

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Fanouškovské komunity se zaměřením na
genderovou analýzu tuningové subkultury - Žena
v maskulinním prostředí**

Petr Kala

Plzeň, 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra sociologie

Studijní program Sociologie

Studijní obor Sociologie

Bakalářská práce

**Fanouškovské komunity se zaměřením na
genderovou analýzu tuningové subkultury - Žena
v maskulinním prostředí**

Petr Kala

Vedoucí práce:

PhDr. Stanislav Holubec, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň, 2013

Prohlášení

Prohlašuji tímto, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a uvedl v seznamu literatury veškerou použitou literaturu a další zdroje.

Plzeň, duben 2013

vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Rád bych poděkoval PhDr. Stanislavu Holubcovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky, které mi velkou měrou pomohly při vypracování této bakalářské práce. Je na místě poděkovat i všem respondentům za jejich ochotu a také poskytnuté informace.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	AUTOMOBILISMUS	3
	2.1 Vznik automobilu	3
	2.2 Sociální faktory	4
	2.3 Český automobilismus	4
	2.4 Role automobilu v životním stylu	7
3	TUNING	9
	3.1 Vznik tuningu a přelom v novodobém tuningovém myšlení ...	9
	3.2 Druhy tuningu a současné trendy	12
	3.3 Normy a pravidla	15
4	SUBKULTURA	17
5	MASKULINITA A FEMINITA	20
	5.1 Gender	20
	5.2 Konstrukce ženské identity v maskulinním prostředí	21
	5.3 Stigma	22
6	METODOLOGIE	24
	6.1 Cíl a výzkumné otázky	24
	6.2 Popis instrumentů ke sběru a analýze dat	24

6.3 Tvorba výzkumného vzorku.....	25
7 VÝSLEDKY VÝZKUMU	27
7.1 Závěry empirické části	40
8 ZÁVĚR	43
9 SEZNAM LITERATURY	45
9.1 Internetové zdroje	46
10 RESUMÉ	48
11 PŘÍLOHY	49

1 ÚVOD

Tématem této práce jsou fanouškovské komunity se zaměřením na genderovou analýzu tuningové subkultury. Subkultury jsou nejen v České republice velice diskutovaným tématem. Na téma subkultur, komunit a genderu byla napsána řada odborných publikací a bylo také uskutečněno mnoho výzkumů. Tématu české tuningové automobilové subkultury se zaměřením na ženu ve striktně maskulinním prostředí se zatím žádný výzkum nevěnoval. Toto byl jeden z důvodů, proč jsem si toto téma pro svou bakalářskou práci vybral. Dalším důvodem pro výběr tohoto tématu je má záliba v automobilech a také známosti v této subkultuře, což mi zaručilo spolehlivé informátory tzv. gatekeepery. Je velmi zajímavé, že nejen v České republice se ženy pouštějí do takto těžkého koníčku a dosahují nevídaných úspěchů, navíc u nás je tento fenomén rozšířen mnohem více než v zahraničí.

Práce má následující strukturu: Nejdříve bylo nutné popsat fenomény související s tématem a poté následují teoretická, metodologická a empirická část, ve které seznamuji čtenáře se svým výzkumem tuningové subkultury. V samém závěru shrnuji výsledky toho empirického zkoumání.

Cílem teoretické části práce je popsat vznik automobilismu jako celosvětového fenoménu a také přiblížit situaci v České republice, přičemž bylo nutné rozlišit automobilismus podle období od prvorepublikového až po moderní. Dalším cílem této části práce bylo popsat vývoj tuningu až k jeho dnešní podobě, také vysvětlit pojem subkultura a popsat základní rysy subkultury českého tuningu. Cílem empiricky zaměřené části práce je objasnění problematiky toho, jak se žena cítí v mužském prostředí a také zjištění jejího postavení v rámci subkultury. Kládí jsem si i podotázky, jak jsou hodnoceny technické dovednosti žen a jaké jsou pocity mužů, když jsou poraženi ženou. Dalšími důležitými aspekty, které má práce za cíl analyzovat, je tvorba

norem a pravidel v rámci subkultury a také otázka, zda jsou tato pravidla platná pro muže i ženy stejnou měrou. Dalším cílem mé práce je popsat utváření ženské identity v maskulinním prostředí a s tímto tématem souvisejícím stigmatizováním, kterému jsou ženy vystavovány.

2 AUTOMOBILISMUS

2.1 Vznik automobilu

Automobilu - jednomu z největších vynálezů v dějinách lidstva předcházela vynález parního stroje v 19. století, díky čemuž je toto století nazýváno stoletím páry. Po expanzi parního stroje do všech odvětví průmyslu a následnému rozkvětu parní dopravy byl už jen malý krůček k objevu benzínového motoru a sestavení prvního automobilu. První kroky k vývoji prvního automobilu přicházejí na konci 19. století (Remek, 2012: 8-15). v roce 1885, kdy Karl Benz sestrojil a patentoval motorovou tříkolku a tak se zrodil první automobil, který se brzy stává výsadou bohatých a především v americké společnosti se automobily šíří velkou rychlostí mezi obyvatelstvo (Sannia, 2012: 8-12). *"Od roku 1910 bylo v zemi zaregistrováno téměř půl milionu vozidel. Zatímco v Evropě té doby je vlastnictví automobilu vyhrazeno jen těm nejbohatším, v Americe je již koncem prvního desetiletí našeho století zřejmé, že auto se stane až dosud nevídaným předmětem masové spotřeby."* (Keller, 1994: 5). Prvním zlomovým datem pro masovou výrobu a produkci je ale rok 1908, kdy automobilka Ford přichází s prvním automobilem dostupným lidem ze středních vrstev. Tak se zrodil jeden z nejslavnějších automobilů Ford T. Jeden z prvních modelů tohoto vozu, který sjel z linky, až ke konečnému zákazníkovi ve standardní výbavě stál něco okolo 850 dolarů¹, konkurenční modely ostatních značek stály více jak dvojnásobek této ceny (Remek, 2012: 45-53). Průměrný roční příjem středostavovských vrstev byl kolem 500 dolarů, postupem času ale cena vozu začala klesat a v roce 1915, tedy šest let po prvním vyrobeném kusu tohoto modelu se snížila na polovinu. Poté si mohl průměrný

¹ Dnes se dá tento vůz už jako veterán koupit v originálním stavu od 400 tisíc Kč výše. Zdroj: www.i-veteran.cz

pracovník na montážní lince u Fordu tento model koupit za čtyři až pět měsíčních platů (Ward, 1974: 1562).

2.2 Sociální faktory

Co se týče sociálních faktorů vyvolávajících v tehdejší populaci masový rozvoj automobilu, lze hovořit o pojmech jako volnost, nevázanost a samozřejmě také ekonomický a sociální pokrok. V dobách před vynálezem automobilu se lidé nemohli spolehnout v přepravě sami na sebe, neměli takovou volnost a ani si nemohli dovolit cestovat na velké vzdálenosti, tímto vynálezem se ale, jak se zdá, mnoho změnilo. Lidé najednou mohou cestovat a mobilita se zvyšuje s každým prodaným kusem nového automobilu. Automobil se stal synonymem pokroku techniky² a to nejen díky tomu, že úplně nahradil dopravní prostředky používané do té doby, koně se v této době začínají využívat spíše ve sportu a mizí jako tažná síla za kočáry pro šlechtu a horní vrstvy (Keller, 1994: 2-5). Od roku 1909 do roku 1927 bylo modelu Ford T vyrobeno přes 15 milionů kusů (Remek, 2012: 45-46). Dalším přelomovým automobilem pro expanzi automobilismu v Evropě se stal Volkswagen Brouk navržený Ferdinandem Porschem na konci čtyřicátých let. Tento vůz se zapsal do dějin nejen svým jedinečným vzhledem a počtem kusů, kterých se podařilo vyrobit do roku 2003 21 milionů (Tuček, 2008: 8-10).

2.3 Český automobilismus

Automobilový průmysl má velkou tradici i v českých zemích a první automobil českého původu, Präsident z Kopřivnice, vyjel již roku 1897, na něj poté navázala značka Tatra. Druhou, dnes více známou českou značkou vyrábějící automobily, je mladoboleslavská Škoda Auto, která byla založena v roce 1895 Václavem Laurinem a Václavem Klementem.

² Toho využívá i v dnešní době německá automobilka Audi, jejímž sloganem je "Náskok díky technice".

Zdroj: oficiální webové stránky www.audi.cz, v originálním znění: "Vorsprung durch Technik".

Škoda nejdříve vyráběla pouze bicykly, později motocykly a od roku 1925 i automobily (Branald, Lhoták, 2010: 115-117). Na konci první světové války se začíná automobil jako dopravní prostředek ve velkém rozšiřovat i u nás a jeho produkce roste nevídaným způsobem, ačkoli po celé meziválečné období zaostává za západní Evropou o spojených státech nemluvě a prvorepublikový rozmach automobilismu nelze srovnávat s 60. lety nebo dneškem (Ryba, 2004). *"Vyprávěl mi před několika léty pan Antonín Folkert z Chutnovky, že jezdíval nákladním autem do Prahy v době první republiky. Několikrát cestou počítal všechna auta, která potkával v opačném směru. Říkal, že by je málem spočítal na prstech svých rukou. Bylo jich deset, možná dvacet, třicet?"* (Mlejnek, 2008). Malou míru automobilizace dokládá i skutečnost, že pravděpodobnost krádeže byla tehdy mizivá³.

50. a 60. léta znamenají největší rozkvět automobilismu v Čechách. Po roce 1945 jezdilo po tehdejších silnicích mnoho aut ještě předválečné výroby, která již byla velmi zastaralá. V 50. letech ale přišel zlom s produkcí vozu Škoda 445, přezdívaného též Spartak. *"Vozů Škoda 445 bylo v Automobilových závodech v Mladé Boleslavi vyrobeno pouze 9375 kusů a byly primárně určeny pro export, jen poměrně málo vyrobených kusů skončilo na tuzemském trhu⁴."* Škodovky se staly jedničkou na trhu, a pro spoustu rodin byl Spartak jejich vůbec prvním automobilem, ačkoli si ho nemohl dovolit každý. Každý nový typ automobilky Škoda se prodával více než ten předchozí a zisky rostly. V zemích východního bloku byl natolik velký hlad po automobilech a i přestože lidé měli peníze potřebné k jejich zakoupení, výroba nestačila pokrýt poptávku a proto se na automobily tvořily dlouhé pořadníky. Autor ale s nádechem nostalgie tvrdí, že auta v éře komunismu nebyla zase tak špatná. Říká: *"Část světa, ve které jsme dlouhá desetiletí žili, se vyznačovala mnoha zvláštními*

³ Dostupné na: http://www.tyden.cz/rubriky/media/stolety-kuryr/prvni-auto-v-cesku-bylo-ukradeno-14-2-1911_193765.html

⁴ Citace dostupná na: <http://kpc-ostava.archa.info/p11-21-prohlizime-dedeckovo-auto.html>

věcmi, mezi nimiž nemalou roli hrály automobily. Od malých a skromných pro nejobyčejnější smrtelníky přes průměrné pro průměrně poslušné jedince až po impozantní a luxusní, jimiž dávali najevo svou nadřazenost nejvýše postavení rudí bossové." (Tuček, 2009: 6). Některé automobily v této době měly k dokonalosti daleko, ale lidem nic jiného nezbývalo, pokud chtěli auto vlastnit. Přesto se našly i takové vozy, které byly velice kvalitní, i když to lidé v té době nebyli schopni přiznat a byli nadále fascinováni západními vozy.

Automobilismus se všemi jeho výhodami i nevýhodami v České republice začal znovu expandovat po Sametové revoluci, kdy se otevřely brány nového dosud nepoznaného světa obchodu s automobily. I obyčejný český člověk měl náhle možnost koupě automobilu ze západu. Sice to nemusely být zrovna nejnovější modely a jednalo se již o dosti ojetá vozidla, která ale byla na technicky vyšší úrovni než automobily, na které bylo české obyvatelstvo do tohoto roku zvyklé (Tamtéž). To se ale netýkalo pouze rozšíření prodeje automobilů ale i všech ostatních souvislostí jako například další rozšiřování dopravní infrastruktury, parkovacích míst, rozšíření sítě čerpacích stanic atd. Zvyšující se počet lidí, kteří vlastní automobily, se začínal samozřejmě projevovat i na větším městském i mimoměstském provozu, tím pádem houstnoucí dopravní situaci a narůstání hluku, prašnosti a smogu ve městech. Města v éře komunismu nebyla připravena na tak velký počet motoristů a tak musely postupně přicházet změny. Čím více se stává automobil každodenní potřebou a je důležitý k přepravě lidí do práce a dětí do školy, tím úměrně stoupá hodnota automobilu. To, že někdo vlastní automobil, již nutně nemusí být klíčem ke společenské prestiži, protože si ho může dovolit větší spektrum lidí. Tento fenomén lze ale sledovat již od 60. let minulého století. Navíc lze říci, že hodnota automobilu klesá, dnes je možné ojetý automobil zakoupit za průměrný plat, což samozřejmě před třiceti lety možné nebylo. Je tu ale rozdíl mezi obyčejným člověkem, který

zakoupí ojetý automobil a člověkem z vyšší vrstvy, který vlastní luxusní vůz. Jak již bylo řečeno, co se týče doby komunistické vlády v českých zemích výběr automobilů nebyl příliš velký. Po revoluci a otevření trhu s automobily začaly staré vozy nedostačovat a lidé je začali odkládat a odvážet do sběrných dvorů a raději si půjčili na již dosti ojeté, ale zato západní auto (Keller: 1994).

Již zde můžeme pozorovat jakýsi zárodek tuningu. Již v totalitním Československu se pořádaly burzy, na kterých se prodávaly různé náhradní díly na vozidla. Tyto díly se potom montovaly na auta, na která původně ani nepatřily. Za odlišení můžeme brát i změnu barvy vozidla, která byla většinou od automobilky v té době maximálně do pěti různých barev pro jeden model. Pokud tedy majitel svůj vůz nalakoval do jiné barvy, než s jakou vyjel z továrny, již to vzbuzovalo pozornost. Za zrod tuningové subkultury v Čechách ale označujeme jinou událost.

2.4 Role automobilu v životním stylu

"Technický pokrok mění životní styl každého jednotlivého člena společnosti a tím i společnost samu." (Andrle, 2000). Osobní automobilová přeprava je novodobým fenoménem, avšak stále roste její celosvětový význam. V posledních desetiletích se nejen v České republice, ale například i v Německu, automobilová přeprava stává tématem číslo jedna. Hromadná autobusová přeprava se snižuje až o polovinu. Naopak individuální přeprava osobními vozy se na některých místech zvyšuje až trojnásobně. V souvislosti s takto velkým rozvojem automobilové dopravy vznikají na periferiích měst nová satelitní města a obce. Právě díky velkému růstu individuální přepravy automobilem se prodlužují cesty mezi domovem a prací nebo například mezi bydlištěm a prodejnou či kulturním střediskem, což vede ke *"zvýšení „plynulosti životního stylu“ jako nové charakteristiky života novodobé společnosti."* (Tamtéž). Zvýšená mobilita související s růstem osobní přepravy, a tedy i

nákupem osobních vozidel, se ale netýká všech skupin v populaci, jako například handicapovaných nebo sociálně vyloučených. Tak mohou vznikat jakési formy segregace jiných skupin (Tamtéž). Těmi mohou být jak stará a mladá generace nebo nezaměstnaní. Toto udržuje prestiž automobilistů. Je známo, že dnes člověk platí nejen za samotný vůz, ale i za značku, která danému vozu přisuzuje jeho prestiž. Ve společnosti jsou zřetelně rozděleny hranice luxusních vozů a vozů, po kterých se nikdo ani neohlédne. Prestiž nejen samotného vozidla, ale i jeho majitele, je udávána dle výrobce vozidla. Co se týče luxusních manažerských vozidel, zde jasně vévodí automobily německé výroby.

3 TUNING

3.1 Vznik tuningu a přelom v novodobém tuningovém myšlení

Člověk již od pradávna, měl v sobě jakousi touhu odlišit se od ostatních lidí v jeho okolí, aby tak mohl sám sobě, ale i svému okolí potvrdit to, že je jedinečný. Je to součástí lidské povahy a nemůžeme to tedy považovat za něco nesmyslného či dokonce pošetilého. S velkým rozmachem automobilismu se pouze touha odlišit se, přeorientovala jiným směrem, a to právě na odlišení svého "plechového mazlíčka" (Růžička, 2012: 5). V této části je ale velmi důležité si položit otázku: Proč se lidé neodlišují kupováním dražších a krásnějších vozů, ale raději si své starší vozy upravují? Svou roli zde může hrát hned několik faktorů. Hlavním rozhodnutím většinou bývá v prvním stádiu vývoje úpravce přenechání staršího vozu rodiči. Poté se nabízí začít s úpravami staršího vozu, což ze začátku nemusí být jednoduché a ani vkusné. Postupem času se ale z vozu může stát klenot, který je hýčkáán více jak nové automobily. Dalším faktorem zjištěným v rámci empirické části je záliba těchto lidí ve starších ročnících automobilů dané značky. Majetnější část populace se spíše zabývá výkonnostními úpravami automobilů a organizovanému závodění jako je například Gumball⁵. Normální český člověk ale nedisponuje takovou sumou peněz, aby si koupil nový luxusní vůz, právě proto se to někteří z nich snaží dohnat mnohdy nesmyslnými úpravami svých vozů. Jiní jsou ale schopni s upravenou Hondou Civic při sprintech na čtvrt míle hravě předjet nové Porsche (Veselý, Vladimír 518, 2011: 218,219). V tomto koníčku je značná část rebelie a také vzdoru vůči pravidlům a autoritám, to je další faktor, který hraje roli při tvorbě tunera.

⁵ Gumball 3000 - Gumball 3000 je moderní verze neblaze proslulého road trip movie z roku 1970, každý rok se mění trasa, ale základy „rally“ zůstávají stejné: 3 000 mil dobrodružství s tou nejexcentričtější skupinou hledačů vzrušení. „Rally“ je většinou osmidenní, 3000 mil dlouhá cesta napříč několika kontinenty s cílem sjednotit národy na základě společně sdílené vášně pro hudbu, módu, film a automobily. Zdroj: <http://rallye.gumball.cz/co-je-gumball-3000/>

Úplné prvopočátky tuningu můžeme hledat v době, kdy se užívání automobilů dostalo do stádia masového konzumu. To bylo především v USA po druhé světové válce, kdy se domů vraceli váleční veteráni, měli poměrně dost peněz, spoustu volného času a v neposlední řadě hodně mechanických přebytků a vlastních schopností. Kupovali stará auta původně osazená čtyřválcovými motory, které nahrazovali většími osmiválcovými motory, snižovali podvozky a střechy za účelem co největšího snížení těžiště a poté pořádali závody na solných jezerech, kde dosahovali co nejvyššího zrychlení a maximální rychlosti (Bělohavý, 2009). Tuning v jeho původním slova smyslu znamená zlepšování sériových vlastností vozidla. Jedním z největších mezníků v myšlení tuningových nadšenců je podle mého názoru bezpochyby filmová série *Rychle a zběsile* (v originále *Fast and Furious*) a to zejména první dva díly, kde jsme mohli vidět nablýskané vozy s extravagantními barvami, velkými spoilery a křídly vyššími než samotné automobily. To jsou ovšem automobily spíše japonské výroby, které mají mimo jiné upravené i jízdní a motorové vlastnosti, tudíž všechny zmíněné úpravy mají i svou funkční stránku. Perspektivu zúčastněných, ale hlavně okolního prostředí, velmi ovlivňuje právě stereotypní obrázek, který znají nezúčastnění z médií. Toto se potvrdilo i v rozhovorech s účastníky tuningových setkání. Naprostá většina dotazovaných z praktické empirické části této práce, se shoduje na tom, že největším přelomem v novodobém přemýšlení českého člověka směrem k tuningu je bez pochyby tato filmová série *Rychle a zběsile*, především tedy první a druhý díl z let 2001 a 2003. Jeden z respondentů na otázku: Kdybys měl vypíchnout jeden bod z historie, který si myslíš, že je mezníkem pro novodobé přemýšlení českého člověka, kdy si poprvé řekl, že chce mít tuningové auto, který by to byl? Odpověděl: "(...) *co já si pamatuju tak nějak průnik, toho tuningu u nás byl vlastně asi prvním filmem Rychle a zběsile, kde vlastně přišel ten film, byl nový, přišel do České republiky a já osobně jsem na něm byl*

v kině, a když jsme šli z kina, tak každý byl závodníkem Fitipaldim a jezdil jako blázen z kina, takže asi tohle byl takový ten průlom. Styl Rychle a Zběsile se tady držel hodně dlouho, až pak lidé přišli na to, že to asi není to pravé ořechové a hodně tomu napomohla scéna z Německa, kde si vlastně tímhle asi ani neprošli." Jak je viditelné z výpovědí respondentů v empirické části, transfer německé scény a její vliv na tu českou je obrovský. Sami respondenti potvrzují tuto domněnku. Naprostá většina svorně potvrzuje, že inspiraci k dalším úpravám svých vozů sbírají především v Německu a také Americe. Právem je tedy německá scéna považována za jedničku v rámci celé Evropy.

Vedle filmové série Rychle a Zběsile se o rozvoj tuningu v Čechách zasloužilo chování výrobců automobilů v době socialismu, kteří produkovali stále stejné sterilní modely. Mezitím se zde objevila nová generace mladých mužů, která se chtěla odlišit vzhledem svého automobilu. To můžeme považovat za vznik tuningové subkultury v České republice, nejen jako nového životního stylu, ale i jako nového průmyslového odvětví. Toto odvětví se věnuje druhovýrobě jakýchkoliv dílů na jakékoliv vozidlo - jedná se o tuningové díly na sériová vozidla jako nárazníky, kola, pneumatiky ale i anténky, stěrače a fólie na okna. *"Tento tzv. aftermarketový průmysl⁶, zaměstnává v USA až 4,5 milionu lidí, v ČR jdou tyto počty do tisíců"* (Charvát in Veselý, 2011: 218-219).

To jak je česká tuningová subkultura vnímána, se děje dvěma odlišnými pohledy. První je pohled samotného tunera, který se do dané subkultury řadí a tím druhým pohledem je logicky vnímání veřejnosti. Vnímání veřejnosti je dosti stereotypizováno především díky mediálnímu obrazu vytvářeného českými médii. Pohled člena subkultury je na druhou

⁶ Aftermarketový průmysl - "automotive aftermarket" - je sekundárním trhem v automobilovém průmyslu, který se zabývá výrobou všech částí vozidel v druhovýrobě. Tyto výrobky již nejsou tak kvalitní jako původní, avšak jsou vyráběny stejnou technologií. Zahrnuje díly pro výměnu, vzhled i výkon a zajišťuje pestrý výběr pro koncového zákazníka, co se týče kvality a ceny pro téměř všechny značky vozidel. Dokonce i renomovaní úpravci vozidel jsou aftermarketovými úpravci, jelikož nepoužívají původní díly, ale své vlastní upravené.

stranu značně ovlivněn individuálním prožitkem a také přijetím jeho osoby či jeho vyloučením. K tomu aby se člověk stal "tunerem", ale stačí velice málo, stačí si nechat "načipovat" jednotku⁷ svého vozidla, což vede ke zvýšení výkonu a snížení spotřeby - tato úprava patří do kategorie tzv. performance. Široká veřejnost si ale po vyslovení slova tuning v České republice spíše představí jiný obrázek. Křiklavé laky, řvoucí hudba, někdy až nesmyslně snížené podvozky a chromová kola (Tamtéž: 222-223).

3.2 Druhy tuningu a současné trendy

Úprava automobilu zahrnuje nepřeberné množství různých oblastí, které si člověk může přestavět dle svého gusta. Vylepšování vozidel ale má své meze a těmi jsou většinou různé vyhlášky a nařízení, které se skrývají pod hlavičkou zákona. I tak je zde velký prostor pro kreativitu a vůbec pro to, co na autě vylepšovat lze a nelze, a dostat se tak k vysněnému produktu vlastní fantazie za pomoci použití sériového vozidla. Existuje několik základních kategorií úprav automobilu. Tím nejzákladnějším je optický tuning. Tyto úpravy mají za cíl vylepšit a zvýraznit celkový vzhled automobilu. Je to nejvíce rozšířený a také jeden z nejdůležitějších způsobů úpravy při pokusu o odlišení se. Do kategorie optického tuningu lze zařadit úpravy na karoserii, tzn. výměna nárazníků, prahových nástavců atd., výměna kol, nebo i změny v interiéru. Dalším důležitým způsobem úprav automobilu je tuning motoru nebo také performance tuning. Výkon motoru je v určitém směru dosti důležitá věc, protože jízda s malým výkonem je nezáživná a proto se majitelé „tuneří“ svých čtyřkolových přátel uchylují ke zvýšení výkonu svých vozů. Není to na závadu, protože výrobce do originálního vozu montuje motor se spuštěným 60% výkonem motoru, kvůli emisním

⁷ Načipování jednotky automobilu (chiptuning) - je způsobem, jak zvýšit výkon motoru vozidla. Díky tomu, že si necháme provést určité změny v nastavení řídicí jednotky vozu, můžeme dosáhnout zvýšení výkonu motoru automobilu až o několik desítek procent. Zdroj: <http://vozidla.info>

limitům a výdrži motoru. Výkon se dá zvýšit různými způsoby jako například tzv. soft-tuningem, což je vlastně „načipování“ jednotky motoru nebo výměna vzduchového filtru v boxu za otevřený filtr. Jedná se o lehčí stupeň úprav, při kterých není nárůst výkonu extrémně vysoký, nicméně současně s tím nijak extrémně neklesá životnost motoru. Existuje i druh úprav motoru nazývaný jako hard-tuning, který je již mnohem více finančně náročný. Tyto úpravy je ale nutné konzultovat s odborníky, protože jsou při nich namáhané všechny části automobilu mnohem více než před úpravou. S těmito úpravami nezbytně souvisí i výměna podvozku a také brzdového systému za spolehlivější komponenty, tak aby bylo vozidlo co nejlépe ovladatelné i při vyšších rychlostech (Růžička, 2004: 3-5).

Dnešními trendy jsou bezesporu pojmy jako *decentní tuning*, vzduchový podvozek a leštěná kola. Decentní tuning nebo také styling je dnes nejprobíranějším tématem mezi automobilovými nadšenci. Jedná se vesměs o drobné změny v rámci karoserie, jako například zahlazování znaků či plastových částí a zaměření se na podtrhnutí detailů automobilu s originálním lakem ze vzorníku i jiné automobilky. Vůz je pak na sníženém podvozku s koly, který se na daný vůz hodí. Individualizace, jako trend moderní doby, se podepisuje na stylu úprav - montáž větších litých kol, výměna motoru za jiný, samozřejmě silnější, výměna brzdového systému z jiného vozidla apod. (Kokeš, 2008: 6). Vzduchový podvozek je kapitolou sám pro sebe, podvozek má jednu z nejdůležitějších funkcí pro automobil a tou je zajištění ovladatelnosti. Obecně platí, že čím nižší a tužší podvozek, tím lépe je automobil ovladatelný, samozřejmě na úkor pohodlí po cestujících. Ideálním kompromisem se v posledních letech stal podvozek stavitelný, který umožňuje nastavení výšky, popřípadě i tuhosti každému individuálně. V poslední době se ale trendem stává právě vzduchový podvozek, který také lze zařadit do sekce stavitelných podvozků, avšak je o něco dražší

než klasické stavitelné podvozky. Vzduchový podvozek (v originálním znění "Air Ride") funguje na principu čerpání vzduchu do nádoby přes kompresory. Pomocí stlačeného vzduchu uvnitř nádoby je pak možné ovládat libovolně výšku vozidla přes ovládací panel uvnitř vozu upouštěním vzduchu pro snížení a připouštěním vzduchu pro zvednutí vozidla (Prokopec, 2008: 46-47). Posledním trendem, který je často zmiňován v rozhovorech s českými nadšenci do úprav automobilů, jsou leštěná kola. Jde vlastně o celkem jednoduše pochopitelný proces, který ale v konečném důsledku jednoduchý není. Jedná se o techniku již poněkud starou, přesto dnes hojně využívanou, při níž se kola, která jsou hliníková, leští jemnými brusnými papíry a pastami do vysokého lesku, který připomíná chrom. Cituji z rozhovoru s jedním z participantů: *"Dnešní styl je mnohem jednodušší, než dřív, stačí auto snížit co nejvíc, dát tam pořádný kola, nejlépe leštěný a pohrát si s detaily, přičemž základem je samozřejmě lak"*.

I přesto, že se na tuningových setkáních, konajících se od začátku dubna do konce října, scházejí nadšenci z různých konců republiky a navzájem si hodnotí svá upravená vozidla, vždy se najde chvíle na zhodnocení soupeřících automobilů skrze finanční stránku. Nejen, že si svá díla v rámci tuningových setkání hodnotí nadšenci mezi sebou, ale také nechávají své vozy hodnotit odbornou porotou. Soutěží se v různých kategoriích, které jsou rozděleny většinou na základě roku výroby či značky výrobce. Dalšími soutěžemi jsou tzv. dodatkové soutěže, kam patří například vyhlášení nejlepších kol srazu či nejlepšího motorového prostoru. Co se týče velikosti a návštěvnosti českých tuningových setkání, je to velmi různé. Jsou zde srazy jako například Mimoňské války nebo setkání na letišti v Příbrami, kde se většinou sejde několik tisíc lidí. Pak jsou zde menší srazy, které se většinou konají v automobilových kempech u vody, kde se setká nejvýše sto lidí. Růžička tvrdí, že tak jako ve všech věcech, i v tuningu záleží na tom, jak se k dané věci postavíte

(Růžička, 2001). Je samozřejmě více možností, se kterými se pojí různá finanční náročnost. Extrémní tuning s maximálními výkony motoru a absolutní změnou vzhledu vozu jsou samozřejmě velice finančně náročné, ale jak jsem již zmínil dříve, dnešním trendem je spíše tuning decentní. *"Slovo decentní v tomto případě neznamena úpravu, která není na první pohled vidět. Vše je spíše myšleno jako celkově méně náročný tuning. Není zde totiž nutno použít tolika komponentů a práce, čímž klesá i cena k dolní hranici. Protože se většinou používá prvků, které nejsou jedinečným originálem, ale běžným produktem některé více či méně specializované firmy"* (Tamtéž). Jak potvrzují i mnou provedené rozhovory z tuningového srazu v Pardubicích, záleží na vkusu a také na tom, k jakému účelu má daný vůz sloužit - jestli bude pouze výstavním kusem v garáži anebo bude sloužit také mimo svůj tuningový účel, tedy i ke každodennímu ježdění.

3.3 Normy a pravidla

V této podkapitole jsem využil konzultaci s porotkyní nejprestižnější tuningové akce v rámci České republiky s názvem Tuning Cup⁸. Na téma pravidel a jejich fungování v rámci české tuningové scény tvrdí: *"Normy a pravidla na české tuningové scéně v oficiální podobě neexistují - je to taková "hra bez hranic". Každý si na své auto dá to, co se mu líbí, ale určitý řád udávají zahraniční auta a hlavně celorepubliková soutěž Tuning Cup."* Návštěvníci tuningových srazů po celé České republice jsou rozdělováni do dvou základních skupin a to podle toho, zda dodržují normy udávané nejprestižnější českou soutěží, anebo jestli tyto normy porušují. *"Lidé, kteří dodržují normy, pokud to tak chceme nazývat, jsou "uznávání" a "vážení" mezi začínajícími tunery a snaží se jít tou stejnou*

⁸ Tuning Cup Soutěž AZ pneu Tuning Cup je soutěží krásy upravených automobilů a je zaměřena na jejich stylingové a tuningové úpravy. Hlavním cílem soutěže je najít a ocenit ta nejlepší tuningová vozidla účastníci se vybraných domácích srazů. AZ pneu Tuning Cup je vždy zárukou špičkových tuningových vozů, které mezi sebou bojují o cenné trofeje v mnoha různých kategoriích. - viz. oficiální pravidla na webové stránce www.tuningcup.cz

cestou, oproti tomu lidé, kteří normy nedodržují, jsou nazýváni "tuzingáři"⁹ a jsou to odpadlíci." Je zde jasně viditelné to, že je zde skupina lidí, která udává to, co je přijatelné a co nikoliv. Podle porotkyně, ale i podle mnou dotazovaných respondentů, je to právě prestižní česká soutěž Tuning Cup, "kde soutěžící musí splnit tzv. předvýběr, kde jeho auto musí splňovat základní znaky upraveného vozu jako např. podvozek, exteriérové a interiérové úpravy a v neposlední řadě musí auto splňovat také bezpečnostní předpisy." V rámci české tuningové subkultury se tedy dají identifikovat dvě skupiny. Jedinci, kteří jsou přijímáni do této subkultury na základě jimi velmi kvalitně upraveného vozidla a jedinci, kteří jsou na základě úprav svého automobilu naopak vylučováni. Je možné identifikovat i třetí, přitom ale poměrně malou skupinku jedinců, kteří mají sice skvěle upravené vozidlo, ale jsou stigmatizováni za to, že úpravy na automobilu nedělali sami, ale zadali tento projekt tuningové firmě či profesionálnímu úpravci.¹⁰ Znovu a znovu se vyjednávají normy v rámci subkultury, do kterých jedna skupina zapadá a ta druhá již ne. Pokud tyto normy nějakým způsobem nenaplnuje, tak se do takové soutěže ani nemůže dostat. Na druhou stranu jsou tu ale podle některých názorů i lidé, kteří mají kvalitní vozy a přesto se takovéto soutěže neúčastní, protože tuto soutěž a udávání jakýchkoli pravidel a norem naprosto neuznávají a automobily si staví jen pro sebe.

⁹ Tuzing - ve své podstatě se jednoduše řečeno jedná o nepovedený tuning - tato vozidla jsou označována tímto slovem s hanlivým nádechem.

¹⁰ Poznámka autora: zadáním projektu profesionálovi se myslí zpracování celého automobilu, ne jen jeho částí.

4 SUBKULTURA

O subkulturách se začíná v hojném množství hovořit hlavně na konci sedmdesátých let dvacátého století s nástupem punku¹¹. Dick Hebdige ve své knize *Subkultura a styl* popisuje subkultury právě na základě stylu, který nazývá jakýmsi balíčkem, ve kterém nalezneme vše od společné ideologie, přes mluvu, až po oblečení. To jakým způsobem společnost uvažuje o subkulturách velmi významným způsobem, ovlivňují média a jimi podávané obrazy o gangsterských partičkách sprejících po vagonech metra, o skupinách náctiletých vandalů a výtržníků, a nebo o šílencích za volantem. S nástupem nového tisíciletí je stará představa subkultury jako odporu vůči společnosti opouštěna a nahrazována termínem městské nebo také nové kmeny. Ty se dále dělí na různé další komunity například sportovní, kterými jsou skateboardisté či kulturisté. Australský sociolog Andy Bennet tvrdí, že v těchto komunitách se identita tvoří, ale nepředává, přičemž je tekutá, místo toho, aby byla pevná (Veselý, Vladimír 518, 2011: 8-11). Subkultura je často přirovnávána k organismu. Je zde představa fungujícího organismu na základě nezávislosti na sociálním kontextu a také vymezující se proti politickému a ekonomickému kontextu. Cohen definuje subkulturu v 80. letech jako jakýsi kompromis mezi dvěma světy. Světem prvním je vyjádření samostatnosti a odlišnosti od rodičů a světem druhým jsou zadní vrátka v podobě ponechání si možnosti identifikace s rodiči (Hebdige, 2012: 121-123). Většina známých subkultur, které jsou zkoumány, které se chtějí odlišit od většinové společnosti, kam patří i tuningoví nadšenci, jsou kulturami výrazně konzumními, i přestože některé ze subkultur vybrané spotřební zboží odmítají a právě prostřednictvím stylu většinové společnosti je odkrývána identita subkultury. Způsob jakým subkultura užívá dané zboží, ji odlišuje od větších kulturních útvarů (Tamtéž, 2012:

¹¹ Punk - je hudební a životní styl, který odmítá autority a jeho jádrem je touha dělat si vše po svém a nesmířit se s tím jak funguje současný svět. (Veselý, Vladimír 518, 2011: 56-60)

158). Dick Hebdige porovnává dva světy, které by spolu měly souviset, ačkoli tomu v mnohých případech tak není. Uznává, že subkultura a s ní spojený styl je kulturním projevem. Klade si ale otázku, zda tyto projevy jsou i uměním. *"Populární hudba a s ní spojené výtvarné projevy jsou přinejmenším stejně hodnotné jako vysoké umění."* (Tamtéž: 191). Pravděpodobně i v komunitě tuningu se vyskytují představy, že jde o uměleckou činnost. Zaujalo mne při jednom z rozhovorů stanovisko jednoho z pořadatelů a také porotců na českobudějovickém setkání upravených vozidel, který říkal: *"Hele, ty lidi si tady myslí, že mají opravdu pěkný auta, a až my, jako porotci, jim musíme říct, že tomu tak není a že na velký soutěži nemůžou čekat žádný umístění, za to jsou tu ale auta, se kterými by se ani nemělo jezdit, je v nich hrozně peněz a práce a to je vidět, to jsou podle mě umělecký díla, který mají být za vitrínou a lidi je mají obdivovat, protože ty lidi udělají něco navíc oproti sériové káře a ještě ten nápad podtrhnou"*. Tuning proniká do dalších subkultur a také nazpět do hlavních proudů. Příkladem je neuvěřitelně rozšířená nabídka různých personifikací jedinečného automobilu v rámci automobilové výroby. Různé symboly vážící se k úpravám sériových automobilů se pojí s různými skupinkami vně tuningové či upravující komunity. Příkladem takového symbolismu jsou bezesporu chromová 22" a výše palcová kola, která na své naleštěné a často také obrovské vozy, připevňují rapové hvězdy (Veselý, Vladimír 518, 2011: 222). Fenomén rapových hvězd a úprav jejich automobilů je zřetelně viditelný napříč všemi videoklipy. Čím větší kola na své vozy nechají umístit, tím lépe. Také se často v této disciplíně předhánějí. Standardně se v českém prostředí na sériově vyráběné vozy montují čtrnácti až sedmnácti palcová kola. Čeští "tuneři" tato sériová kola zaměňují za větší osmnácti až dvaceti palcová kola. Americké rapové hvězdy nechávají na své vozy montovat dvaadvaceti, v některých případech dokonce až čtyřiceti palcová kola. Tento fenomén

napodobují umělci v rámci všech ostatních kontinentů, kteří se ale drží spíše při spodní hranici velikosti těchto změn.

V zimním období se život této subkultury odehrává spíše na sociálních sítích. U tohoto stádia, které trvá v největší míře od listopadu do března, lze užít označení online komunita. Jako online komunitu můžeme označit takovou, ve které platí, že: *"vztahy jsou utvářeny v kyberprostoru, jsou založeny na opakovaném kontaktu, komunita je sdružována okolo určitého stálého tematického celku a důležitou úlohu zde mají i pravidla normy."* (Bellini, Vargas, 2003: 3-14). Téměř všechny kluby působící na české tuningové scéně mají své fanouškovské stránky na sociální síti Facebook, která slouží ke sdílení zážitků, videí a fotografií z předchozí sezóny, či pokroků na úpravách daných automobilů. V rámci této fanouškovské komunity jsou rozebírána různá, ať už povedená nebo nepovedená, vozidla z české tuningové scény a je zde, probírána konkurence či inspirace ze zahraničních stránek podobného zaměření. Fanouškovské komunity lze vnímat jako prostor, ve kterém jsou různě interpretovány zážitky a sdělení, které si předávají členové komunity. Pocit členství v jakékoli komunitě vede k tzv. právu na kritiku, které je morální povahy. K tomu dochází, když se naprostá většina členů shodne na nějakém názoru, který je pak podáván dále jako ten správný (Jenkins, 1992: 88-91). To ovšem neznamená, že tento názor všichni přijímají za svůj, ale nadále s ním pracují v rámci konverzací právě v on-line světě. To je v případě české tuningové komunity např. pochvala, či naopak stigmatizace nějakého upraveného automobilu nebo jeho majitele. Velmi zajímavým fenoménem, na který jsem se výrazněji zaměřil ve výzkumné části i já, jsou projevy stigmatizace v této komunitě, především co se týče žen a jejich schopností v oblasti úpravy automobilů.

5 MASKULINITA A FEMINITA

5.1 Gender

Velice důležitým konceptem, který rozpracovali West a Zimmerman je koncepce děláni genderu (doing gender). Tato vychází z předpokladu, že gender není vlastností jedinců na individuální úrovni. Gender začíná být vnímán spíše jako jednání, zatímco dříve, byl gender spíše vnímán jako role. Každý den jedinec svůj gender potvrzuje v rámci interakcí a tak své genderové jednání činí významnějším. Nejdůležitějším poznatkem tak je to, že gender není ukazatelem toho čím daný jedinec je, ale spíše je to něco, co člověk vytváří každý den v interakci s okolím (Jackson, Scott, 2001: 42-48). Dalším důležitým konceptem pro tuto práci, je koncepce, kterou představila australská socioložka Raewyn Connell. Je to koncepce tzv. hegemonní maskulinity, která primárně vychází z předpokladu moci hegemonních mužů, kteří jsou nadřazeni feminitě a všem ostatním formám maskulinit. Tato maskulinita je definována na základě normativní heteronormativity¹² a také na základě třídní a rasové stratifikace (Tamtéž: 60-63). Hegemonní maskulinita je reprezentována především bílými muži heterosexuální orientace a je určujícím měřítkem toho, kdo je pravý muž. Muži ve společnosti vnímají tento model jako ideál, kterého by měli dosáhnout. Skrze tuto představu je charakterizováno genderové rozdělení společnosti, ve kterém je zakořeněno, že maskulinita je něco co musí muž rozvíjet, aby dosáhl jejího ideálu. Maskulinita se projevuje svým předváděním a ukazováním okolí (Connell, 1995: 77). Pojem rovnost, tak jak je chápána v moderní společnosti, není podle Fredmanové záležitostí, která náleží všem společenským skupinám. Podle této autorky byly některé skupiny, včetně žen, z tohoto základního práva vyřazeny. Základní právo na svobodu

¹² Normativní heteronormativita - jde o názor společnosti, která tvrdí, že jedinou normální formou sexuality je heterosexuality, přičemž sexuální a manželské vztahy jsou možné pouze mezi mužem a ženou.

a rovnost přináleželo pouze jedincům na základě jejich racionality, přičemž ženy, tak jako další skupiny, byly považovány podřízené a iracionální (Fredman, 2007: 5). To již v moderní době neplatí, nebo se to alespoň tvrdí. Po třech vlnách feministického snažení si feministky vymohly nejen základní práva a svobody, ale dnes se také ženy stále častěji dostávají na vyšší pozice, což dříve bylo nemyslitelné. S tímto fenoménem úzce souvisí pojem emancipace. Emancipace: „(...) je osvobození, vyproštění, zrovnoprávnění, získání nezávislosti společenské aj.“ (Kraus, 2007: 204). Nejedná se tedy pouze o rovnost společenskou, ale i ekonomickou a sexuální. Rovnosti mezi muži a ženami ve vysokých pozicích pomáhají například kvóty. Nerovnost je předpokladem vzniku diskriminace v rámci společnosti či skupiny. Diskriminace je takové jednání vedoucí k neoprávněnému rozlišování či znevýhodňování určité skupiny či jedince ve vztahu ke skupině či jedinci jinému, které může danému jedinci přivodit újmu jakéhokoliv charakteru (Koldínská, 2010: 11).

5.2 Konstrukce ženské identity v maskulinním prostředí

Základním východiskem naší analýzy je pojem genderová identita, která je podle americké psycholožky Phyllis Katz psychologickým konstruktem vypovídajícím o individuální fenomenologické zkušenosti být maskulinní nebo femininní (Katz, 1986: 23). Základní otázkou týkající se pojmu genderové identity je její uvědomělost či neuvědomělost a také to, jak je genderová identita vytvářena a poté prožívána. Většina hlasů se kloní právě k tomu, že identita je uvědomělá. Velkou roli při utváření identity hraje prostředí, ve kterém se jedinec pohybuje a vlivy, kterým je vystavován každý den (Křížková, 2001). Maskulinní prostředí je konstruováno na základě soupeřivosti, ženy ale těmito atributy v takové míře neoplývají, proto se snaží tento nedostatek dohnat jiným způsobem. Goffman ve své knize *Stigma* zachycuje situaci, v níž se nachází žena

jako předem stigmatizovaná bytost, pokud vstupuje do mužského prostředí. Goffman popisuje změnu této situace, pokud jedinec věnuje velkou část úsilí tomu, aby vynikl v nějaké z činností, která mu je předem uzavírána na základě obecného přesvědčení o neschopnosti (Goffman, 2003: 18). V každém maskulinním prostředí fungují normy, které muž povětšinou akceptuje, pokud je ale poruší, není vystaven stigmatu. Pokud žena poruší normy maskulinního prostředí, je stigmatizována, a nedokáže se vůbec prosadit.

5.3 Stigma

Pojem stigmatizace je *"zvláštním případem sociálního předsudku vůči určitým osobám, jimž jsou pak díky tomu připisovány různé negativní vlastnosti."* V širším smyslu, užívaným především v genderových studiích znamená tento pojem negativní hodnocení vystupující buď jako atribut nebo jako etiketizace (Petrušek, Vodáková 1996: 1231). Erving Goffman ve svém díle *Stigma* mluví o stigmatizaci jako o jakémkoliv atributu, které pro jedince nese negativní a pro něj diskreditující účinky. Mluví také o odlišných účincích daných atributů, to co může být pro někoho stigmatizujícím pro někoho jiného to tak být nemusí (Goffman, 2003: 3). Stigmatizace jedince se ale v naprosté většině případů pojí s negativní nálepkou pro jedince. S tím úzce souvisí etiketizační teorie (teorie nálepkování, labelling theory). Deviace je zastánci této teorie vnímána jako proces, při kterém dochází k interakci mezi tzv. deviantními a nedevariantními jedinci, kde tzv. deviantní jsou nálepkováni, tj. jsou zasazováni do předem připravených negativních rámců (Giddens, 1999). Lemert v úzké souvislosti s touto teorií vytvořil teorii tzv. primární a sekundární deviace. Primární deviací je dle této teorie porušení nějaké normy a označení jedince kupř. za výtržníka a za sekundární etiketizaci se považuje reakce jedince na toto označení (Kapr a kol., 1991). Etiketizace nicméně není jediným procesem, který se podílí na

následném deviantním chování jedince. Na jeho vzniku se podílí i další faktory, kterými jsou kupř. rozdíly v socializaci, situační faktory, příslušnost k určitým delikventním skupinám apod (Giddens, 1999). Goffman mluví o tzv. teoriích stigmatu, které jsou vytvářeny a produkovány stigmatizujícím publikem, ale i samotnými stigmatizovanými. V těchto teoriích je jasně řečeno, že jedinec představuje nebezpečí a také následuje popis nebezpečí, které vytváří. Pak je jedinec diskreditován (Goffman, 1986: 5).

Podobný systém stigmatizace funguje i v rámci české tuningové scény. Jak bylo již rozebíráno ve druhé kapitole, existuje zde kategorie tzv. tuzingářů - ve své podstatě se jednoduše řečeno jedná o nepovedený tuning - tato vozidla jsou označována tímto slovem s hanlivým nádechem. Tito jedinci jsou v rámci automobilových setkání stigmatizováni a diskreditováni ostatními příslušníky této komunity, které lze označit za názorové vůdce tohoto kolektivu. To co je považováno za diskreditující se v průběhu času proměňuje a názoroví vůdci definují to, co je označeno jako povedená či nepovedená úprava. Proces stigmatizace, který se pojí se zesměšňováním ženských výtvorů oproti mužským, je patrný při sledování internetových diskuzí této subkultury. V rámci výzkumu jsem narazil na jednu z internetových diskuzí ohledně hodnocení jednoho z českých upravených automobilů růžové barvy, která v diskutujících vzbuzovala pocit, že jde o výtvor ženy. Prezentovaný styl automobilu je považován za tuzing, to znamená nepovedenou úpravu. Jeden z diskutujících napsal "*To snad musela dělat baba, ne?*" (viz. Obrázek 1). V tomto spatřuji dvojitou stigmatizaci, ta první spočívá v diskreditaci úpravy samotné a druhá pak v tom, že tento styl úprav je připisován ženám i přes mé zjištění, že tento automobil upravoval muž.

6 METODOLOGIE

6.1 Cíl a výzkumné otázky

Jako cíl tohoto empiricky zaměřeného výzkumu jsem zvolil objasnění problematiky fanouškovství a nadšení do úprav automobilů. Snažím se o empirický vhled do komunity lidí, jejichž koníčkem jsou automobily. Hlavním cílem práce je pak analyzovat postavení ženy v tomto čistě maskulinním prostředí a vytváření ženské identity v této subkultuře. Kladu si otázku, jak jsou hodnoceny ženské technické dovednosti mužskou částí dotazovaných a jaké jsou prožitky mužů, když jsou v rámci soupeření o uznání subkulturou poraženi ženou. Jako druhý aspekt výzkumu jsem zvolil problematiku utváření pravidel a norem v dané subkultuře a kladu si otázku, zda tyto normy a pravidla platí pro všechny členy subkultury stejnou měrou.

6.2 Popis instrumentů ke sběru a analýze dat

Cílem tohoto empirického výzkumu je hlubší porozumění dané problematice. V první řadě jde o hluboké porozumění danému problému. Výzkumník postupuje induktivní metodou, kdy na začátku vybírá téma a určí základní výzkumné otázky (Hendl, 2005). Z důvodu potřeby porozumění problému jsem se rozhodl pro kvalitativní přístup. Pro sběr dat byla použita metoda zúčastněného pozorování a narativních rozhovorů. Úkolem výzkumníka je shromáždit co nejvíce dat o zkoumaném problému a pak mezi nimi hledat výskyt pravidelností. Zřejmou předností tohoto přístupu je hlubší vhled do dané problematiky a možnost zkoumat fenomény v přirozeném prostředí bez rušivých vjemů. Kvalitativní metodologie má i své nevýhody, mezi které patří problematická generalizace populace, také je velmi obtížné testovat hypotézy a analýza dat je velmi náročná z časového hlediska. Posledním problémem je také to, že vyzkoumaná data mohou být snadno ovlivněna

samotným výzkumníkem (Tamtéž). Za způsob analýzy dat byla zvolena zakotvená teorie, která spadá do metod kvalitativního výzkumu a je *“induktivně odvozená z procesu zkoumání jevu, který reprezentuje“* (Miovský, 2003: 226). Výhodou zakotvené teorie je její velká přizpůsobivost. V rámci analýzy kvalitativních dat můžeme používat vícero výzkumných nástrojů a poté je analyzovat. Můžeme tak využít rozhovory, dokumenty i pozorování. Nevýhodou tohoto postupu je ale větší náročnost v průběhu analýzy dat. Nedílnou součástí zakotvené teorie je tzv. teoretická citlivost, která udává výzkumníkovu schopnost nahlédu nad daty a jejich významem a také oddělení důležitého od nedůležitého. Teoretická citlivost se zvyšuje v průběhu výzkumu (Strauss, Corbin, 1999).

6.3 Tvorba výzkumného vzorku

Do výzkumu byli vybráni čtyři muži a čtyři ženy, kteří se pravidelně zúčastňují tuningových setkání. Respondenti byli do výzkumu vybráni záměrně. *“Cílem záměrného výběru je informační vydatnost. Datové jednotky by měly být do vzorku vybrány tak, aby poskytly výzkumníkovi co nejvíce informací k jeho výzkumnému problému.”* (Žižlavský, 2003: 21). Všichni respondenti jsou ve věku 23-40 let. Další podmínkou, kterou museli dotazovaní splňovat, byla nutnost vlastnit řidičský průkaz a vlastní upravený automobil. Pro získání rozhovorů jsem respondenty předem informoval a po domluvě navštívil na domluveném místě. Tři rozhovory se uskutečnily na tuningovém setkání v Heřmanově Měštci, další dva rozhovory byly sebrány v rámci města Plzně, za jednou respondentkou jsem se vydal do Karlových Varů a poslední rozhovor proběhl Českých Budějovicích. Pro získání výzkumných dat v této skupině tedy bylo využito jejich přirozeného prostředí, konkrétně tuningového setkání či návštěvy jejich garáže. Samozřejmě záleželo na přání každého zkoumaného, kde chce rozhovor uskutečnit. Délka jednoho rozhovoru

byla v rozmezí 15-45 minut. Byl pořízen audio záznam na nahrávací zařízení se souhlasem respondentů, při nichž jsem si zapisoval heslovité poznámky. Všem respondentům byla před začátkem rozhovoru předána žádost o použití rozhovoru v bakalářské práci, k čemuž všichni respondenti poskytli písmenný souhlas. Celý výzkum byl anonymní, proto jména použitá ve výsledcích výzkumu jsou smyšlená a neodkazují k žádným osobám, které byly dotazovány.

7 VÝSLEDKY VÝZKUMU

Po časově náročné analýze dat jsem se zaměřil na nejdůležitější aspekty rozhovorů s respondenty. V této části je u některých otázek velmi důležité rozlišit názory mužské a ženské části dotazovaných, aby nedošlo k překrývání informací a jejich mylné interpretaci. V první řadě se ale zaměřuji na otázky týkající se celkového vzhledu do české tuningové subkultury, kde není důležité rozlišovat výzkumný vzorek dle pohlaví.

Prvním aspektem, který jsem zkoumal v rozhovorech s českými "tunery" a "tunerkami" byl začátek jejich cesty k tuningu. Nejčastější odpovědí bylo tvrzení, že se za začátek jejich tuningové dráhy dá považovat výlet na jeden ze srazů v České republice se svými přáteli. Někteří z respondentů k tomuto zážitku ještě navíc přidávají listování českými tuningovými časopisy či shlédnutí upravených automobilů na internetu. Jedna z respondentek za začátek své tuningové dráhy považuje zděnění staršího automobilu po svých rodičích, který zdaleka nepřipomínal sériovou verzi, nicméně dodává, že úpravy musela konzultovat s rodiči a ve fázi prvních úprav automobilu, musela překonávat jejich odpor. To, že tuningové srazy a úpravy automobilů jsou považovány za čistě mužské prostředí je naprosto zřejmé z obálek tuningových časopisů, upoutávek na různé akce a především na plakátech zvoucích na tuningová setkání. Plakát je jasně a stručně konstruován a postaven na jednoduchém základu, který muže zaujme. Upravený automobil, sexualizované tělo ženy a popisky hlásající: *"Nadupaný káry, sexy kočky, sprinty, jízdy po okruhu a pařba až do rána."* (viz. obrázek 2) Stejně jsou konstruovány i tuningové časopisy, přičemž v této době na českém trhu působí pouze jeden měsíčník.

Dalšími aspekty, u kterých není potřeba rozlišovat výzkumný vzorek na muže a ženy, jsou časová a finanční náročnost tohoto fenoménu. Někteří o tuningu mluví jako o koníčku a jiní ho považují za

životní styl, bez kterého si nedokážou představit život. Ve výsledku hovoří naprostá většina o menší časové náročnosti, z důvodu pracovních či rodinných povinností, přesto ale jedním dechem dodávají, že jde především o to, jakých úspěchů v této subkultuře chtějí dosáhnout. Zvýšení časové náročnosti souvisí buď s výrobou vlastních dílů pro úpravy se záměrem ušetření financí, a nebo s komplikovanou přestavbou celého vozu. Přestavba jednoho unikátního automobilu může trvat i několik let. Veronika o úpravách svého automobilu tvrdí: *"Není to koníček, pro mě je to životní styl. Je v tom spousta odříkání, někteří z nás jezdí na dovolenou, ale pro mě je dovolená tuningový nebo automobilový sraz. Nechodím se nikam bavit o víkendech, místo toho jsem raději v garáži, vlastně nebýt toho auta, ani bych nevěděla co s časem."* Velice zajímavý, z hlediska časové náročnosti a začátků tuningu v Čechách je jistá proměna tohoto problému, který popisuje respondentka Lucie: *"Dříve byla ta časová náročnost větší. Díly na auto, které jsem měla, byly nesehnatelné a tak se vyráběly na koleni doma. Dnes jsou již všechny díly mnohem dostupnější a hlavně za úplně jiné peníze než tenkrát."* V 90. letech byly téměř nedostupné stavitelné podvozky, které umožňují majiteli nastavit výšku automobilu, jak právě potřebuje. Dnes je stavitelný podvozek na upravených automobilech běžný a ty nejlevnější se dají sehnat i pod pět tisíc korun. V otázce finanční náročnosti tohoto životního stylu se všichni dotazovaní naprosto shodují. Tuning je velmi drahý koníček. Dotazovaní ale takto uložených peněz ani v nejmenším nelitují. Například Martina říká: *"Tady jsou ty peníze alespoň vidět, lepší než to naházet do automatů nebo do drog. S tím autem si užiješ spoustu zábavy a za to mi to stojí."* S tímto názorem se ztotožňuje i mužská část mého výzkumného vzorku. Svou roli zde hraje i kvalita nakupovaných dílů. Dají se koupit velmi kvalitní díly za opravdu velké částky, ale také se dají pořídit repliky¹³ těchto dílů za menší částky. Je ovšem důležité si uvědomit, že koupí nekvalitních dílů se člověk vystavuje nebezpečí

¹³Replika - náhrada. Jedná se o náhradní díly vyrobené v druhovýrobě, které často nejsou tak kvalitní jako originální, za to jsou mnohem levnější.

nehody a také tomu, že nakonec zaplatí mnohem víc, než kdyby v prvopočátku koupil kvalitní díl.

Další částí tuningového života, na kterou jsem se podrobněji zaměřil, je vnímání tohoto životního stylu okolím mých respondentů. V této části je ale již zapotřebí rozlišit mužskou a ženskou část dotazovaných. Ženy se jednoznačně shodly na tom, že vnímají ve svém okolí, dva přístupy. Jedni lidé, mají pro ženu v "mužském sportu" pochopení a navíc se jim spojení žen a krásných automobilů velice líbí. Druzí lidé naopak vyjadřují odpor. Všechny čtyři ženy z mého výzkumu se setkaly se stigmatizací ze strany mužů. Eva v rozhovoru citovala část rozhovoru s jedním účastníkem tuningového setkání: *"Ženská u aut? Ty máš být u plotny a starat se o domácnost. Vrať se k plotně"*. Tento přístup podle svých slov sice registruje, ale vůbec se jím nezabývá. Ženy se shodují na tom, že ze začátku mělo jejich blízké okolí pochybnosti o trávení času v garáži a utrácení peněz za vylepšování vozů. S rostoucími úspěchy, v podobě ocenění či článků v časopisech blízké okolí názor přehodnotilo. Veronika na téma vnímání tohoto koníčku okolím řekla: *"Čím více jsem vozila pohárů, tím to hlavně máma začala vnímat úplně jinak. Dokonce začala poháry ze srazů vystavovat v obývacím pokoji a při návštěvách našich známých se jimi chlubila."* Muži se shodují v tom, že jejich blízké okolí s jejich zálibou povětšinou nesouhlasí právě z důvodu finanční náročnosti projektů. Pavel k tomuto dodává: *"Já jsem do svého auta investoval minimálně půl milionu korun, a rodiče mi říkají, že jsem si dávno mohl koupit nové auto a nemusel bych se o nic starat. To by mě ale asi nebavilo. Moje auto je stylové a pokaždé, když do něj sednu a jedu se projet, tak mě to dobíjí. Některé lidi dobíjí sluneční paprsky, některé dovolená nebo sport a mě dobíjí moje auto."* Dodávají ale, že přítelkyním, popřípadě manželkám, nezbyvá nic jiného, než tuningové srazy tolerovat a povětšinou tam své partnery doprovázejí.

Na otázku, zda mohou upravené vozy působit jako módní doplňky, všichni respondenti i respondentky odpovídali shodně. To jaké auto člověk vlastní a také jak se k němu chová, vypovídá o tom jaký je. Eva v rozhovoru uvedla: *"Podle toho jak má chlap uklizeno v autě, si dokážu představit, jak má uklizeno doma. Tohle ti poví hodně o tom, jaký ten člověk je."* Ženská část dotazovaných ještě navíc dodávala, že jako ženy mají předurčen cit pro sladění barev a detailů. Toto téma je úzce spojeno s aspektem společenské prestiže upravených versus sériových automobilů. Citlivě a decentně upravené starší automobily se vzhledově mohou opravdu rovnat jejich o poznání mladším verzím. Dnešní člověk, má již ale jiné nároky na automobil, než tomu bylo před deseti lety. Jiná je výbava a bezpečnost, ale také spolehlivost. Jak ale potvrzují výpovědi žen i mužů, se kterými jsem vedl rozhovory, profesionálně a hlavně decentně upravené starší vozy s použitím sportovních prvků a originálních dílů, se při pohledu zkušených lidí mohou rovnat novějším modelům. David popisoval příhodu na čerpací stanici: *"Při cestě na sraz jsem zastavil na čerpací stanici, abych dotankoval a vedle mě zastavilo nové Ferrari. Když jsem šel ze dveří ven k autu, stáli lidi před mým autem a skupinka lidí také před tím Ferrari a nevěděli kam se dřív dívat. Mě to potěšilo, a šel jsem se podívat na to Ferrari, které je opravdu obdivuhodné. Každý si najde to svoje a podle mě, když je staré auto čistě a hlavně kvalitně udělané, je mnohdy lepší jak sériový model. S ničím se to ale nesmí přehánět a člověk pro to musí mít cit, čas na údržbu a také peníze, protože bez peněz to prostě neuděláš pořádně."* Ohledně hodnocení ženských dovedností v sektoru techniky dochází mezi muži a ženami k prvním větším rozporům. Většina mužů vypověděla, že ženy pouze auta leští a udržují ale za jejich tvorbou a vznikem jsou muži. Ženy na druhou stranu tvrdí, že jsou v technických úpravách lepší než muži. Především proto, že jsou mnohem trpělivější při řešení nastalých problémů a snaží se tedy problémy řešit pomalu, jistě a ne silou jako

muži, kteří podle jejich tvrzení více věcí rozbijí, než opraví. Lucie ženské dovednosti ohledně techniky popisuje takto: *"Ženy jsou mnohem trpělivější a dokážou technice porozumět, jsou ale věci, které mají dělat odborníci. U mě je to například elektronika, ale to si nechávají dělat i chlapi."* Eva na toto téma říká: *"To nemusí být ani u aut, si vezmi, když si koupíš novou televizi domu, muž vezme ovladač a zběsile mačká všechny knoflíky. Po nějakém čase musí použít návod, na jehož pročtení stejně nemá nervy a tak nevyužije zdaleka všechny funkce, co mu televize nabízí. Žena je mnohem trpělivější a pečlivější. Tohle se promítá i do úprav, tedy alespoň u nás doma."* Veronika vypověděla, že jako žena samozřejmě nezvládá všechny úkony při úpravách svého automobilu a co nezvládne, ráda přenechá profesionálům v oboru. Vše co se týče odstrojování, nastrojování a skládání ale dokáže sama a ráda se učí novým věcem. Vše co se týče podvozkové části, brzd a interiérových změn si ráda provede svépomocí. Jelikož je ale detailistka a chce mít perfektně odvedenou práci, tak například potahování plastových částí a interiéru přenechává čalouníkovi.

Zajímal jsem se i o názor mužů na ženy provozující úpravu automobilů. Pavel vypověděl: *"Je to dobře, že ty ženy s námi jezdí, na druhou stranu moc jsem jich nepoznal. Na srazech jsem jich moc neviděl, většinou to bylo tak, že přítel holce udělal podobný auto, jako má on. Další ženy, které jsem poznal, jezdily na srazy lovit muže. Víím ale o jedné o holce, která má opravdu auto na vysoké úrovni, podle mě ale má kamarády a přítele, který jí tenhle koníček financují. Ona na tom autě sice maká, ale podle mě není možné, aby tohle finančně utáhla."* Zde stojí za zmínku koncept tzv. gender pay gap. Tento koncept je založen na rozdílném platovém ohodnocení mužů a žen, kdy ženy za vykonání stejné práce dostávají pouze osmdesát procent platu muže. Martin tvrdil v rámci rozhovoru opak toho, co popisoval Pavel. On sám je také rád, že se ženy zúčastňují srazů a upravují automobily, na druhou stranu ale

nerozlišuje subkulturu podle lidí, tedy ani podle pohlaví, ale spíše se zajímá o samotné produkty, kterými jsou upravená vozidla. Petr a David na téma spojení žen a tuningu odpovídali shodně. Podle nich mají ženy v tuningovém odvětví své místo a potvrzují, že některé z nich mají na české tuningové scéně opravdu co ukázat.

Protože může většina dotazovaných srovnávat první vlnu tuningového nadšení a dnešní stav této subkultury, zaměřil jsem své otázky také tímto směrem. V době prvních tuningových setkání okolo roku 2000 ještě nebyl rozšířen internet takovým způsobem jako dnes a lidé, kteří upravovali své automobily, se tak setkávali pouze na automobilových srazích. Tím tato komunita byla poměrně sjednocená a lidé si často povídali o změnách na svých vozech. S rozvojem internetu, a především sociálních sítí, se situace zásadně proměnila. Dnes již před příjezdem na sraz vědí účastníci o soupeři a jeho automobilu naprosto vše. K této proměně přispěl především internet, kde lidé rozebírají úpravy na automobilech soupeřů, často s hanlivým nádechem. Dnes se subkultura dělí na skupinky, protože díky sociálním sítím si jednotlivé tuningové kluby umisťují své upravené vozy na vlastní stránky, kde jsou v kontaktu se všemi ostatními členy této komunity. V České republice je velmi viditelná rivalita mezi kluby, nejen na setkáních, ale i na webových stránkách. Dalším velkým problémem je stigmatizace, která je vedena většinou ze strany názorových vůdců subkultury. Veronika mi poskytla vhled do tohoto problému, jelikož se s takovou stigmatizací sama setkala. *"Nabízí se srovnání se sektou, jedná se o společenství lidí, které je navzájem propletené. Stačí si znepřátelit někoho, kdo je na vysoké pozici a je uznávaný, a všichni tě budou odsuzovat i přesto, že tě osobně třeba vůbec neznají. Důvodů může být hned několik, jsi úspěšný nebo můžeš ohrožovat jeho pozici, řekne něco, co nemusí být ani pravda a za pár týdnů to vědí naprosto všichni. Tohle se mi stalo a od té doby už české srazy nejezdím, přesunula jsem se do Německa, kde jsou lidé úplně jiní."*

Při vstupu do prostředí má většina žen "růžové brýle", ale postupem času dochází k odkrývání mechanismů ve fungování subkultury. Podle Petra mají ženy ztíženou startovní pozici při vstupu do tuningového prostředí, nejen z důvodu stigmatizace ze strany mužů - protivníků, ale také žen a okolí. Respondentka Lucie mi vyprávěla o jejím vstupu do prostředí, ale také zprostředkovaně mluvila o tom, proč ženy vlastně do převážně mužské disciplíny vstupují. *"Ženy jdou do mužského sportu a jsou za to po zásluze odměněny. Ptáš se proč? Snažíme se o emancipaci, jiným způsobem než ostatní. Chceme něco dokázat nejen sobě, ale hlavně svému okolí a především mužským kolegům. Já třeba to беру jako něco, co mi zvedá sebevědomí, že většina mužů je v rámci pohárových umístění až za mnou."* Na otázku, jak se vlastně cítí muž, když je poražen ženou, mi muži shodně vypovídali, že jim porážka od ženy nevádí nebo pokud porážku nezažili, tak by jim to nevádílo pod podmínkou, že by opravdu auto jejich soupeřky bylo lepší než to jejich. Petr a Pavel toto na jednom ze setkání opravdu zažili a shodují se, že výhra ženské soupeřky byla opravdu zasloužená. Eva na toto téma dodává: *"Porazila jsem jednoho známého na sraze, kam jezdím od jeho prvního ročníku. On to cítil jako hroznou křivdu, a začal všude rozhlašovat, že jsem to vyhrála ze známosti a moje auto není vůbec kvalitní. Přitom v porotě nebyl nikdo z mých známých, takže z mého pohledu bylo hodnocení objektivní a já jsem za ten úspěch moc ráda."* Veronika dosáhla nevídaného úspěchu, když vyhrála nejprestižnější tuningovou soutěž v České republice a porazila tak všechny ostatní soutěžící včetně mužů. Podle svých slov sama před začátkem soutěže chodila mezi upravenými vozy a tipovala složení stupňů vítězů, přičemž ani v nejmenším nečekala takový úspěch. To s sebou přineslo ale i nemalé problémy v podobě různých pomluv: *"Lidé si snaží zdůvodnit to, jak já, jako holka, můžu mít lepší auto jak oni."* Od té doby se v prostředí českých srazů již nepohybuje. Centrem mého zájmu je žena v českém tuningovém prostředí a proto se jedna

z nejdůležitějších otázek týkala upevňování moci mužů nad ženami. Ukázalo se, že při svém vstupu do subkultury, jsou ženy stigmatizovány a vyzývány k návratu k plotně a úklidu. Po větších úspěších v rámci klání o poháry a s tím souvisejícím vzestupem hierarchií subkultury, začínají být ženy brány jako stejně rovné mužům. Týká se to ale pouze žen, které již v tuningu dosáhly určitých úspěchů. Mnou dotazované ženy tvrdí, že to, že jsou ženy, má své výhody ale i nevýhody, které bohužel stále převažují. Výhodou je především to, že většina mužů se ženám zajímajícím se o automobily, snaží pomoci nejen s nápady na úpravy, ale i s jejich realizací. Dodávají ale, že je velice těžké si získat respekt mužů, který přichází až s velkými úspěchy. Jak již bylo řečeno dříve, velké úspěchy ale mohou znamenat stigmatizaci, z důvodu ohrožení vůdčí pozice mužů. Lucie na toto konto dodává: *"Jsou dva tábory mužů, jeden tábor nás jako ženy respektuje a jsou rádi, že vidí něco jiného než na co jsou normálně zvyklí, ale tábor druhý tvrdí, že je to mužský koníček a ženy v tomhle prostředí nemají co pohledávat."* Velmi zajímavé je také to, že se tento fenomén neprojevuje pouze v prostředí tuningové subkultury. Martina totiž pracuje jako prodejce dílů na automobily a setkává se stigmatizací každý den od mužů, kteří jsou mechanici a své práci rozumí. Mechanici, kteří za ní jezdí pro náhradní díly do autorizovaného servisu, nevěří ženským schopnostem. Přitom jde podle jejích slov o naučení se náhradních dílů, a jejich zadání do počítače. Martina vyjadřuje hrdost nad svými znalostmi a dodává, že i její otec za ní občas chodí pro rady, co na automobil koupit a nekoupit a také, že její znalosti jsou mnohdy lepší než ty mužské.

Zaměřil jsem se i na to, jak je na tom česká tuningová scéna podle názoru respondentů ve srovnání s ostatními evropskými, ale i zámořskými scénami, z hlediska kvality úprav. Za špičkové úpravce automobilů jsou považováni Němci, Rakušané, Britové, Japonci a Američané. Z výsledků je zřejmé, že česká tuningová scéna se těmto

špičkám ještě zdaleka nemůže rovnat, podle slov respondenta Pavla šla ale česká scéna hodně dopředu, a dokonce i zde jsou automobily, které mohou konkurovat zahraničním vozům. Je jich ale stále tak málo, že Češi mezi špičku stále nepatří. Petr tvrdí, že: *"Češi se pořád nevymanili z toho kýčovitého tuzingu, kdy na svoje Felicie montují obří nárazníky a křídla, který jsou naprosto nefunkční a ani vzhledově autu nic nepřidají. Takhle nás mají všichni okolo zakódovaný, což vidím, když přijedu na sraz třeba do Německa nebo Rakouska. Vidí český poznávací značky a už se jdou dívat, co to zase přijelo. Pak většinou usoudí, že například moje auto a auta mých kamarádů, s kterými jezdím, jsou na jejich úrovni. Tak aspoň my to tam zvedáme."* (ironická poznámka doplněná o smích dotazovaného). V České republice, podle informací funguje i samostatná kategorie pro ženské účastnice srazů. Na automobilovém srazu v Plasích u Plzně, kam jsem se vydal, v rámci výzkumu funguje samostatná kategorie Girls Tuning. V této kategorii se vyhlašují první tři nejlepší automobily, se kterými přijely ženy. Nerozlišuje se ale, zda tento automobil žena upravila sama, nebo zda jí byl nápomocen muž. Podle Martina, který již obrazil minimálně dvacet zahraničních srazů, tyto kategorie v jiných scénách v zahraničí nefungují. Například v Německu se v pohárovém klání vyhlašuje většinou nejlepších třicet vozů srazu bez dalšího rozdělení. Na srazu v Plasích u Plzně, jsem se zaměřil na hodnocení ženských projektů. Již od samého rána najíždí jeden soutěžní automobil za druhým na plachtu uprostřed areálu letiště a každý ze soutěžících poté musí v rozhovoru s pořadatelem srazu popsat úpravy na svém automobilu. Mezitím porotci zkoumají každý detail vozu a zapisují své hodnocení do připravených formulářů. Z dotazování mužské části výzkumného vzorku vyplývá, že nevnímají jako diskriminaci skutečnost, že ženy mají vlastní kategorii, naopak jedná se podle nich spíše o zpestření a vyzdvihnutí těch žen, které opravdu umí s automobily pracovat. I samotný pořadatel srazu pojmenoval kategorii Girls Tuning

jako dodatkovou soutěž, ve které mají být oceněny ženy za to, že dělají něco, co se vymyká zažitým představám. Ženy tak soutěží v rámci kategorií dle značky automobilu s mužskými kolegy a navíc ještě ve své vlastní - ženské kategorii. Ženy se také shodují na tom, že jde pouze o doplňující kategorii a jelikož jich na tuningovém poli není zas tak mnoho, je dobré, že se vyskytuje tato forma ocenění. Martina na toto téma dodává: *"Plasy jsou o výjimečnosti, dříve na spoustě srazů fungovala kategorie Girls Tuningu. Postupem času to ale upadalo, jezdilo méně holek a ty co jezdily, už ani tuhle kategorii nechtěly. Chtěly se utkávat s těmi nejsilnějšími soupeři - tedy muži."* Eva je členkou celorepublikového tuningového klubu Girls Tuning¹⁴, kde jsou pouze ženy. Tvrdí: *"V tuhle chvíli, je nás v tomhle klubu kolem pětadvaceti, samozřejmě to upadává. Někdo přijde a někdo zase odejde, to je přirozený vývoj. Některý holky mají děti, a nemají čas na auto, po nějakém čase se ale zase vrací zpět na scénu."* Zajímavé je to, že pro tuto skupinu žen se používá právě označení "girls", tedy dívčí a ne třeba "womans" tedy ženský tuning. U mužů toto označení chybí, a nepoužívá se například "boys" tuning. Mohlo by to být dáno tím, že ženy jsou zajímavé pro muže jen jako mladé dívky a ne ženy. Jak jsem již zmiňoval, tvorba plakátů či obálek časopisů je založena právě na mladých, téměř svlečených dívkách. Tento fenomén ukazuje, že i v této subkultuře je přítomna sexualizace ženského těla. Sexualizace ženského těla je vlastním procesem ve společnosti, přičemž hodnota ženského těla je založena především na estetice celého těla jako sexuálního objektu. Velmi důležitým aspektem pohárových klání je hodnocení automobilů. Blíže jsem se soustředil na aspekt hodnocení, přičemž jsem se zajímal

¹⁴ Girls tuning klub - Jedná se o dívčí tuningový klub, jediný oficiální v této republice. Dámy z tohoto klubu jsou majitelkami a úpravci svých vozů současně. Samy o sobě tvrdí: "Na scéně sbíráme body a ocenění na poměrně vysokých příčkách, přestože se jedná spíše o chlapský koníček. Dlouho nám trvalo se prosadit a ukázat pánům, že to co dovedou oni, zvládneme také a samozřejmě nejde jen o výměnu kola. Úspěchy sbíráme jak v show&shine (vzhledové úpravy vozidel) tak ve sprintech na 400m, okruhy atp. Zároveň je ale spousta z nás milujícími matkami a manželkami."

především o to, zda jsou hodnoceny pouze automobily nebo je přihlíženo k tomu, zda s tímto vozem přijela žena nebo muž a to jak pozitivně či negativně. Všichni muži bez výjimky se shodují na tom, že v rámci všech soutěží po České republice porotci hodnotí automobil. Nepřihlíží se k tomu, kdo s daným vozem na sraz přijel a kdo ho představuje. Drtivá většina žen má stejný názor na tuto problematiku. Po shrnutí výsledků lze vyvodit závěr, že v rámci hodnocení na české tuningové scéně se opravdu hodnotí automobil proti automobilu a nepřihlíží se, jak negativním způsobem tak tím pozitivním, k tomu, zda s vozem soutěží muž či žena. Vytváří se produkt, kterým je automobil a ten je poté hodnocen. Lucie se ale setkala s tím, že v očích porotců i pořadatelů je stále brána jako žena, která patří domů k plotně a má se starat o domácnost. Tento problém upozorovala na jednom z automobilových setkání, kterého se účastnila jako soutěžící se svým automobilem. Jednalo se o sezónu roku 2002, kdy jeden z porotců měl právě tento názor na její účast v soutěži. V rámci klání se tak neumístila, nedokáže ale zhodnotit, zda se jednalo o diskriminaci či nikoliv. Také nedokáže posoudit, zda to, že soutěžila jako žena, jí připravilo o umístění. Velmi zajímavý je také pohled z druhé strany. Respondentka Veronika totiž působila nejen jako úspěšná "tunerka" a zároveň jako porotkyně v nejprestižnější české soutěži. *"Já říkám těm lidem, co hodnotím, stavte si to auto tak, jak vy chcete, tak jak se to líbí vám. Já jim musím říct názor jako porotce na jejich auto, a musím jim taky říkat, proč se mi tohle a tohle nelíbí. Pak samozřejmě dochází k nesmyslným hádkám a názorům ohledně toho, že jsem žena a autům nemůžu rozumět. Dokonce si pak nechávají přivolat kolegy porotce a dožadují se toho, aby ohodnotil jejich dílo někdo jiný. Tam pak jsou ty trapné momenty pro soutěžící, kdy se dozví, jaké mám auto, a že před chvílí na moje auto koukali a mysleli si, že ho dělal muž. Kolegové samozřejmě odvěti jen stroze, že já mám právo hodnotit jejich auta a že to dělám velmi dobře*

a pokud se jim to nelíbí, mohou sraz opustit." Z těchto závěrů navenek vyplývá to, že normy a pravidla platí v subkultuře stejnou měrou jak pro muže, tak i pro ženy. Samotný fakt toho, že se Lucie setkala se stigmatizací tohoto typu, napovídá tomu, že normy a pravidla nemusí pro muže a ženy platit stejnou měrou. Při hodnocení se porotci zaměřují na samotný automobil jako produkt snažení. Pravdou zůstává, že naprostou většinu porotců v české tuningové subkultuře tvoří muži. Jak jsem se ale dozvěděl z rozhovorů, i žena může vyhrát nejprestižnější cenu, která je v Čechách k dostání a i žena může být porotkyní. Problémem ale stále zůstává nehasnoucí stigmatizace takto oceněných žen.

V teoretické části práce bylo řečeno, že maskulinní prostředí je konstruováno na základě soupeřivosti a také, že žena v mužském prostředí je předem stigmatizovaná bytost. Ke změně tohoto statusu dochází pouze tehdy, pokud věnuje velké úsilí tomu, aby vynikla nad ostatními. Přitom se ale vystavuje nebezpečí stigmatizace při porušení norem, či při ohrožení pozice vedoucího člena subkultury. Tento systém, který popisuje Goffman, se projevuje při konstrukci ženské identity v české subkultuře automobilistů. Ženy se v rámci klání o nejvyšší mety stávají soupeřivými. I přesto, že při vstupu do mužského prostředí jsou ihned stigmatizovány, snaží se přes tento stereotyp přenést a dosáhnout na ty nejvyšší příčky. Už jen snaha o vítězství, kterou vyjadřují všechny dotazované, je příznakem adaptace do maskulinního prostředí a získání mužských atributů pro přežití v tomto. V mužích, ale i přes zasloužené úspěchy žen, zůstává zakořeněn pocit prohry, kterou si pak musí odůvodnit. Veronika potvrdila, že: *"Žena nemůže mít hezké auto, které je na nejvyšší úrovni, jen tak. Povím ti příběh, jak se snažili zdůvodnit, jak sem přišla k autu, jaký mám. Je tady zažité to, že není normální, aby holka měla auto na úrovni, a pak se to snaží odůvodnit, jak jsem k tomu autu asi zřejmě přišla. Kolují o tom dvě varianty. První varianta je, že využívám muže k tomu, aby mi stavěli auto. Což chlapa k tomu potřebuju,*

aby mi s něčím pomohl, ale já prý využívám všechny muže. Druhá varianta je o něco horší. Je to pomluva o tom, že za úpravy na mém autě neplatím penězi, ale sexem. To asi jediný žena umí podle nich. To je pro muže oblíbená výmluva, v mém případě už pomluva. Pak říkají, ona to dělá tak a tak, já to takhle dělat nemůžu, protože nejsem ženská. Tímhle já se ale bavím, už mě přešel ten prvotní pocit, kdy jsem se tím trápila. Pak jsou takový ty pohledy, když přijedeš umýt auto na myčku, vystoupíš a slyšíš, jak se baví o tom, že holka přijela umýt auto přítelovi a chlubí se tím."

V mém výzkumném vzorku se sešly čtyři ženy, které opravdu velkou část svého života tráví v garáži a také na automobilových setkáních, některé z nich dokonce s automobily pracují i v zaměstnání. Nabízela se otázka, jak se tyto ženy chovají, když se nachází v čistě feminním prostředí. Tedy ve společnosti žen, které se automobilům nevěnují a konverzují na jiná témata. Polovina dotazovaných žen sama sebe popisuje jako chameleona. Na vysvětlenou dodávají, že se dokážou prostředí, ve kterém se nacházejí, dokonale přizpůsobit a při posezení s kamarádkami se dokážou bavit i o úplně odlišných tématech. Probírají například témata životních úspěchů, zaměstnání a popřípadě rodiny. Dochází tak k adaptaci do nezvyklého prostředí, ale bez větších problémů. Druhá část dotazovaných žen čistě feminní prostředí nevyhledává. Dodávají ale, že pokud už tato situace nastane, snaží se o nastolení témat, která jim ke konverzaci vyhovují. Martina udává například příhody ze školy, jelikož se jednoduše nedokáže bavit o voňavkách a módě. Všechny dotazované ženy se setkaly se stigmatizací z řad žen, protože není normální, aby se žena bavila o automobilech na takové úrovni jako respondentky, natož trávila čas v garáži a chodila v pracovním oděvu. Věnují se totiž maskulinní zálibě, místo toho, aby se zajímaly o čistě feminní záležitosti. Tři dotazované ženy vypověděly, že je pro ně automobil únikem z reality. Při vykonávání

zaměstnání, kde jsou každý den vystavovány stresovým situacím, se projížděkami ve svých automobilech snaží odreagovat.

Naprostá shoda všech dotazovaných je pak v otázce zrodu českého tuningové myšlení. Jako mezník toho, byl označen první díl filmové série Rychle a Zběsile z roku 2001. Na tuningovém setkání v září 2012 Heřmanově Měštci, kde jsem prováděl svůj výzkum, byl večer před mým příjezdem dokonce tento film promítán v letním kině. Tuningová subkultura vždy netrpělivě očekává příchod nového dílu této série, která má již pět pokračování, přičemž na rok 2013 je ohlášen díl šestý. Při sledování online komunity na facebookových profilech vychází najevo, že shlédnutí každého dalšího dílu v kině je již tradicí české tuningové subkultury. Již půl roku předem se některé z českých tuningových klubů na sociální síti Facebook domlouvají na návštěvě předpremiéry nového dílu "tunery" tolik oblíbené filmové série.

7.1 Závěry empirické části

Shrnutím závěrů z celé empirické části, tedy terénního výzkumu mezi červnem a říjnem roku 2012 docházím ke zjištění, které podrobněji rozeberu v této části práce. Velmi důležitým zjištěním, na které poukazují respondenti, již při prvních větách rozhovorů je fakt, že tuning není koníčkem ale spíše životním stylem. S úpravou automobilů souvisí mnoho dalších aspektů, mezi které patří mimo jiné i například stigmatizace jiných značek automobilů, než daný jedinec vlastní. Ve světě automobilového nadšence je tedy zcela normální, že německé a francouzské automobilky jednoduše nelze porovnávat. Pro jednoho nadšence do automobilů je lepší jedna strana mince a pro druhého zase druhá. Dodatkem k této problematice je i zjištění toho, že upravené automobily mohou přinejmenším konkurovat novějším modelům daného vozu. Je zřejmé, že si ženy v "mužském sportu", jak tento svět nazvala jedna z dotazovaných, k dnešnímu dni již vymohly své místo i přesto, zde

ale zůstávají kořeny stereotypních předsudků o tom, že žena má zůstat v soukromé sféře - nejlépe v domácnosti se starostí o rodinu. Tomuto častému předsudku spojeného se stigmatizací českých mužů se české "tunerky" snaží předejít a ukázat, že i ony mohou dosáhnout na příčky nejvyšší v rámci celé subkultury. Mnou dotazované ženy potvrzují, že s těmito předsudky se setkávají i v rámci jejich blízkého okolí, a dokonce i v řadách rodinných příslušníků. Postupem času ale přicházejí na různé mechanismy k potlačení těchto předsudků, či k jejich úplnému odstranění. Názor mužské části výzkumného vzorku vypověděl o tom, že ženské dovednosti týkající se technických dovedností nejsou na příliš vysoké úrovni. Ženy ale oponují tvrzením, že jsou pečlivější a vytrvalejší nežli muži a tudíž si s technikou dokážou hravě poradit. K tomu dodávají, že některé technické úkony si ani jejich mužští kolegové na vozech neumějí provést svépomocí, a přibírají si k úpravám odborníky. Většina dotazovaných mužů nevnímá ženské účastnice tuningových setkání jako problém, spíše naopak. Vnímají ženy věnující se úpravám automobilů jako příjemnou kombinaci. Jsou zde dokonce i názory, že ženy v tomto odvětví mají své místo a opravdu mají svými úpravami co ukázat nejen v rámci České republiky. I přesto se ženy setkávají se stigmatizací právě z řad mužských kolegů. Velmi zajímavé výsledky vzešly z dotazování na proměny české tuningové subkultury, která se velmi znatelně proměnila s příchodem internetu a především sociálních sítí. Internet vedl k rozčlenění subkultury na menší skupinky v rámci setkávání se na automobilových srazech. K tomuto došlo proto, že téměř všichni "tuneři" a "tunerky" dnes mají internet a všechny své úpravy a zážitky si sdělují skrze sociální sítě. Na tuningových setkáních, již pak nemají témata k hovoru, pokud se nejedná o menší - například klubové srazy. Díky sociálním sítím vědí všichni členové subkultury vše, co vědět potřebují, tímto způsobem dochází i k pomluvám a stigmatizaci členů subkultury, kteří jsou poté vyloučeni názorovými vůdci. Ženy v rámci české tuningové

subkultury, již dosáhli velkých úspěchů, proto jsem se zaměřil i na pohled z druhé strany a to na muže poražené ženskými soupeřkami v pohárových kláních. Jednoznačným závěrem je fakt, že pokud opravdu poražený muž usoudí, že soutěžní automobil patřící ženské soupeře je lepší než ten jeho, přiznává porážku. Některé z respondentek se ale setkaly s nezapomenutelným pocitem křivdy z mužské strany, po jejich porážce. Velmi zajímavým specifikem české tuningové subkultury, které se neobjevuje v zahraničí je vyzdvihnutí ženy v samostatné kategorii s tím, že ženy soupeří proti mužům v klasických kategoriích dle značky automobilu a navíc se mohou zúčastnit klání pouze pro ženy. Soutěžní vozy poté hodnotí předem určení porotci, zejména muži. V rámci terénního výzkumu jsem nenalezl žádné odlišnosti v hodnocení mužského či ženského automobilu, i přesto se objevily poznatky respondentek o tom, že ne vždy byl hodnocen pouze jejich automobil, ale bylo přihlíženo k tomu, že s ním přijela žena. Žena v roli porotkyně automobilového srazu nemá příliš lehkou situaci. Muži, kterým je sděleno negativní hodnocení jejich produktu, se s hodnocením nespokojí a žádají, aby jejich vůz hodnotil porotce mužského pohlaví. Ženy, věnující se "mužskému sportu" ale nemají pouze jednu zábavu, některé z nich jsou matkami a nebo manželkami a většina z dotazovaných má také přítelkyně, se kterými provozují feminní záliby. Všechny se ale ve svém životě setkaly se stigmatizací z důvodu věnování se mužské zálibě. Za zrod českého tuningového myšlení byl určen rok 2001, tedy rok vzniku prvního dílu filmové série Rychle a zběsile.

8 ZÁVĚR

V teoretické části práce jsou popsány různé koncepty pojící se k tématu výzkumu, která jsou důležitá pro pochopení celkového kontextu. V úvodních kapitolách jsem se věnoval především automobilismu, tuningu a jejich vývoji. Následující kapitoly byly věnovány subkulturám a fenoménu stigmatizace. Důležitý byl také popis genderové části této práce, tedy maskulinity a feminity. Nejdůležitější částí je pak konstrukce ženské identity v prostředí tuningových srazů a dále normy a pravidla české tuningové subkultury. Pracoval jsem s předpokladem, že ženy v rámci maskulinního prostředí budou stigmatizovány a hodnocení k nim nebude spravedlivé. To se ale v terénu nepotvrdilo.

Provedl jsem rozhovory se čtyřmi ženami, věnující se úpravě automobilu a oslovil jsem i stejný počet mužů z důvodu komparace jednotlivých názorů. Šetření probíhalo pomocí narativních rozhovorů, doplněné o dílčí otázky. Dalšími instrumenty, o které byl rozšířen tento výzkum, bylo pozorování webových stránek českých tuningových klubů a také fanouškovských stránek na sociální síti Facebook. Výsledky práce poukazují na to, že žena v české tuningové subkultuře může mít stejnou pozici jako muž. Problémem je ale stále se vyskytující stigmatizace ze strany určitých jedinců. Velmi zajímavým poznatkem je všemi sdílené přesvědčení, že ženy a muži jsou v rámci tuningových soutěží hodnoceni stejným způsobem a to díky tomu, že je hodnocen samotný produkt, tedy upravený automobil. Je důležité si uvědomit, že ačkoli je úprava automobilů stále vnímána jako maskulinní záležitost, mnou vybraní respondenti se shodují, že ženy na tomto poli mají opravdu co ukázat a jejich vozy sbírají ocenění nejen v rámci České republiky. České tuningové soutěže jsou pravděpodobně specifické větší mírou zapojení žen, což se na zahraničních srazech v takové míře neděje. Jeden z českých srazů dokonce stále vyhlašuje samostatnou kategorii pro ženy.

Pokud ale vezmu v úvahu zkoumaný vzorek, vzniká otázka nakolik lze zde zjištěné poznatky zobecnit. Záměrný výběr dotazovaných do tohoto výzkumu vede k omezení reprezentativnosti celkových výsledků. S větším vzorkem dotazovaných a náhodným výběrem by byly výsledky mnohem reprezentativnější. Dalším aspektem pro zlepšení reprezentativnosti dat by byla návštěva zahraničního srazu pro ověření si hypotéz, týkajících se porovnání české a zahraniční tuningové subkultury.

9 SEZNAM LITERATURY

Bellini, C.G.P., Vargas, L.M. 2003. *Rationale for Internet - Mediated Communities*. Cyberpsychology & Behavior.

Branald, A., Lhoták, K. 2010. *Dědeček automobil*. Praha Fortuna Libri.

Connel, B. 1995. *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.

Fredman, S. 2007. *Antidiskriminační právo*. Praha: Multikulturní centrum Praha.

Giddens, A. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.

Goffman, E. 1986. *Stigma - Notes on the Management of Spoiled Identity*. New York: Simon and Schuster Inc.

Goffman, E. 2003. *Stigma - Poznámky o způsobech zvládnání narušené identity*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Hebdige, R. 2012. *Subkultura a styl*. Volvox Globator. Praha: Dauphin.

Hendl, J. 2005. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.

Jackson, S. Scott, S. 2001. *Gender: A Sociological Reader*. London: Taylor and Francis Ltd.

Jenkins, H. 1992. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London: Routledge.

Keller, J. 1994. *Naše cesta do prvohor*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Kokeš, M. 2008. „*Jak na tuning*“. Autosport a Tuning - speciál (5).

Kraus, Jiří a kol. 2007. *Nový akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia.

Miovský M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing.

- Petrusek, M. Vodáková, A. 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum.
- Prokopec, P. 2008. „*Jak na tuning*“. *Autosport a Tuning - speciál* (5).
- Remek, B. 2012. *Automobil a spalovací motor*. Praha: Grada Publishing.
- Růžička, B., 2004. *Jak na tuning automobilu*. Brno: Computer Press.
- Růžička, B., 2012. *Škola Tuningu*. Brno: Computer Press.
- Ryba, J. 2004. *K historii silniční dopravy na území České Republiky*. Praha: Institut Jana Pernera.
- Sannia, A. 2012. *Mercedes-Benz*. Praha: Slovart.
- Strauss, A. & Corbinová, J. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.
- Tuček, J. 2008. *Volkswagen Brouk*. Praha: Grada.
- Tuček, J. 2009. *Auta východního bloku*. Grada Publishing.
- Veselý, K., Vladimír 518. 2011. *Kmeny: Současné městské subkultury*. Praha: Big Boss.
- Ward, I. 1974. *The World of Automobiles*. Praha: Orbis.
- Žižlavský, M. 2003. *Metodologie pro sociální politiku a sociální práci*. Brno: Masarykova univerzita v Brně.

9.1 Internetové zdroje

- Andrle, A. 2000. "Osobní automobil mění životní styl společnosti". *Urbanismus a územní rozvoj* 3 (1) [online] [cit. 15. 12. 2012]. Dostupné z: <www.uur.cz/images/publikace/uur/2000/2000-01/15_automobil.pdf>.
- Bělohavý, J. 2009. „Tuningovaná společnost. Z cyklu Ta naše povaha česká.“ *Česká televize* [online] Dostupné z:

<www.ceskatelevize.cz/porady/1100627928-ta-nase-povaha-ceska/409235100011026-tuningovana-spolecnost/video/>.

Mlejnek, M. 2008. „Automobilismus ve 30.letech.“ *Video Mlejnek* [online] [cit. 14. 10. 2012]. Dostupné z: <<http://www.videomlejnek.cz/clanky-ucitele-mlejnika/stare-casy/141-automobilismus-ve-30-letech>>.

Růžička, B., 2001. „Money, money.“ *Autorevue.cz* [online] [cit. 10. 12. 2012]. Dostupné z: <http://www.autorevue.cz/money-money_2>.

10 RESUMÉ

The topics of my bachelor thesis are the fan-groups with the main emphasis put upon the gender-analysis of tuning subculture. This empirically oriented work attempts to elucidate the female perspective on predominantly manly environment, and to try to analyze what is her role and position in the frame of this subculture. The introductory chapters are devoted to the development of motoring as the worldwide phenomenon, and also to an attempt to offer a perspective on the situation in the Czech Republic, having in mind the necessity to differentiate among particular parts of the time-span of this development, from the times of the interwar Czechoslovak Republic till present days motoring. In further chapters I deal with the historic development of tuning till the contemporary situation, explaining here the phenomenon of subculture and with the role of motoring in personal life of human individuals. A second empirical part of the thesis is the analyze of the woman identity formation inside the masculine environment, and stigmatization of woman inside the community. I decided to apply the qualitative approach in my research and I used the participant observation and narrative dialog for data collecting. For the data analysis the "grounded theory" was also applied. My research justified partly my theoretical outcomes and party allowed me to identify more precisely the practices of woman identity formation and female stigmatization in the subculture. The Czech tuning subculture seems from my research to be very specific one and like it encapsulates the great potential for further research.

11 PŘÍLOHY

Obrázek 1-Stigmatizace ženy na sociální síti-zdroj: Facebook



Obrázek 2-Plakát na jednu z tuningových akcí-zdroj: Facebook

