAN. *Doing Gender*. *Gender and Society*, Vol. 1, No. 2.: 125-151. 1987.

Internetové zdroje

BUTLER, Judith. "*Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*". *Theatre Journal*. **40** (4): 519–531. [cit. 2020-21-03] Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/3207893?origin=crossref&seq=1#metadata_info_tab_contents

HASMANOVÁ MARHÁNKOVÁ, Jaroslava. *(Ne)jistá spojenectví kulturní antropologie a feministického myšlení*. *ČESKÝ LID* 100, 2013, 2. [cit. 2020-7-04] Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SAN230/um/marhankova_feministicka_antropologie.pdf

REDDY Vasu, BUTLER Judith. "*Troubling Genders, Subverting Identities: Interview with Judith Butler*." *Agenda: Empowering Women for Gender Equity*, no. 62 (2004): 115-23. [cit. 2020-11-05] Dostupné z: www.jstor.org/stable/4066688.

SOUKUP, Václav. *Mužství a ženství v perspektivě feministické antropologie*. *Anthropologia integra*, 3(2), 37-44. [cit. 2020-2-02] Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.5817/AI2012-2-37>

SKORUNKA, David. *Sociální konstruktivismus a psychoterapie*. *Narativ.cz*. [cit. 2020-11-05] Dostupné z: http://www.narativ.cz/files/pictures/clanky/socialni_konstrukcionismus_a_psychoterapie__skorun_4bf6732e78.pdf

-WEST, Candace, Don, H. ZIMMERMAN. *Dělat gender*. *Sociální studia*. *Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity*, 1/2008. S. 99–120. [cit. 2020-21-03] Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/189945?seq=1#metadata_info_tab_contents-

8 RESUME

The main topic of this bachelor's thesis is to analyze how femininity and masculinity are formed and manifested in the environment of large companies. The work tries to grasp the corporate environment as an institution that has an impact on the behavior, actions and representation of the examined individuals in the field of corporate operations. The work deals with the construction of femininity and masculinity, gender stereotypes and the formation of identity in relation to the profession. The aim of the work is to find out how masculinity and femininity are presented in the corporate environment. The work tries to analyze the construction of female and male behavior, respectively how feminine and masculine behavior is captured by individual actors.

The bachelor thesis is divided into theoretical, methodological and analytical parts. First, in the theoretical part, I present gender discourse, its context in a historical perspective, the basic concepts associated with it and theoretical approaches that relate to the issue. The methodological part describes the approach and methods used during data collection. The last part is devoted to the analysis and interpretation of data from own research. In this part I pay attention to the specific environment of a logistics company and its internal differentiation.