

Sociální témata ve vybraných animovaných snímcích Walta Disneyho

Diplomová práce

Bc. Johana Tomolyová

Diplomová práce
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Johana Tomolová**
Osobní číslo: **K21041**
Studijní program: **N0414P180005 Marketingová komunikace**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Sociální témata ve vybraných animovaných snímcích Walta Disneyho**

Zásady pro vypracování

1. Zpracujte rešerši literatury vztahující se k tématu práce.
2. Stanovte cíl, metody a výzkumné otázky práce.
3. Charakterizujte společnost Walta Disneyho.
4. Realizujte výzkumy týkající se sociálních témat ve vybraných animovaných snímcích.
5. Vyhodnoťte výsledky vyplývající z výzkumu a odpovězte na výzkumné otázky.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BAČUVČÍK, Radim a Lenka HARANTOVÁ, 2016. *Sociální marketing*. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 254 s. ISBN 9788087500804.
- DAVIS, Amy M, c2006. *Good girls and wicked witches: women in Disney's feature animation*. New Barnet, U.K.: John Libbey Publishing, 274 s. ISBN 0861966732.
- KERRIGAN, Finola, 2017. *Film marketing*. Second edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 188 s. ISBN 9781138013360.
- LEE, Nancy a Philip KOTLER, 2020. *Social marketing: behavior change for social good*. Sixth Edition. Los Angeles: SAGE, 486 s. ISBN 978-1-5443-7186-3.
- TAHAL, Radek, 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 261 s. Expert. ISBN 9788027102068.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2023**

Termín odevzdání diplomové práce: **14. dubna 2023**



Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 3. dubna 2023

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 14.04.2023

Jméno a příjmení studenta: Bc. Johana Tomolyová

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá sociálními tématy ve vybraných animovaných snímcích Walta Disneyho. Teoretická část je zaměřená na sociální témata, sociální marketing, film a prezentování sociálních témat ve filmu. Praktická část se zabývá analýzou sekundárních dat, dotazníkového šetření a expertního rozhovoru. Výsledky výzkumu budou složité jako podklad pro další možné zkoumání tohoto tématu.

Klíčová slova: Walt Disney, Walt Disney Company, animovaný snímek, film, sociální téma, sociální marketing

ABSTRACT

The master's thesis deals with the topic of social themes in selected Walt Disney animated movies. The theoretical part is focused on social themes, social marketing, film and the presentation of social themes in film. The practical part deals with the analysis of secondary data, questionnaire survey and expert interview. The research results will be folded as a basis for further possible research on this topic.

Keywords: Walt Disney, Walt Disney Company, animated movie, film, social issue, social marketing

Velice děkuji vedoucímu diplomové práce Ing. Radimu Bačuvčíkovi, PhD. za podporu, cenné rady a věnovaný čas. Dále bych chtěla poděkovat všem recipientům a expertovi Mgr. Lukáši Gregorovi, Ph.D. za poskytnutí expertního rozhovoru, který obohatil diplomovou práci.

V poslední řadě chci poděkovat své rodině a přátelům, kteří mi jsou nepostradatelnou oporou. Maminko a tatínku, moc vám děkuji.

Take her to the moon for me, okay?

-Bing Bong-

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně dne 14.04.2023

.....
podpis studenta

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 SOCIÁLNÍ TÉMA	11
1.1 POJEM SOCIÁLNÍ PROBLÉM	12
1.2 KDY SE JEDNÁ O SOCIÁLNÍ PROBLÉM?	12
1.3 SPOLEČENSKÉ VĚDY	13
1.4 SOCIOLOGIE	13
1.4.1 Historie sociologie	14
2 SOCIÁLNÍ MARKETING	16
2.1.1 Počátky sociálního marketingu	16
2.2 CÍLOVÉ SKUPINY	17
2.3 CÍLE SOCIÁLNÍHO MARKETINGU	18
2.4 REKLAMNÍ APELY V SOCIÁLNÍ REKLAMĚ.....	20
2.4.1 Racionální apely	20
2.4.2 Emocionální apely.....	20
2.4.3 Morální apely	20
3 FILM	21
3.1 FILMOVÉ ŽÁNRY	21
3.2 ROLE FILMU	22
3.3 ANIMOVANÝ FILM	22
4 FILMY A SOCIÁLNÍ PROBLÉMY	24
4.1 STUDIE 1	24
4.1.1 Výsledky studie 1	25
4.2 ANIMOVANÉ FILMY OD DISNEYHO A SOCIÁLNÍ TÉMATA.....	26
4.2.1 Studie 2.....	27
5 METODIKA DIPLOMOVÉ PRÁCE	29
5.1 CÍL A ÚČEL DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	29
5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	29
5.3 METODY ŠETŘENÍ.....	29
5.4 ÚČASTNÍCI VÝZKUMŮ	30
II PRAKTICKÁ ČÁST	31
6 WALT DISNEY	32
6.1 THE WALT DISNEY COMPANY	33
7 ANALÝZA SEKUNDÁRNÍCH DAT	35
7.1 DĚJ FILMŮ	36
7.1.1 Coco	36
7.1.2 V hlavě	36
7.1.3 Zootropolis: Město zvířat.....	37
7.1.4 Hledá se Dory.....	37
7.1.5 Zvoník u Matky Boží	38

7.2	TÉMATA FILMŮ.....	38
7.2.1	Smrt – Coco.....	38
7.2.2	Mentální zdraví, deprese – V hlavě.....	39
7.2.3	Rasismus a stereotyp – Zootropolis: Město Zvířat	40
7.2.4	Hendikep – Hledá se Dory	41
7.2.5	Pokřivené náboženské představy a radikalismus – Zvoník u Matky Boží	43
7.3	SHRnutí ANALÝZY SEKUNDÁRNÍCH DAT.....	44
8	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	46
8.1	ÚČASTNÍCI DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	46
8.2	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	47
8.2.1	První část.....	47
8.2.2	Druhá část.....	52
8.2.3	Třetí část.....	57
8.2.4	Čtvrtá část.....	60
8.2.5	Pátá část.....	63
8.2.6	Filmy a sociální témata od respondentů dotazníkové šetření.....	65
8.2.7	Zajímavé myšlenky respondentů.....	67
8.3	SHRnutí DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	68
9	EXPERTNÍ ROZHOVOR.....	70
9.1	PŘEDSTAVENÍ EXPERTA.....	70
9.2	PRŮBĚH EXPERTNÍHO ROZHOVORU.....	70
9.3	EXPERTNÍ ROZHOVOR.....	71
9.4	VYHODNOCENÍ EXPERTNÍHO ROZHOVORU.....	76
10	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	78
	ZÁVĚR	79
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	80
	SEZNAM CIZÍCH SLOV	85
	SEZNAM OBRÁZKŮ	86
	SEZNAM GRAFŮ	87
	SEZNAM TABULEK.....	88
	SEZNAM PŘÍLOH.....	89

ÚVOD

Disney letos slaví 100 let od svého vzniku. 100 let, které jsou plné magických příběhů předávaných z generace na generaci. Je možné, že se za magickým příběhem skrývá i střípek reality?

Diplomová práce se bude věnovat sociálním tématům v animovaných filmech Walta Disneyho. Práce má dvě části, a to teoretickou a praktickou. Projektová část nebude realizována, jelikož se v České republice jedná o novější téma. Je potřeba nejdříve ověřit, zda lidé tuto tematiku vnímají, a proto se práce bude věnovat sběru a vyhodnocení dat.

V teoretické části budou nadefinovány pojmy týkající se tématu diplomové práce. První kapitola otevře téma sociální problém, který je spojen se společenskými vědami, a to především se sociologií, která se zabývá i sociálními změnami. V druhé kapitole bude představen pojem sociální marketing, který se díky svým cílům odlišuje od komerčního marketingu. Třetí kapitola bude věnovaná filmu, jeho žánrům a roli, kterou sebou nese. Součástí třetí kapitoly bude i animovaný film. Poslední kapitola bude obsahovat dvě studie, které se týkají sociálních témat ve filmech. Jedna ze studií bude konkrétnější, jelikož se zaměřuje na sociální témata ve filmech Walta Disneyho. Metodologická část představí cíle, účel, výzkumné otázky a metody šetření diplomové práce.

Praktická část bude věnována analýze sekundárních dat. Tato analýza je pro diplomovou práci důležitá, protože přispěje k orientaci v problematice, která je pro Českou republiku poměrně nová. Zároveň bude nápomocná při sestavování dotazníkového šetření. Jelikož se jedná o poměrně nové téma, bude osloven i expert pro expertní rozhovor. Na konci každého výzkumu bude podkapitola, která jednotlivé výzkumy shrne. Závěr praktické části bude věnován zodpovězení výzkumných otázek.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SOCIÁLNÍ TÉMA

V první kapitole diplomové práce bude blíže představeno téma sociální problém a kdy se jedná o sociální problém. Toto téma je spojené se společenskými vědami, které zkoumají, jak společnost funguje. Poslední část této kapitoly bude věnována jedné z kategorií společenských věd a to sociologii, která se mimo jiné zabývá i sociálními změnami.

Společenský problém, též se používá označení sociální problém, můžeme definovat jako určitý stav věcí. Ten ovlivňuje osobní nebo společenský život jednotlivců, a to negativním způsobem. Dále ovlivňuje i větší skupiny ve společnosti a blahobyt komunit. Můžeme říct, že o povaze, příčinách nebo řešení společenského problému / sociálního problému převládá veřejná neshoda. (Kulik, 2023). Sociální problémy, které negativně dopadají na členy společnosti vyžadují řešení (Stewart, 2021).

Můžeme říct, že sociální témata mají dopad na mnoho lidí a objevují se v podobě dlouhodobých problémů, které se obtížně řeší. Veřejná diskuse o názorech, pohledech a přesvědčení, které mohou být kolikrát silné je přirozeným vyústěním. Témata mají v globálním měřítku dopad na lidi po celém světě. Ať už se jedná o změnu klimatu, imigrace nebo práva žen. Sociální témata se stávají pro výzkumy důležitými tématy, a to z následujících důvodů: pomáhají lidem pochopit fakt, že existuje několik možností, jak přemýšlet a přistupovat ke stejnému problému a mimo jiné je také učí dovednostem kritického myšlení (Social Issues, [b.r.]).

Mezi sociální témata patří (Social Issues, [b.r.]): experimenty na zvířatech, dětská šikana, deprese, globální oteplování, imigrace atd. K již zmíněným tématům přidává Kulik (2023) následující obecně uznávané sociální problémy: zneužívání dětí, občanská práva, kriminalita, trestní soudnictví, práva zdravotně postižených, domácí násilí, hazardní hry, trestné činy z nenávisti, zdravotní péče (viz medicína), bezdomovectví, imigrace, duševní nemoci, obezita, policejní brutalita a korupce, znečištění a chudoba.

Ohledně příčin, tohoto tématu, u veliké části z nich chybí původ, na kterém by se odborníci shodli a zároveň sociální problémy jsou rozmanité. Ohledně způsobu formulace sociálního problému mohou být problémy formulovány následovně: „zdola“ nebo „shora“. Příkladem formulace „zdola nahoru“ si vysvětlíme na příkladu jako je alkoholismus a drogová závislost. Lidé po celém světě se stávají závislími na různých látkách. Jedná se sice o osobní problém lidí, jenže osobní problém ovlivňuje nejenom jejich vlastní životy, ale i životy jejich blízkých. Téma závislost se společenským problémem stává v případě, kdy se závislost

znásobí a stáhne s sebou velké skupiny ve společnosti. Následuje sociální problém „shora dolů“. Příkladem je změna klimatu, kdy příčinu tohoto jevu nalezneme v tom, že negativně ovlivňuje společenství na celém světě. V tomto případě můžeme dále hovořit o tom, že tento problém zvyšuje pravděpodobnost záplav a sucha (Kulik, 2023).

1.1 Pojem sociální problém

Slovní spojení sociální problém se objevil v 19. století, kdy ve spisech intelektů toto slovní spojení vymyslel britský filozof John Stuart Mill. Ke konci 19. století sociologové, sociální pracovníci a reformátoři měli snahu formulovat svou práci. V termínech vyprávějí o studiu a řešení společenských problémů. V hovorové řeči se od konce 20. století používá pro slovo problém synonymum issue. Toto následně vedlo k tomu, že pro pojem sociální problém, se social issue stalo běžným synonymem, a tak v sociologii a dalších příbuzných oborech jsou pojmy sociální problém a social issue synonymní (Kulik, 2023).

1.2 Kdy se jedná o sociální problém?

Ne všechny problémy jsou sociálními problémy. Aby byl problém považován za sociální problém, musí (Stewart, 2021):

1. Mít důsledky pro mnoho lidí ve společnosti.
2. Být široce uznáván jako problém, který je třeba řešit.
3. Být v rozporu s běžnými názory a hodnotami.
4. Být řešitelný prostřednictvím opatření, regulace nebo zdrojů společnosti.

Tyto body jsou viditelné v příkladu týkajícím se bezdomovectví, které je považováno za sociální problém. Na základě čtyř charakteristik, podle kterých se určuje, zda je problém společenským problémem, vidíme, že bezdomovectví definici splňuje (Stewart, 2021):

1. Mít důsledky pro mnoho lidí ve společnosti – Bezdomovectví má tedy dopad jak na osobu, která bezdomovectví zažívá, ale i na všechny ostatní, kteří žijí v oblasti s velkým počtem bezdomovců.
2. Být široce uznáván jako problém, který je třeba řešit – Můžeme tvrdit, že lidi žijící v Americe souhlasí s tvrzením, že bezdomovectví je problém, který je třeba řešit.
3. Být v rozporu s běžnými názory a hodnotami – Bezdomovectví je v rozporu s běžnými americkými hodnotami. Těmi hodnotami jsou, že každý by měl mít bezpečné místo k životu, jídlo a oblečení.

4. Být řešitelný prostřednictvím opatření, regulace nebo zdrojů společnosti – Bezdomovectví je problém, který můžeme řešit. Možností je hned několik ať už je to vládní pomoc, nebo pomoc z neziskových zdrojů a programů nebo i městských předpisů.

1.3 Společenské vědy

Společenské vědy nám pomohou, jak lépe pochopit příčiny, možné dopady a následná řešení sociálních problémů. Tedy konkrétněji společenské vědy pracují s tím, jak společnost funguje a také jak jsme všichni navzájem propojeni (Stewart, 2021).

Ohledně počtu odvětví společenských věd se zdroje odlišují. Některé zdroje tvrdí že jich je čtyři, další pět, šest nebo jiný počet ovšem většina znalců se shoduje, že následujících pět oborů do této kategorie určitě spadá: Antropologie, Ekonomie, Politologie, Sociologie a Sociální psychologie. Někteří do tohoto odvětví zahrnují i Historii, Kriminologii a Geografii (Liberto, 2022).

Odborníci na společenské vědy jinak sociologové zkoumají, jak společnost funguje. Zkoumají například vše od spouštěčů hospodářského růstu a příčin nezaměstnanosti až po to, co dělá lidi šťastnými. Z poznatků sociologů vycházejí mimo jiné i marketingové strategie, například využívání teorie lidského chování, které se využívá u efektivnějšího prodeje produktů spotřebitelům. Odborníci na společenské vědy provádějí výzkumy a využívají tato data k lepšímu pochopení společenských problémů (Liberto, 2022).

Je faktem, že společenské vědy nemohou vyřešit sociální problémy, ale mohou nám poskytnout nástroje, které jsou potřebné k vytvoření dlouhodobých řešení běžných sociálních problémů (Stewart, 2021).

1.4 Sociologie

Ačkoli sociologie má své kořeny v dílech filozofů, jako byli Platón, Aristoteles a Konfucius, je to relativně nová vědecká disciplína. Vznikla na počátku 19. století jako reakce na výzvy modernity (Crossman, 2019).

Sociologie se zabývá společenským životem, sociálními změnami, sociálními příčinami a důsledky lidského chování. Ta škála témat je opravdu široká a jedná se například o témata: rozdělení lidí podle rasy, pohlaví a společenské třídy, sdílené přesvědčení společenské kultury, organizovaný zločin, náboženské kultury aj (What is Sociology?, [b.r.]).

Je skutečností, že málokterý obor jako sociologie má tak široký záběr, poskytuje plno osobitých pohledů na svět, vytváří zcela nové myšlenky a také kritizuje ty staré. Sociologie nabízí i plno výzkumných technik, kterých je možné využít na jakýkoliv aspekt společenského života – pouliční kriminalitu a delikvenci, snižování počtu zaměstnanců v podnicích, způsob vyjadřování emocí, reformu sociálního zabezpečení nebo vzdělávání, rozdíly a rozkvět rodin nebo problémy míru a války. Sociologie se tedy zabývá těmi nejnáročnějšími otázkami naší doby a jako obor je rychle se rozvíjející. Sociologové rozumí sociální nerovnosti, vzorcům chování, silám společenských změn a odporu a fungování sociálních systémů (What is Sociology?, [b.r.]).

1.4.1 Historie sociologie

Francouzský filozof Auguste Comte v roce 1838 zavedl pojem sociologie. Comte je díky tomuto počínu znám i jako „otec sociologie“. Sám se totiž domníval, že ke studiu sociálního světa lze využít vědu, jelikož stejně jako existují fakta týkající se gravitace, tak díky vědě lze odhalit zákony, které řídí náš společenský život. Hned na to Comte přišel s pojmem pozitivismus, který zavedl do samotné sociologie. Jedná se o způsob, jak porozumět sociálnímu světu na základě vědeckých faktů. Díky tomuto poznání Comte věřil, že lidé mohou vybudovat lepší budoucnost (Crossman, 2019).

První sociologové byli často vzděláni v jiných akademických směrech, ať už to byla historie, ekonomie nebo filozofie, jejich různá vzdělání se odrážela v tématech, která zkoumali (náboženství, ekonomie, psychologie, etika, filozofie, teologie, nerovnosti aj.).

V osmnáctém a devatenáctém století se Evropa nacházela v politické revoluci, která vedla k mnoha společenským změnám a také nastolení určitého společenského řádu. Tyto témata se sociologů týkají i dnes. Devatenácté a dvacáté století bylo pro první sociology období sociálních otřesů a změn. První sociologové řešili průmyslovou revoluci, vzestup kapitalismu, socialismu i růst měst a náboženské proměny, které způsobovaly mnoho změn v životě lidí (Crossman, 2019).

V sociologii se pohybovali i další klasičtí teoretici, kterými byli Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber, W. E. B. DuBois a Harriet Martineauová. Každý z nich chtěli využít vizi sociologie k upozornění na sociální problémy a následně dosáhnout společenské změny. Například v Evropě se Karel Marx spojil s bohatým průmyslníkem z toho důvodu, aby se začal věnovat třídní nerovnostem, jelikož v době revoluce to vypadalo ve většině případů následovně: majitelé továren byli velice bohatí, zato továrníci zoufale chudí.

Témata k řešení byla nerovnost a role kapitalistických ekonomických struktur. Dalším je Max Weber, který byl v Německu aktivní v politice, Emile Durkheim ve Francii bojovala o reformu školství, Harriet Martineauová se ve Velké Británii zasazovala o práva dívek a žen, W. E. B. DuBois v U.S. řešil problémy s rasismem (Crossman, 2019).

Sociologie se od svého vzniku rozrostla v dynamickou disciplínu s rozrůstajícími se obory. Různě po světě začaly vznikat sociologické organizace. V roce 1905 vznikla se 115 členy Americká sociologická asociace, také známá pod zkratkou ASA. Další organizací je Mezinárodní sociologická asociace, také známá pod zkratkou ISA. Ta měla v roce 2004 více než tři tisíce členů z jednadvadesáti různých zemí, také sponzorovala výzkumné komise, které se zabývaly tématy jako jsou emoce, sexualita, náboženství, duševní zdraví, mír a válka aj. (Crossman, 2019).

2 SOCIÁLNÍ MARKETING

V druhé kapitole diplomové práce bude blíže představeno téma sociální marketing a jeho možnost změnit chování pro společenské dobro. Součástí této kapitoly bude představena odlišnost sociálního marketingu, jeho cíle a cílové skupiny. Závěrem této kapitoly budou reklamní apely v sociálním marketingu, ať už racionální, emocionální nebo morální.

Pojem sociální marketing je pro lidi stále neprobádané téma, je pro ně jakousi záhadou. Můžeme se setkat s tím, že se sociální marketing zaměřuje například s pojmy jako behaviorální ekonomie, sociální média nebo s komunikací v oblasti zdraví. Dokonce se také stává, že se lidé obávají používat tento termín, jelikož se bojí že si jej budou spojovat se socialismem, manipulací a prodejem (Lee a Kotler, 2020, s. 3-4).

Definice sociálního marketingu existuje hned několik. Bačuvčík a Harantová (2020, s. 10) sociální marketing vidí „především jako platformu, či spíše možná katalyzátor společenské diskuse, která by teprve měla vést k tomu, že bude zřejmější (třeba s uplatněním demokratického principu), které myšlenky jsou skutečně společensky prospěšné a které nikoliv.“

V případě, že budeme o sociálním marketingu hovořit jako o „změně chování pro společenské dobro“, nejedná se o nic nového, stalo se tak například už během snahy o osvobození otroků, prosazení volebního práva žen nebo i zrušení dětské práce. Pojem social marketing představili Philip Kotler a Gerald Zaltman jako disciplínu před více jak čtyřiceti lety. Stalo se tak konkrétně v časopise „Journal of Marketing“, kde se zaměřili na to, zda lze marketing využít k přesvědčování lidí následně osvojení chování, které by poté bylo lepší ať už pro ně samotné nebo jejich nejbližší a samozřejmě pro společnost. Popsali tak "využití marketingových principů a technik k prosazování sociálních cílů, myšlenek nebo chování" (Lee a Kotler, 2020, s. 10).

2.1.1 Počátky sociálního marketingu

Počátek sociálního marketingu můžeme datovat před více jak 50 lety, kdy psycholog G. D. Wiebe položil otázku „Může se bratrství prodávat jako mýdlo?“ ve svém článku "Merchandising Commodities and Citizenship on Television" (Prodej zboží a občanství v televizi), Wiebe navrhl nový způsob prodeje. Kdyby marketéři prodávali nehmotné objekty jako je respekt k životnímu prostředí stejně jako ty hmotné objekty, jako například ústní vodu, byly by úspěšnější (Brian, 2008). Zde se totiž role marketérů zcela odlišují,

jelikož v komerčním sektoru prodávají služby a zboží, v tom sociálním je cílem ovlivnit změnu chování (Lee a Kotler, 2020, s. 10-11). První snahy o sociální marketing bylo v minulosti například na téma HIV/AIDS a v současnosti jde o témata jako veřejné zdraví nebo ochrana životního prostředí (Lee a Kotler, 2020, s. 6).

Od počátku 70. let 20. století je sociální marketing samostatnou marketingovou disciplínou a od svého vzniku měl pozitivní vliv ať už během prevence úrazů nebo v oblasti veřejného zdraví. Základní principy, které jsou jádrem toho všeho, byly použity mimo jiné i ke snížení šikany (Lee a Kotler, 2020, s. 3).

2.2 Cílové skupiny

Bačuvčík a Harantová (2020, s. 36) popisují že mezi cílovými skupinami se mohou stát fakticky všechny skupiny následující subjekty: veřejnost, komunity, jednotlivci, veřejná správa (politická prezentace) a soukromé firmy.

Pro příklad kampaně v oblasti bezpečnosti silničního provozu mohou být zaměřeny na (Bačuvčík a Harantová, 2020, s. 36): „Řidiče (povolená rychlost, alkohol za volantem), spolujezdce (bezpečnostní pásy na zadních sedadlech), rodiče (bezpečné poutání dětí za všech okolností), mladé řidiče (bezpečná, neriskantní jízda), řidiče ve vyšším věku (návštěva lékaře kvůli potvrzení o schopnosti řídit) nebo třeba řidiče motocyklů (ohleduplnost k chodcům a cyklistům).“

Marketéři si uvědomují že trh je různorodý a bohatý, takže se stává, že určitý produkt osloví jednoho člověka, jenomže druhého člověka už ne. Aby se tomuto úskalí marketéři vyhnuli rozdělují trh do podobných skupin znám jako tržní segmentace. Během rozdělení se nakonec vybírá jeden nebo i více segmentů také označováno jako prioritní publikum. V tento moment je úsilí a zdroje věnováno pouze prioritnímu publiku. Dále je důležité nastavit pro každé prioritní publikum zvlášť 4P, které je navrženo na míru a to tak, aby řešilo bariéry, přínosy, konkurenci, motivátory a vlivné ostatní segmenty (Lee a Kotler, 2020, s. 9).

Bačuvčík a Harantová (2020, s. 37) se zaměřili i na to, že „nejvíce přístupní změně mohou být v mnohých případech mladí lidé. Může jít o období adolescence (jako spodní hranice se obvykle uvádí věk mezi 11-13 lety, horní hranice do 21 let), ve kterém si lidé utvářejí názory na svět, rozumově a psychicky dozrávají, zároveň přebírají různé (třeba i negativní) vzory a mohou zažívat období různých životních krizí (včetně užívání drog či pokusů o sebevraždu). Jde tedy o skupinu velmi ohroženou různými sociálně-patologickými jevy,

o nichž je nutno mluvit, která je ale také ve věku, kdy může snadno přijmout pozitivní vzorce jednání, které jí vydrží po celý život.“

2.3 Cíle sociálního marketingu

Hubinková a kol. (2008, S. 127) se zmiňuje o problematice následovně „cílem sociální reklamy je prostřednictvím vlivu na emoce, vnímání a svědomí posunout svět dál směrem k lepšímu, ve věcech, které současnou společnost určitým způsobem sužují, které jsou nebezpečné, či jimiž zbytečně ohrožujeme my někoho jiného.“

Lee a Kotler (2020, s. 6) zmiňují i zaměření na změnu v chování. V minulé podkapitole bylo již zmíněné, že cíle marketérů v komerčním a sociálním sektoru jsou odlišné. V tomto případě je obvyklé, že sociální marketéři chtějí ovlivnit prioritní publikum, aby udělalo jednu ze čtyř následujících věcí:

- přijmout nový způsob chování (např. recyklace)
- odmítnout potenciálně nežádoucí chování (např. konzumace závislých látek)
- změnit stávající chování (např. snížit konzumaci tuku)
- opustit od starého nežádoucího chování (např. psaní SMS za jízdy)

Bačuvčík a Harantová (2020, s. 39) na tyto čtyři kroky reagují tak, že sociální marketingové kampaně mohou mít za cíl následovně:

- *věnovat pozornost problému* – sledovat složení potravin, všimnout si, zda lidé v jejich okolí nejsou obětí domácího násilí
- *provést akci* – přispět na dobročinné účely, zapojit se jako dobrovolník
- *změnit své chování* – třídit odpad, používat bezpečnostní pásy
- *změnit názory, hodnoty a postoje, zbavit se předsudků* – změnit názor na uprchlíky, menšiny, trest smrti, eutanazii

Zatímco mohou být stanovena měřítka pro zvyšování znalostí a dovedností prostřednictvím vzdělávání dále může být zapotřebí úsilí ke změně stávajících přesvědčení, postojů nebo pocitů. Jenomže pro pracovníky sociálního marketingu je důležité, zda je toto chování skutečně přijato cílovou skupinou. Jako příklad můžeme použít jedno konkrétní chování, které chce Koalice proti zneužívání drog ovlivnit a tím je užívání alkoholu během těhotenství. Asociace si uvědomila, že je potřeba informovat ženy o tom, co vše alkohol během těhotenství způsobuje například vrozené vady, a následně také přesvědčit o tom,

že tato vážná situace, se může stát i jejich dítěti. Měřítkem úspěchu se stává to, že matka přestane pít alkohol (Lee a Kotler, 2020, s. 7).

Sociální marketing si z marketingu bere ten nezákladnější princip a tím je orientace na zákazníka. Je totiž důležité, aby marketéři pochopili překážky vnímané prioritním publikem. Z důvodu přijetí požadovaného chování a výhod, které chtějí a věří jim. Celý tento proces začíná spojením sociálního problému, který je třeba řešit, s environmentálním šetřením, aby se určil účel a zaměření konkrétního programu. Situační analýza také známá pod zkratkou SWOT, pomáhá s identifikací čtyř důležitých prvků, jimiž jsou: slabé stránky, silné stránky, příležitosti a hrozby. U slabých stránek je potřeba pomoci s minimalizací, u silných stránek zase s maximalizací, příležitostí je zase potřeba využít a na hrozby je potřeba se připravit. Marketéři pak vyberou klíčová publika, která mohou nejlépe ovlivnit a uspokojit. Stanoví jasné behaviorální cíle a cílové hodnoty, aby umožnili vývoj. Provede se formativní výzkum k identifikaci bariér, výhod, motivací, konkurence a dalších ovlivňovatelů. To inspiruje k tomu, aby tato celá záležitost byla provedena efektivněji než konkurence. Následně se budou zabývat potřebou každého z hlavních intervenčních nástrojů v sadě marketingových nástrojů, tzv. 4P, k ovlivnění prioritní skupiny zákazníků: produkt, cenu, místo a propagaci, známé také jako marketingový mix. Následuje stanovení metodiky hodnocení pro přípravu rozpočtu a plánu realizace. Po implementaci plánu je nejlepší jej nejprve použít jako pilotní, sledovat a vyhodnocovat výsledky a následně podle potřeby měnit strategii (Lee a Kotler, 2020, s. 7-8).

Lee a Kotler (2020, s. 7) popisují, že patrně tím nejnáročnějším aspektem sociálního marketingu (a zároveň jeho největším přínosem) je to, že se do značné míry spoléhá na "odměňování dobrého chování" namísto "trestání špatného chování" prostřednictvím právních, ekonomických nebo donucovacích forem vlivu. Obecně totiž sociální marketéři nemají přímou odezvu, jestli bylo navrhované chování přijato nebo nebylo. Tuto informaci může ukázat na tom, jak ovlivnit zahrádkáře, aby nepoužívali chemické látky a pampelišky trhali. Ono je totiž těžké ukázat to, že pokud nebudou používat chemikálie, přispějí tak k dobré věci jako jsou třeba zdravější ryby. Další příklad, jak přesvědčit mladé lidi, aby používali opalovací krémy, aby se vyhnuli možné rakovině kůže. Pro možnou změnu je tedy důležitý systematický, důsledný a strategický proces plánování. Ten je inspirován přáními, potřebami a preferencemi prioritních skupin a zaměřuje se na skutečné, dosažitelné a krátkodobé přínosy.

2.4 Reklamní apely v sociální reklamě

Apely se povětšinou dělí na racionální a emocionální a nelze říct, který z nich je účinnější. Existují však názory, že lidi více motivují právě pocity než fakta (Bačuvčík a Harantová, 2020, s. 107).

2.4.1 Racionální apely

Tento druh apelu má na starost předat, podzdvihnout informaci, které je pro produkt typickou. Využívá se právě k informovanosti o produktu. Může se jednat o vědecký typ informací anebo i reference od odborníka či známé osobnosti. V reklamě jde mimo jiné i o to ukázat recipientovi jakýkoliv důkaz, který ho následně přesvědčí. Většinou se jedná o doplňující apel k tomu emocionálnímu. Příklady racionálních apelů: cena, kvalita, bezpečnost, firemní výzkum, využitá hodnota apod (Bačuvčík a Harantová, 2020, s. 109-110).

2.4.2 Emocionální apely

Souhrnný psychický úkaz to jsou emoce, které jsou projeveny spontánní reakcí na vnější a vnitřní podněty (Bačuvčík a Harantová, 2020, s. 111). Dle Jonese (1999) je sedm základních emocionálních kategorií, které se využívají v reklamách: postavy, vztahy mezi postavami, příběhy, hlasatelé, hudba, kinematografické prvky a v poslední řadě reference produktu. Emocionální apely jsou nejúčinnější a nejproduktivnější, pokud jsou používány ve spojení s logickými apely a etickými apely, aby vytvořily vyvážený a důkladný argument, kterému může publikum plně důvěřovat (Carleton, 2022).

2.4.3 Morální apely

Morální apely považují Bačuvčík a Harantová (2020, s. 114) „za speciální variantu, kombinující vlastnosti apelů racionálních i emocionálních. Morální apely se snaží poukazovat na občanskou či jinou povinnost recipientů sdělení. Snaží se říkat, že něco „je správné“, „dělají to všichni ostatní správní občané“, „děláte to, ale pokud byste přestali, vznikne problém“. Takový typ sdělení se objevuje například u fundraisingových kampaní, kampaní týkajících se velmi zranitelných osob (nebo i zvířat), jako jsou děti, mohou se ale objevit třeba i v oblasti kultury („pokud nebudete chodit na kulturní akce, společenský život našeho města zanikne“) a v dalších oblastech, u nichž by se na první pohled mohlo zdát, že jejich morální rozměr nemusí být zdůrazňován.“

3 FILM

Ve třetí kapitole diplomové práce bude blíže představeno téma filmu, jeho filmové žánry a roli jakou sebou film nese. V poslední řadě bude blíže představen i animovaný film.

Film se skládá z několika vzájemně propojených prvků, od děje, dialogů a hereckých výkonů až po kameru, hudbu a režii. Všechny zmíněné prvky směřují ke společnému cíli, kterým je hluboká a rezonující emoce, která pomáhá filmu vypovědět něco o světě a lidské povaze – právě toto je téma filmu. To totiž evokuje univerzální lidskou zkušenost a může být vyjádřeno jedním slovem nebo krátkou frází například láska. Téma samo o sobě nemusí být přímo uvedené, ale je ilustrováno zápletkou, kamerou, dialogy a hudbou (MasterClass, 2021b). V minulosti i v současnosti se v Hollywoodu řeší i finanční stránka filmu. Aby byl film výdělečný a úspěšný musí oslovit masové publiku – být relevantní pro diváky ve světě. K oslovení masového publika je zapotřebí, aby film obsahoval následující aspekty: myšlenku, témata, postavy a příběhy (Davis, s. 17).

3.1 Filmové žánry

Jednotná definice nebo jednotné rozdělení, které by určily, jaké jsou filmové žánry, popřípadě i pod žánry neexistuje. Díky odborné literatuře a filmovým databázím jde dohledat odlišné rozdělení filmových žánrů. Ovšem také díky filmovým databázím jako je třeba www.csfd.cz nebo zahraniční imdb.com se dají dohledat dané filmy společně s obsazením a také zařazení do určitých filmových žánrů.

Žánr, jakožto termín, pochází ze starořecké literatury a pro umělce, ať už pro spisovatele nebo filmaře je to nejjednodušší a nejpraktičtější způsob, jak kategorizovat různé styly příběhů a obsahů. Například rozdělení dle žánrů můžeme vidět na Netflixu, díky tomu máme přibližnou představu o čem filmy jsou (Aldredge, 2022).

Hollywoodské filmové žánry v počátcích zvukového filmu klasického Hollywoodu, definovali ve své knize i Klusáková a Křipač (2013, s. 18-34): Komédie, Muzikál, Gangsterský film, Western, Drama, Melodrama, Horor, Thriller, Film noir. Již zmíněná streamovací platforma MasterClass (2022a) rozděluje hlavní filmové žánry následovně: Akční, Dobrodružný, Komédie, Drama, Fantasy, Horor, Muzikál, Mysteriózní, Romantický, Sci-fi, Sportovní, Thriller a Western. Newyorská filmová akademie (New York Film Academy, 2015) rozděluje devět filmových žánrů: Akční, Krimi, Fantasy, Western, Historický, Romantický, Animovaný, Horor a Sci-fi.

Streamovací platforma MasterClass (2022a) se v podkapitole Umění a zábava zmiňuje o filmových žánrech jako o kategoriích, které definují filmy na základě příběhových nebo stylistických prvků. Žánr popisuje jako jakousi pomůcku, která dokáže pomoci určit postavy, prostředí, strukturu zápletky a tón.

3.2 Role filmu

Téma role filmu ve společnosti hraje významnou roli v aktivaci komunity v klíčových společenských otázkách a také mění vnímání jednotlivců. Následně pokud hovoříme o tom, že film něco znamená dáváme tím najevo, že film má nějaký smysl – film má tedy co říct k nějakému problému. Filmy mohou upozorňovat na sociální témata jako jsou zdraví žen, násilí na ženách, diskriminace aj. a právě dobré filmy se mohou stát katalyzátorem o povědomí sociálních tématech (Kaul, 2014).

Právě využití filmů je skvělý způsob, jak přimět lidi k diskusi. Sociální otázky nebo také nazývané jako sociální problémy jsou součástí každé společnosti, ať už se jedná o malou izolovanou či velkou. Je to dané i tím, že každý člen společnosti, který žije v poměrně dostatečné blízkosti s ostatními bude mít konflikty a je v podstatě nemožné se jim vyhnout. I členové domácnosti, kteří žijí v jednom domě spolu vždy nevycházejí. Obecně tedy platí, že když se mluví o sociálních problémech, jedná se o problémy, které se týkají lidí žijící společně ve společnosti. Ani žádná země nedokázala vytvořit dokonalou společnost, kde by byli všichni obyvatelé šťastní a kde by neexistoval ani jeden problém. Možná tomu brání individuální povaha lidí a jak mnozí uvádějí, dokonalost nemusí být dosažitelným cílem (Kaul, 2014).

3.3 Animovaný film

K historii animace ve filmové tvorbě Jiří Plass (2010, s. 8) zmiňuje, že „vedle oboru hraného filmu a dokumentu (Lumierův *Odchod z továrny* 28.12.1895, bulvár des Capucines) je animovaný film o mnoho let starší disciplínou. Navazuje na cameru obskuru a leternu magiku renesančního věku. A lze jít ještě dále do historie až k sekvenci animovaných postav Starého Egypta, zápasu černé a bílé figurky, přes rozpořbované figury řeckých váz. Až produkce velkých amerických studií, industriální postupy výroby, klasická témata a komerční úspěchy povýšily tento žánr na uznávaný standard filmové tvorby. Objem výroby sice nemohl konkurovat hranému filmu, ale zájem diváka o animaci byl srovnatelný.“

Od poloviny 50. let 19. století byly vytvářeny různé optické přístroje jako například zoetrop. Inovativní přístroje od Walta Disneyho brzy posunuly animační průmysl do čela. Díky tomu vytvořil řadu klasických animovaných filmů například Sněhurku a sedm trpaslíků. Animace je tedy umění vyvolat dojem, že se neživé předměty hýbou. Je to proces vytváření iluze pohybu kreseb, modelů nebo neživých objektů. (Kehr, 2023).

Animovaný film je v současnosti vnímán jako soubor ilustrací, které jsou snímány snímek po snímku a následně jsou přehrány v rychlém sledu. Díky funkci oživení zvířat a předmětů se tento žánr zaměřil na pohádky a příběhy pro děti. Ovšem z dlouhodobého hlediska je animace žánrem, který se líbí všem věkovým kategoriím. Existují animované filmy určené pro děti a existují i animované filmy určené jen dospělým. Animace je schopna obsáhnout mnoho různých žánrů Buffam (2011). Následující subžánry jsou rozděleny dle Buffama (2011):

- **Anime** pochází z Japonska. Nejdříve si svou popularitu získalo ve východní a jihovýchodní Asii a následně po celém světě. Filmy často vycházejí z videoher nebo úspěšných televizních seriálů a často v nich jde vysledovat vliv japonského umění v podobě malířství a kaligrafie. Příkladem anime je *Ponyo z útesu nad mořem*.
- **Animované filmy pro dospělé** využívají animaci pro starší publikum a je označováno pro dospělé, jelikož zobrazuje témata jako jsou například drogy, násilí a sex. Děj bývá propracovanější a je považován za riskantní. V známějších snímcích se často objevuje to, že je film částečně hraný a částečně animovaný. Příkladem animovaného filmu pro dospělé je *Falešná hra s králikem Rogerem*.
- **Animované filmy pro děti** je určen pro mladé publikum a specifickým věkovým skupinám. Hlavní hrdina často bojuje proti zlu, film je zábavný, lehký a často jsou zakomponovaná hudební čísla. Příkladem animovaného filmu pro děti je *Aladin*.
- **Animované muzikály** jsou obvykle určeny pro děti a rodiny. Do příběhu jsou zakomponována rozsáhlá hudební čísla, obvykle film ukazuje boj dobra proti zlu a hlavní hrdiny s morálními zásadami. Tomuto subžánru dominuje společnost Disney, kdy od 50. a 90. let 20. století byl velký rozmach animovaných Disney muzikálů. Příkladem animovaného muzikálu je *Kráska a zvíře*.
- **Animované rodinné filmy** mají velikou cílovou skupinu. Jsou zde zahrnuty i hudební čísla pro zaujetí mladšího publika a zároveň vyvinuly dvojí formu humoru, který oslovuje jak děti, tak i dospělé. Příkladem animovaného rodinného filmu je *Já, padouch*.

4 FILMY A SOCIÁLNÍ PROBLÉMY

Ve čtvrté a poslední kapitole teoretické části diplomové práce budou představeny dvě studie. Tyto studie se týkají sociálních problémů ve filmu. První studie je zaměřená na sociální problémy ve filmech. Druhá studie je konkrétnější, jedná se o studii zaměřenou na sociální témata ve filmech od Disneyho.

Na film se dá nahlížet jako na jakýsi základní médium, které má tu schopnost podnítit u lidí zamyšlení nad společenskými tématy, které od počátku dvacátého století filmový průmysl zprostředkovává právě pomocí filmů. Filmy se tak stávají důležitým prvkem, který ovlivňuje naše vnímání, ale také vychovává k řešení společenských problémů (Kaul, 2014).

Kerrigan (2017, s. 147-148) ve své knize popisuje, že film se v USA používal jako vzdělávací médium od samého počátku, kdy se využíval jako nástroj k výuce Američanů, co to znamená být Američanem. Film se ovšem v dnešní době vnímá jako forma zábavy, kdy sociální prvek kolikrát i chybí, příkladem opaku tohoto tvrzení je film *Forest Gump* (1994), kdy pod zábavním prvkem bylo společensko-politické poselství.

Luiza Paiva (2022), filmová producentka, zkoumá, jak mohou filmy skutečně ovlivnit svět, protože film můžeme považovat za nástroj společenské změny. Díky zprostředkování emocí, zvyšování povědomí o daných problémech či kauzách. V poslední řadě „pomáhá měnit srdce a myšlení lidí, pokud jde o naléhavá témata.“

4.1 Studie 1

Společnost Pollara Strategic Insights na konci roku 2018 vypracovala výzkum který se zabýval tím, že Američany zajímají filmy a televizní pořady zaměřené na sociální témata a kauzy. Pár základních informací ohledně tohoto výzkumu má na svých oficiálních stránkách společnost Pollara Strategic Insights avšak samy se odkazují na více informací, které byly zveřejněny v časopise *Hollywood Reporter*, který vypracoval G. Kilday (2018). Z tohoto článku budou čerpány informace pro následující dvě podkapitoly.

Komunikační agentura Robertson Taylor Partners, se sídlem v Los Angeles, se spojila s newyorskou poradenskou společností Tiller, která firmám radí v oblasti sociálních kampaní, v novém společném podniku Tirota. Tento podnik bude pomáhat filmařům a zábavním společnostem při vytváření kampaní zaměřených na problematiku s trvalým sociálním dopadem.

4.1.1 Výsledky studie 1

Aby zainteresované strany podpořily své tvrzení, že diváci jsou vnímaví k zábavě, která se zabývá sociálními otázkami, a vlastně po ní touží, nechala společnost Tirota provést celostátní průzkum od společnosti Pollara Strategic Insights. Celý průzkum byl zpracováván ve dnech 28. listopadu až 3. prosince 2018.

Výzkum proběhl formou online průzkumu na náhodně vybraném vzorku $N = 1.000$ dospělých Američanů. Na otázku, zda respondenty přitahují filmy a dokumenty, které se zabývají sociálními otázkami nebo kauzami odpovědělo 80 % respondentů, že je dané téma přitahuje, dalších 29 % silně přitahuje. Následujících 80 % z nich věří, že zábavní průmysl by měl více produkovat tvorbu, která v sobě nese důležité sociální otázky. Ohledně sociálních témat ve filmech 78 % respondentů uvedlo, že by tvůrci měli více informovat ohledně témat, které obsah zkoumá. Účastníci průzkumu byli požádáni, aby uvedli svůj nejoblíbenější film o společenském problému nebo kauze. Zde je deset filmů, které byly nejčastěji zmíněné: *To Kill a Mockingbird* (Jako zabít ptáčka), *Erin Brockovich*, *Philadelphia*, *Malcolm X*, *Selma*, *Norma Rae*, *Roots* (Kořeny), *Fahrenheit 9/11*, *Milk* a nakonec *Schindler's List* (Schindlerův seznam).

S tvrzení že v současném politickém klimatu je existence filmů a televizních pořadů o sociálních otázkách o to důležitější, rozhodně souhlasila třetina dotazovaných, 44 % spíše souhlasilo. Ohledně toho, zda filmy mohou hrát důležitou roli při informování lidí o sociálních otázkách se více jak 90 % dotázaných shodlo, 43 % rozhodně souhlasilo a 49 % spíše souhlasí.

Poslední téma této části jsou společenská témata, která by si dotazovaní přáli, aby se ve filmech objevovala častěji. Nejčastější odpovědí byl rasismus, diskriminace a tělesné nebo duševní nemoci (každé z nich uvedlo 17 % respondentů). Dalších 14 % respondentů uvedlo téma životního prostředí, změna klimatu a znečištění. Třináct procent respondentů uvedlo, že by si přáli vidět téma násilí páchané střelnými zbraněmi. Posledními tématy jsou problémy veteránů, kriminalita, vymahatelnost práva, systém trestního soudnictví a chudoba (každé z nich uvedlo 12 %).

4.2 Animované filmy od Disneyho a sociální témata

Další podkapitola se bude věnovat společnosti Disney. Úspěch společnosti v Hollywoodu je nezpochybnitelný. Vznik Disney Studios se datuje k říjnu 1923 a začátky byly hodně skromné. Začínali jako malé nezávislé studio, které mělo čtyři zaměstnance – Walta Disneyho a jeho bratra Roye, který zastával funkci obchodního ředitele a s nimi pracovali dva animátoři Ub Iwerks a Ham Hamilton. Roky plynuly a z malého nezávislého studia se stalo jedno z nejbohatších a nejmocnějších multimediálních konglomerátů a korporací na celém světě. Úspěch je z velké části zapříčiněn schopností studia a jejich tvůrců vytvářet zábavu, která oslovuje diváky a způsoby, kterými příběhy vyprávějí u diváků rezonují. Ukazuje se, že právě Disneyho filmy hrají důležitou kulturní roli, mnohé filmy jsou označovány za klasiku, na kterou se odkazují další filmy i animovaná díla a jsou stále měřitelně oblíbené u svých diváků. Dokonce jsou považované za hodné vědecké pozornosti (Davis, s. 15-16).

Tvrzení, že cílovou skupinou pro animované filmy jsou jen děti, je mylné chápání lidí. Animované filmy se pod celou vrstvou veselosti a humoru odebrávají k surové realitě, která kolikrát nemusí být hned viditelná. Zajímavým faktem zůstává, že sledování animovaných filmů vnáší do každé z nás vnitřní dítě, které pomáhá se spojit se svým mladším já i mladší generací (Yaji, 2022).

Společnost Disney pod svou známou magickou a pro děti přátelskou image kolikrát skrývá i společensky uvědomělé myšlenky, které prostřednictvím filmů a televizních pořadů předává, a to nejen pro děti, ale i pro dospělé. Ve svých divácích, v dobrém slova smyslu, mnohé filmy zanechali tvrdé lekce anebo je i rozplakaly. Ukázali, že i pro každý problém skutečně existuje nějaké řešení. To se mohlo projevit statečností, povzbuzením, přátelstvím a také láskou, stačí totiž divákům ukázat, že pokud na světě existuje zlo, existuje i dobro (Idrisoglu, 2022).

Disney ve svých filmech poukazuje i na reálné skutečné problémy, které jsou součástí dnešního světa a po dlouhou dobu byla tabuizovaná, ať už jde to téma mentální zdraví nebo mezigenerační traumata (Idrisoglu, 2022). Dle Yaji (2022) se zdá, že nejlepší filmy od Pixaru, Disneyho a dalších, většinou řeší problémy, které by se před lety prostřednictvím dětských filmů nezobrazovaly jako mainstream.

Některé výzkumy uvádějí že filmy, které poukazují na problémy ze skutečného života a jak je řešit mohou pomoci behaviorálnímu a kognitivnímu vývoji dítěte. I dospělým mohou

pomoci usnadnit řešení těchto problémů, vyvolat v nich pocit porozumění a pomoci jim dospět (Idrisoglu, 2022).

4.2.1 Studie 2

Podle studie University of Houston Graduate College of Social Work, které byla publikována v časopise *Child and Adolescent Social Work Journal* se prokázalo, že komunikace o důležitých tématech může posílit kognitivní a behaviorální vývoj dítěte. Můžou to být například filmy od Disneyho, které kombinují zábavu a životní lekce, ať už to jsou témata o lásce, přátelství, dobru proti zlu, smrti a ztrátě, animované filmy mohou pomoci nejenom rodičům, ale i poradcům s komunikací s dětmi o těchto problémech (Tubbs, 2021).

Analyzovány byly celovečerní animované filmy od Disneyho, jejich počet byl 155 a šlo o filmy vydané v letech 1937 až do 2020. Nárůst filmů za poslední roky stoupl. V letech 1937-2002 (šedesát pět let) bylo vydáno sedmdesát osm filmů a za posledních osmnáct let (2003-2020) bylo uvedeno sedmdesát sedm filmů (Cheung, Leung a Huang, 2021).

Ukázalo se, že většina filmů neukazuje celou rodinnou jednotku a u 63 % filmů nebyli zmíněni biologičtí rodiče hlavních hrdinek. Podle studie se za posledních deset let ve filmech od Disneyho rodiče stali výrazně viditelnějšími. Ohledně vyobrazování rodin výzkumníci poukazují na to, že dnes jsou rodiny ilustrovány jako rozmanitější. To může potenciálně vést k lepšímu porozumění a respektování kulturních rozdílů (Tubbs, 2021).

Po shlédnutí filmů mohli rodiče slyšet od svých dětí otázky týkající se děje filmu, a to ohledně témat, které mohou děti ve filmu najít jako znepokojivé v jejich očích. Disney filmy totiž mohou naučit děti o nespravedlivých situacích ve společnosti, o akceptaci rasových, etnických, náboženských, kulturních a jiných rozdílů (Tubbs, 2021).

Autoři studie poskytly tabulku se seznamem zkoumaných Disney filmů společně s jejich hlavními tématy. Tabulka může pomoci rodičům při rozhodování, který film je momentálně nejrelevantnější na základě vývojového věku jejich dítěte nebo jakému sociálnímu problému jejich děti zrovna čelí (Tubbs, 2021).

Disney například ve skutečnosti hlouběji nemluví o úmrtí člena rodiny ať už rodiče nebo sourozence. Ponechává to prostor rodičům, aby o tom se svým dítětem diskutovali sami. Například scéna mezi Mufasou a Scarem z animovaného filmu *Lví král* může sloužit jako příklad k diskusi o významu konfliktu, smrti a smutku. Z obecného hlediska jednotlivé

postavy z animovaných filmů můžou sloužit, jako začátek konverzace do terapeutického sezení s dětmi, aby těmto pojmům porozuměly. Je to i způsob, jak si sociální pracovníci mohou vybudovat vztah s dětmi (Tubbs, 2021).

Dvacet sedm procent filmů se zaměřilo na morálku a společenské hodnoty a zbylých 73 % sdílely poselství o lásce k sobě a druhým. A právě koncept lásky se v Disney filmech vyvíjel. První filmy od Disneyho se zaměřovaly na lásku v romantických vztazích, dnes už je láska zobrazovaná mezi rodinami a sourozenci například jako ve filmu Ledové království. V tomto případě se jedná o významnou změnu, jelikož je zobrazované, že láska může být velmi různorodá, ať už mezi rodinou, rodiči, sourozenci, přáteli a dalšími lidmi v životě. Disney filmy tak mohou být využité jako materiál k otevření konverzací rodičů s dětmi a k rozšíření jejich životních obzorů (Tubbs, 2021).

5 METODIKA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jelikož se v České republice jedná o nové téma, je třeba si nejdříve ověřit, zda lidé tuto tematiku vnímají. Jako první výzkumná metoda byla zvolena analýza sekundárních dat, která slouží jako základní vhled do dané problematiky. Následně budou tyto poznatky využity při sestavování dotazníku, pomocí kterého budou zjištěna kvantitativní data. Tato data budou nakonec konzultována s expertem, který poskytne odborný pohled na zkoumanou problematiku a výsledky dotazníkového šetření.

5.1 Cíl a účel diplomové práce

Cílem práce je zjistit vnímání sociálních témat ve vybraných animovaných snímcích Walta Disneyho. Účelem této práce je shromáždit více dat k tomuto novému tématu. Do budoucna by výsledky mohly sloužit jako východisko k dalšímu výzkumu či jako podklady pro tvorbu sociálně orientovaných marketingových kampaní.

5.2 Výzkumné otázky

VO₁: Jak respondenti nahlízejí na sociální problémy prezentované v animované tvorbě Walta Disneyho?

VO₂: Jak se k otázce umístování sociálních témat do animované tvorby Walta Disneyho staví expert?

5.3 Metody šetření

Jak už bylo zmíněné, v České republice se jedná o nové téma, a proto pro získání základních, reprezentativních a expertních dat je metodika této práce nastavena následovně. Prvně bude proveden výzkum od stolu, který má za cíl pomoci při orientaci v problematice a při správném sestavení dotazníku nebo scénáře pro sběr primárních dat (Tahal, 2017, s. 28). V zahraničí se s tímto tématem již pracuje, proto na základě rešerše cizojazyčných zdrojů bude pracováno se zahraničními internetovými zdroji. Klíčová slova pro vyhledávání: Walt Disney, animated movies, serious issues, serious real-life issues, social issues. Kritéria pro jejich výběr: internetové články budou vydané mezi lety 2018 a 2023, budou obsahovat animované filmy z produkce The Walt Disney Studios, budou popisovat jednotlivá sociální témata v animovaných filmech a také je více rozebírat. Poté, co jednotlivé články budou odpovídat nastaveným kritériím budou v nich hledány nejčastěji zmiňovaná témata a filmy, která budou následně analyzována a poslouží jako základ pro tvorbu dotazníku.

Druhý úsek praktické části bude věnován kvantitativní metodě sběru dat formou on-line dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření určí, zda respondenti tuto tematiku vůbec vnímají. Kvantitativní výzkum totiž slouží k získání odpovědi na otázku „kolik?“. Díky tomuto šetření budou získány informace o zastoupení sledovaného jevu či názoru u respondentů (Tahal, 2017, s. 46). Zvolenou technikou pro získání dat byla vybrána jedna ze tří základních technik a tou je metoda po internetu, známá i jako CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) (Tahal, 2017, s. 59). Aby data získaná dotazníkem byla zobecnitelná byl nastaven cíl získat alespoň 250 až 300 responzí.

Třetí a poslední část bude věnována expertnímu rozhovoru, který je považován za obdobu individuálního rozhovoru. Rozdílem mezi individuálním a expertním rozhovorem je, že expertní rozhovor je prováděn s odborníkem či profesionálem v daném oboru, a nikoliv se spotřebitelem (Tahal, 2022, s. 45). Bude vytvořen polostrukturovaný scénář, kdy budou stanoveny otázky, které musí zaznít. Tento způsob scénáře dává moderátorovi možnost vést rozhovor jako reakci na názory a odpovědi, které zazní a které považuje za důležité pro lepší odkrytí zkoumaného tématu (Tahal, 2022, s. 44; Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 191). Pro stanovení počtu expertních rozhovorů zdroje neuvádějí přesné číslo pro minimální počet recipientů. Je totiž nejdůležitější získat hloubkové informace o konkrétním zkoumaném jevu (Bayer, 2020).

5.4 Účastníci výzkumů

Pro dotazníkové šetření budou osloveni lidé se zájmem o animované filmy Walta Disneyho. Respondenti budou buď pravidelnými konzumenty animovaných filmů Walta Disneyho, součástí fanouškovských skupin Walta Disneyho, chodí pravidelně do kin na premiéry animovaných filmů Walta Disneyho nebo se aktivně o animovanou tvorbu Walta Disneyho zajímají. Respondenti, kteří jsou součástí fanouškovských skupin Walta Disneyho a zajímají se o animovanou tvorbu Walta Disneyho budou osloveni prostřednictvím facebookových skupin milovníků tvorby Walta Disneyho. Pravidelní konzumenti animovaných filmů Walta Disneyho a ti co pravidelně chodí do kin na premiéry animovaných filmů Walta Disneyho budou kontaktováni osobním zasláním dotazníků a metodou snow ball. Pro expertní rozhovor bude osloven Mgr. Lukáš Gregor, Ph.D., vedoucí ateliéru Animované tvorby, proděkan pro tvůrčí činnosti na FMK UTB ve Zlíně, člen Rady Státního fondu kinematografie a člen prezidia Rady animovaného filmu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 WALT DISNEY

V této kapitole bude ve zkratce přiblížen začátek Walt Disney Studio, milníky této společnosti a samotného Walta Disneyho. Tato část bude čerpána ze zdroje Disney History, ©2023. Oficiální stránka The Walt Disney Company.

Počátek Disneyho společnosti se datuje k 16. říjnu 1923. Tento den Walt Disney uzavřel v New Yorku smlouvu s distributorem M. J. Winklerem o distribuci Alenčiných komedií. Původně společnost nesla název Disney Brothers Cartoon Studio. Walt Disney a jeho bratr Roy byli rovnocennými partnery a po návrhu od Roye se společnost přejmenovala na Walt Disney Studio.

Pro mladého producenta Walta Disneyho z počátku přišla bolestná lekce. Po čtyřech letech natáčení komedií o Alence se v roce 1927 rozhodl přejít na novou sérii. Vytvořil postavu jménem Oswald. Během jediného roku Walt natočil 26 kreslených filmů s postavou Oswald a chtěl natáčet dál. Snažil se od distributora získat peníze, jenže zjistil, že ho distributor zradil. Podepsal totiž smlouvu skoro se všemi svými animátory a doufal, že postavu Oswalda a jeho kreslené filmy natočí ve vlastním studiu za méně peněz, a to bez Walta Disneyho. Dalším bolestným zjištěním pro Walta bylo, že ve smlouvě, kterou podepsal s distributorem je napsané, že práva na Oswalda nevlastní on, ale právě distributor. Od tohoto okamžiku Walt dbal na to, aby mu patřilo vše, co natočí.

Po ztrátě Oswalda vymyslel Walt novou postavičku, a to Mickeyho Mouse. Walt natočil dva němé filmy s touto postavičkou. Právě kvůli tomu, že filmy byly němé Walt je nemohl prodat, a tak vytvořil třetí kreslený film, tentokrát s plně synchronizovaným zvukem. Tento film s názvem Parník Willie měl v New Yorku premiéru 18. listopadu 1928. A takhle se zrodila kreslená hvězda, nová postavička, která byla hned oblíbená a populární. Následovala dlouhá série kreslených filmů o Mickey Mousovi. Rok 1930 byl pro „myšáka“ významným rokem, protože vyšla první kniha o Mickey Mousovi a první novinový komiks.

K sérii o Mickey Mousovi vytvořil Walt Disney další, a to Silly Symphonies. Každý film měl jiné postavy a animátoři tak mohli experimentovat s příběhy. V roce 1932 Walt Disney získal prvního Oscara za krátký kreslený film, Flowers and Trees. Během toho, co kreslené filmy získávaly na popularitě, zaměstnanci společnosti Disney přišli s dalším zdrojem příjmů, a to prodejem postaviček. Začátek Disneyho merchandisingu byl, kdy jeden muž nabídl 300 dolarů za licenci pro umístění Mickeyho na tužkovou tabuli, kterou vyráběl.

Disney souhlasil, a to byl první merch. Následovaly panenky, nádobí, zubní kartáčky, rádia, téměř vše, na co si dokážete vzpomenou.

21. prosince 1937 měl přelomový celovečerní animovaný film premiéru. Tento film vznikl tři roky, byl velkolepým hitem a stal se nejvýdělečnějším filmem všech dob a rekord držel do doby, než ho překonal film Jih proti Severu (1939). Jedná se o Sněhurku a sedm trpaslíků. Díky tomu mělo studio pevnější základy a Walt si byl vědom, že budoucí zisky budou pocházet z celovečerních filmů. Vznikly další dva celovečerní filmy Pinocchio a Fantazie. Bohužel přišla druhá světová válka. Studio se tak muselo uskromnit a trvalo mnoho let, než se podařilo uvést do výroby animované filmy nejvyššího kalibru.

Rok 1950 byl pro společnost úspěšný. Vydali první kompletně hraný film s názvem Ostrov pokladů, vrátili se také ke klasickému animovanému filmu s názvem Popelka a vytvořili první televizní pořad. O čtyři roky později začali vysílat antologický seriál Disneyland. Tento seriál byl vysílán na třech televizních stanicích, prošel dohromady šesti změnami názvu. Byl vysílán 29 let, což z něho činí nejdéle vysílaný televizní seriál v hlavním vysílacím čase vůbec. Jeden z nejoblíbenějších dětských televizních seriálů Mickeyho klubík v roce 1955 debutoval a udělal ze skupiny talentovaných Myšáků hvězdy.

Walt Disney měl pocit, že by měl existovat park, kam by mohli chodit rodiče s dětmi a společně se bavit, a tak v roce 1955 byl otevřen první Disneyland. Šedesátá léta přinesla mnohé i Mary Poppins, která byla pravděpodobně vrchol všeho, co se během své dlouholeté filmové kariéry Walt Disney naučil. Bohužel tato léta přinesla i konec jedné éry. V roce 1966 Walt Disney zemřel. Pět let na to i jeho bratr Roy Disney.

Roky na to vznikaly další zábavní parky. Například v roce 1983 byl otevřen Tokijský Disneyland jakožto první mezinárodní park společnosti Disney. V tomtéž roce začal vysílat kanál Disney Channel. Tři roky na to se název společnosti mění na Walt Disney Company. Společnost začala kupovat i jiná studia. V roce 2006 koupili Pixar Animation Studios, v roce 2009 dokončili akvizici Marvel Entertainment, v roce 2012 dokončili akvizici Lucasfilm, v roce 2019 dokončila akvizici společnosti 21st Century Fox.

6.1 The Walt Disney Company

Společnost pod názvem The Walt Disney Company funguje od roku 1968 a jedná se o konglomerát. Posláním firmy, dle stránek společnosti v sekci About The Walt Disney Company (© Disney) je bavit, informovat a inspirovat lidi po celém světě.

A to prostřednictvím vyprávění jedinečných příběhů, které jsou odrazem kultovní značky, kreativních mozků a inovativních technologií. Díky tomu je společnost přední světovou zábavní společností.

Díky dceřiným a sesterským společnostem je tak předním mezinárodní diverzifikovaným podnikem, a to v oblasti rodinné zábavy a médií. Zahrnuje tři hlavní obchodní segmenty a těmi jsou Disney Entertainment, ESPN a Disney Parks, Experiences and Products (About The Walt Disney Company, © Disney).

Disney Entertainment

The Walt Disney Studios je základem, na kterém byla společnost postavena. Spotřebitelům přináší kvalitní filmy, epizodické příběhy a divadelní hry, a to po celém světě. Zahrnuje uznávaná filmová studia, jako je Disney, Walt Disney Animation Studios, Pixar Animation Studios, Lucasfilm, Marvel Studios, Searchlight Pictures a 20th Century Studios. Součástí je také divadelní skupina Disney Theatrical Group, která má na starost divadelní představení (About The Walt Disney Studios, ©Disney 2022).

ESP

ESPN zahrnuje síť ESPN a ESPN+. Také mezinárodní sportovní kanály (About The Walt Disney Company, © Disney). Jejich posláním je sloužit sportovním fanouškům, a to kdykoliv a kdekoliv (ESPN Mission and Values, © 2023).

Disney Parks, Experiences and Products

Toto globální centrum má na starost oživování příběhů, postav a franšíz společnosti, a to za pomoci zábavních parků, letovisek, výletních plaveb, prázdninových zážitků a spotřebitelských produktů (About The Walt Disney Company, © Disney).



Obrázek 1 Walt Disney (zdroj: SHAIKH, Affan, 2020)

7 ANALÝZA SEKUNDÁRNÍCH DAT

Jak už bylo v kapitole Metodika diplomové práce nastíněno, v České republice se jedná o nové téma a je potřeba se nejdříve v problematice zorientovat, a to za pomoci zahraničních internetových zdrojů, kde se s touto problematikou pracuje. Během vyhledávání zdrojů byla dodržena předem stanovená kritéria a to následující: internetové články vydané mezi lety 2018 a 2023, musí obsahovat animované filmy z produkce The Walt Disney Studios, musí popisovat jednotlivá sociální témata v animovaných filmech a také je více rozebírají. Dodržena byla i předem stanovaná klíčová slova: Walt Disney, animated movies, serious issues, serious real-life issues, social issues.

Po analýzách internetových článků, filmů v nich obsažených a témat, kterým se filmy věnují, splnilo stanovená kritéria následujících pět internetových článků viz. Tabulka 1. Z těchto článků byly pro účely výzkumu následně vybrány nejčastěji zmiňované filmy (tzn. dohromady byl film zmíněn třikrát a více) viz. Tabulka 2. Pro přiblížení jednotlivých animovaných filmů bude nejdříve popsán jejich děj, následně pak analýza konkrétních filmů a témat, která dle internetových článků obsahují.

Seznam vybraných článků		
Název článku	Kód	Citace
10 Animated Movies That Deal With Serious Issues	Č1	Yaji, 2022
Top 5 Socially Aware Disney Films	Č2	Bullard, 2022
Disney Movies that Explore Serious Real-Life Issues	Č3	Idrisoglu, 2022
Sensitive Topics in Recent Disney Films	Č4	EllyB, 2018
Top 10 Disney Movies That Dealt With Serious Issues	Č5	Turner, 2019

Tabulka 1 Seznam vybraných článků (zdroj: vlastní)

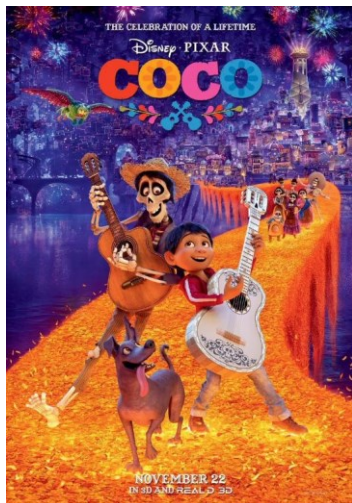
Nejvíce zmiňované filmy v člancích						
Název filmu	Č1	Č2	Č3	Č4	Č5	Zmíněno
Zootropolis: Město zvířat	ano	ano	ano	ano	ano	5x
Hledá se Dory	ano	ne	ano	ano	ano	4x
Zvoník u Matky Boží	ano	ano	ne	ne	ano	4x
V hlavě	ano	ne	ano	ano	ano	4x
Coco	ano	ne	ano	ne	ano	3x

Tabulka 2 Nejvíce zmiňované filmy v člancích (zdroj: vlastní)

7.1 Děj filmů

V této podkapitole bude přiblížen děj jednotlivých filmů. Veškeré informace k ději jednotlivých filmů budou čerpány ze streamovací platformy Disney+ (© 2023), kterou vlastní a spravuje společnost Media and Entertainment Distribution a ta je divizí The Walt Disney Company.

7.1.1 Coco



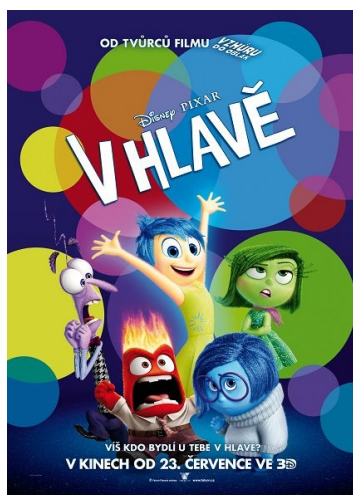
Datum vydání: 2017

Žánr: rodinný, fantasy, animovaný, hudební

Děj (Coco, © 2023): „V neobyčejném dobrodružství od studií Disney a Pixar se malý hudebník Miguel vydává na strhující cestu do pestrobarevné Říše zesnulých. Tam se spřátelí s okouzlejícím šejdířem Hectorem, který mu pomůže odhalit záhadu, která se skrývá za příběhy a tradicemi jeho rodiny a předků.“

Obrázek 2 Plakát Coco (zdroj: Google obrázky)

7.1.2 V hlavě



Obrázek 3 Plakát V hlavě (zdroj: Google obrázky)

Datum vydání: 2015

Žánr: dospívání, rodinný, animovaný

Děj (V hlavě, © 2023): „Období dospívání může být velice komplikované. A pro jedenáctiletou Riley, která se musí se svou rodinou přestěhovat z amerického Středozápadu do San Francisca, kde její tatínek dostal novou práci, to platí dvojnásob. Stejně jako nás všechny, i Riley ovlivňují její emoce – Radost, Strach, Vztek, Nechuť a Smutek. Emoce žijí na Hlavním velitelství, odkud Riley pomáhají vypořádat se s nástrahami všedních dní. Ačkoliv se Radost, Rileyina hlavní a nejdůležitější emoce, pokouší brát všechno z té nejlepší stránky, objevují se mezi emocemi neshody, jak se vypořádat s novým městem, domovem a školou.“

7.1.3 Zootropolis: Město zvířat



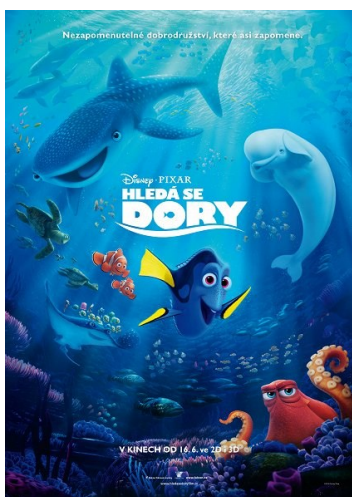
Obrázek 4 Plakát Zootropolis: Město zvířat (zdroj: Google obrázky)

Rok vydání: 2016

Žánr: policie, rodinný, komedie, animovaný

Děj (Zootropolis: Město zvířat, © 2023): „Strhující komediální dobrodružství, které se odehrává v moderním zvířecím velkoměstě zvaném Zootropolis, kde pospolu žijí zvířata ze všech koutů světa. V Zootropoli může být kdokoli kýmkoli a nezáleží na tom, zda je obří slon nebo malá myška. Strážnice Judy Hopková však brzy zjistí, že být první králičice z zootropolském policejním sboru není vůbec snadné. A protože se chce osvědčit, skončí po prvním případě, který se jí naskytne, i když to znamená, že bude muset záhadu řešit za pomoci všemi mastmi mazaného lišáka Nicka Wilda. Některé světelné sekvence a vzory mohou ovlivnit fotosenzitivní diváky.“

7.1.4 Hledá se Dory



Obrázek 5 Plakát Hledá se Dory (zdroj: Google obrázky)

Rok vydání: 2016

Žánr: rodinný, komedie, animovaný, akční a dobrodružný

Děj (Hledá se Dory, © 2023): „V animovaném filmu od studií Disney a Pixar se vrací zapomnětlivá modrá rybka Dory, která si spokojeně žije na korálovém útesu s Nemem a Marlinem. Pak si ale z ničeho nic vzpomene, že kdysi ztratila své rodiče, a tak se je všichni tři vydávají hledat. Cestou potkávají tři svérázné kamarády. První je nerudný chobotničák Hank, druhý je samec běluhy Bailey, který sám sebe přesvědčil, že mu nefunguje echolokace a třetí je krátkozraká velryba jménem Naděje. Při hledání dojde Dory se svými kamarády k poznání, že to nejdůležitější na světě je přátelství a rodina.“

7.1.5 Zvoník u Matky Boží



Obrázek 6 Plakát Zvoník u Matky Boží (zdroj: Google obrázky)

Rok vydání: 1996

Žánr: romantika, rodinný, animovaný, akční a dobrodružný, muzikál

Děj (Zvoník u Matky Boží, © 2023): „Studio Disney vdechlo život příběhu o hrdinských skutcích Quasimoda, laskavého a osamělého zvoníka od Matky Boží. Animovaný film se inspiroje klasickým románem Victora Huga. Victor, Hugo a Lavern, Quasimodovi kamarádi, kteří na kostele slouží jako kamenné chrliče, svému hrbatému kamarádovi radí, aby opustil bezpečnou samotu ve věži a vyrazil mezi lidi, především za svou přítelkyní a krásnou tanečnicí Esmeraldou. Ač by to při pohledu na zasmušilého zvoníka nikdo nečekal, podaří se mu zachránit milované město i jeho obyvatele a také všem ukázat, že je třeba ostatní soudit podle jejich činů, a ne podle vzhledu.“

7.2 Témata filmů

V této podkapitole budou obsažena jednotlivá témata ve filmech, která byla popsána v článcích.

7.2.1 Smrt – Coco

Téma smrti se objevuje i v Disneyho animovaných filmech. Články, které zmiňovaly film Coco se shodli, že hlavním tématem tohoto animovaného filmu je smrt. Film se odehrává v den Día de Muertos, kdy mluví jak o tématu smrti, ale i o mnohem horším osudu. Osudu, kdy na vás zapomenou lidé, kteří vás milovali. Mladším divákům se většinou téma jako smrt nezobrazuje, je totiž vnímané jako tabu téma. Zároveň smrt a její význam v životě je téma, kterému se nedá vyhnout (Yaji, 2022). Toto tvrzení potvrzuje i Idrisoglu (2022) důvodem proč může film jako Coco vynikat mezi ostatními, je právě to, že zkoumá tabu života a smrti. Navíc je to něco, o čem se v animovaných filmech moc nemluví. Turner (2019) dodává, že smrt je ve filmech pro mladší publikum zobrazované jako něco, čeho je třeba se bát. Když se mladší diváci o takových tématech budou bavit a zároveň i pochopí pojem smrt, může jim nakonec pomoci téma přijmout.

Mimo jiné Turner (2019) mluví o tématu smrti v případě animovaného filmu Lilo&Stitch, kdy ztráta rodičů v útlém věku dítěte může vážně poznamenat zbylou rodinu a osiřelé dítě, a to po psychické stránce.

EllyB (2018) popisuje téma smrti na příkladu animovaného filmu Velká šestka, kdy ztráta člena rodiny má několik fází přijímání skutečnosti, že jsme přišli o někoho blízkého. Po počáteční fázi deprese se zármutek otočí v hněv, kdy hlavní hrdina Hiro chce pomstít smrt svého bratra Tadashio. Ale myšlenka toho, že pomsta není to, co by si Tadashi přál je v tomto filmu poselstvím, které se odlišuje například od Lvího krále, kdy jde pomsta a katarze ruku v ruce.

7.2.2 Mentální zdraví, deprese – V hlavě

Filmy s vážnými tématy, která by ještě před pár lety nebyly zobrazovány, pomáhají překonat tragédie a bolest. Některé z oblíbených filmů obsahují témata jako je třeba deprese.

Čtyři články, které zmínily film V hlavě se shodli, že ústředním tématem je mentální zdraví, konkrétněji deprese. Yaji (2022) a Idrisoglu (2022), zmiňují, že film vychází ze skutečných psychologických výzkumů. Yaji (2022) dodává, že téma filmu zasáhlo miliony diváků a detaily filmu jdou tak daleko, že náladu hlavní hrdinky Riley ukazují barvou jejího oblečení.

Podle EllyB (2018) si film nejvíce chvály zaslouží za to, jak se hluboce věnuje duševnímu zdraví a emocionálnímu vývoji. Turner (2019) dodává, že je důležité respektovat své spoluhráče a dodávají důležitost celého filmu – duševní zdraví. Film zkoumá, u hlavní hrdinky jménem Riley, depresi a fungování mysli v souvislosti s vnitřními emocemi. Jde o celou řadu emocí od deprese až po intermitentní výbušnou poruchu doplňuje Idrisoglu (2022). Yaji (2022) zmiňuje, že nejde o náladové dítě, ale o to, jak se život s depresí může rozpadat. Mluví o tom, proč se tak chová a postupně se propracovává k řešení

Riley trpí různými stádii deprese a bojí se o tom mluvit (Idrisoglu, 2022). Rileynina dominantní emoce je Radost a ta si přeje, aby Riley byla šťastná a odpírá jí pocit smutku (Turner, 2019). Během vyvrcholení ostatní emoce jako Strach, Hněv a Znechucení zapříčiní, že Rylein ovládací panel emocí zamrzne a ona není schopna prožívat jakékoliv emoce. Tím tvůrci chtěli zobrazit depresi a další psychické poruchy, důležité je i fakt, že tyto pocity nejsou ukázané jak v médiích, že je člověk jen „smutný“ (EllyB, 2018).

Nakonec se ukáže, že právě Smutek je jediná emoce, která dokáže Riley osvobodit. I postava Radost nakonec oceňuje hodnotu Smutku, který umožňuje útěchu a katarzi. Naopak u postavy maminky Riley je smutek dominantní emocií, ten ale nezpůsobuje neustále neštěstí, naopak jí činí empatičtější a citově naladěnější (EllyB, 2018).

Film tak ukazuje, že odpírání a potlačování emocí, ať už jakékoliv je velice nebezpečné (Turner, 2019). Idrisoglu (2022) a Turner (2019) doplňují, že film pomáhá divákům pochopit, že je naprosto v pořádku cítit se občas smutně a vždy je potřeba umět své pocity vyjádřit. Turner (2019) dodává, že dát najevo emoce, může být nejlepší způsob, jak si udržet rovnováhu a najít vnitřní klid. K tomu se přiklání i EllyB (2018), kdy vyjádření i smutku je klíčové pro udržení zdravé a vyrovnané mysli.

Téma deprese je jedním z témat filmu Velká šestka, viz. předchozí podkapitola.

7.2.3 Rasismus a stereotyp – Zootropolis: Město Zvířat

Jako je to i u jiných filmů i tady Disney překonává bariéry. Ve filmu Zootropolis: Město zvířat se daří poučit děti o rasismu a policejní brutalitě. Pět článků se shodlo, že diskriminace patří mezi témata filmu. Děj filmu pojednává o tom, že postavy chtějí žít v rovné a vyváženém světě.

Film se může jevit, jako hloupý a komediální film pro děti se zvířaty, kdy se policistka spojí s podvodníkem, aby porazili padoucha celého příběhu a osvobodili nevinné. Ve skutečnosti film upozorňuje na důležité téma a tím je rasové profilování (Idrisoglu, 2022).

Film ukazuje segregaci, rasismus založený na instinktivním chování a na stereotypizaci rolí (Yaji, 2022). Na místo používání rasových termínů tvůrci vytvořily svět, kde je společnost rozdělena na dravá zvířata a kořist (Bullard, 2022). Kde nikdo není chráněn před rozdělením, které způsobují předsudky. Dravci jsou tak zařazeni do stereotypu zákeřných a divokých zabijáků, dokonce i hlavní postava Judy je terčem posměchu za to, že je králičí policistka (Turner, 2019).

Právě rasové profilování zcela ovládne město. Zapříčinilo to to, že společnost na sebe začala ukazovat prstem, převážně právě na predátory, za zločiny, které nespáchali. A právě Disney v tomto případě ukazuje, jaké důsledky může mít rasové profilování – narušení klidu a způsobit, že nevinní se snadno stanou terčem útoku (Idrisoglu, 2022). Nakonec i odhalení padoucha je velké překvapení, jelikož i zde se prokazuje, že rasismus existuje i tam, kde bychom ho nejméně čekali (Bullard, 2022).

Film poukazuje i na to, že kolikrát řekneme věci, které aniž bychom si uvědomili, můžou být bolestivé a zle vyzníat pro někoho, kdo je jiný (Bullard, 2022).

Yaji (2022) zmiňuje to, v čem je film brilantní, a to právě v tom, že vysvětluje znepokojivé téma metaforicky pomocí zvířat, jelikož zvířata jsou běžně viděna jako klasické postavy v příbězích pro děti.

Poselství filmu je to že ať se nám to líbí nebo ne, všichni v sobě máme rasové předsudky. Ovšem pokud si je uvědomíme a budeme se je snažit překonat, můžeme vybudovat spravedlivější a tolerantnější společnost (EllyB, 2018). Jak to i nakonec dopadlo ve filmu, kdy společnost může spolupracovat díky tomu faktoru, že společnost přijala lidi takové, jací jsou a ne takové, jak vypadají (Idrisoglu, 2022).

K tématu diskriminace se dále vyjadřuje Bullard (2022), ten hovoří o diskriminaci v druhém díle filmu Frozen. Dějově se dozvídáme, že dědeček Elsy a Anny byl rasistický vůči lidem s magií. Elsa napravuje škody, které jeho královská vláda napáchala.

Dalším filmem s touto tematikou je Pocahontas, kdy tvůrci odvedli obdivuhodnou práci při zobrazování divákům nebezpečí kolonialismu mezi dvěma znepřátelenými rasami, kdy angličtí osadníci přicházejí do nového světa. Ten prohlašují za svůj, jenže domorodý kmen, který je ohrožen těmi, kteří jim vtrhli do jejich domova jsou připraveni za svou zemi bojovat. V tomto případě Disney učí hrůzy fanatismu tzv. černobíle (Turner, 2019).

7.2.4 Hendikep – Hledá se Dory

Yaji (2022) a Turner (2019) se shodli, že prvotní shledání s Dory ve filmu Hledá se Nemo, bylo milé a roztomilé. Dory byla velice potřebným pomocníkem při hledání Nema. Komplikace způsobené její krátkodobou ztrátou paměti bylo využito jako přestávka pro zasmání. Film Hledá se Nemo byl jeden z prvních filmů společnosti Disney, který zobrazoval tělesně i mentálně postižené hrdiny. Ať už je to Nemova ploutev, nebo Dory, která trpí těžkou ztrátou krátkodobé paměti (EllyB, 2018).

Pokračování v podobě filmu Hledá se Dory v sobě nese závažnější problém, který demonstuje problémy spojené s postižením (Yaji, 2022). Turner (2019) dodává, že film více vyzdvihuje vážnost její zapomětivosti, zatímco pátrá po svých rodičích. Idrisoglu (2022) přibližuje s čím se Dory musí neustále potýkat: ztrácí se, zapomíná důležité události a někdy dokonce i jména lidí, které potkala. A právě jeden z těchto momentů je i to, že se Dory

jako malá ztratila svým rodičům a kvůli tomu, že se nechá lehce rozptýlit, tak následně zapomene, kde je a co dělá.

Dory postižení může být náročné, ovšem těžší je, když je obklopena lidmi, kteří jí nechápou a ani to, že nepřemýšlí jako ostatní. Dory se však tímto nenechá nikdy obtěžovat (Turner, 2019). Mnoho postav ve filmu v pozadí vykazuje postižení. EllyB (2018) poukazuje na skutečnost, že vzájemné působení fyzických a psychických poruch je ve filmu překvapivě propracované. Konkrétně u těchto příkladů: Destiny je žralok, který je krátkozraký, Bailey je běluha, která si kvůli zraněním hlavy myslela, že nedokáže echolokaci, má postižení přirovnávané k úzkostem nebo posttraumatické stresové poruše. U chobotnice jménem Hank kdy jeho traumatické zážitky v něm vyvolaly strach ze života v oceánu. Díky vzájemné podpoře a důvěře překonávají své nedostatky. Právě díky neúnavné podpoře a instrukcím Destiny se Bailey konečně znovu naučí echolokaci, Destiny se zase spoléhá na Bailey, že bude fungovat jako její oči. Hank se také nechá přesvědčit ať dá oceánu ještě šanci v moment, kdy se setká s Doryiným povzbuzováním a optimismem. Ovšem ne vše se ve filmu povedlo. Tvůrci byly kritizováni za to, jak zobrazili postavu Geralda, lachtana. Ten má nekonvenční chování, pravděpodobně způsobené poruchou učení, a je kvůli tomu vyloučen a šikanován ze strany vrstevníků.

Hledá se Dory dětem předává pozitivní poselství, kdy Dory je respektovaná jako komplexní osoba, která dělá věci svým vlastní zvláštním způsobem. Podporu, kterou si navzájem postavy projevují je přínosné pro děti. Povzbuzuje v nich to, aby pomáhaly svým postiženým kamarádům. Další připomínkou pro děti je, že je důležité se ozvat, když samy potřebují pomoc.

Články se také shodují, že postižení není slabost ani důvod k posměchu. Film ukazuje, že se nikdy nemáme na někoho dívat svrchu a že i lidé s postižením mohou být šťastní, třeba jako Dory, která nakonec své rodiče najde (Yaji, 2022). S tímto tvrzením souhlasí i Idrisoglu (2022) kdy Dory překonává všechny překážky svou pozitivitou a dokazuje, že její postižení není slabost a EllyB (2018) dodává, že postižení ji nedefinuje a není překážkou, i když je to často tak prezentováno. Turner (2019) tvrdí, že film ukazuje důležitější faktor a to ten, že nejlepší způsob, jak někomu pomoci s postižením je přijetí, trpělivost a důvěra, že překoná každou překážku tak, jak to dokáže jen o sám.

7.2.5 Pokřivené náboženské představy a radikalismus – Zvoník u Matky Boží

Tři články se shodli, že i v disneyovské klasice jako je Zvoník u Matky Boží, která byla uvedena před desítkami let, film odkazuje na drsná témata ze skutečného světa a zobrazená problematická témata jsou aktuální i dnes.

Film využívá předlohy románu od Victora Huga, i když bylo vypuštěno několik věcí, tvůrci zachovali to, aby film otevřeně mluvil o tématech jako je hendikep, náboženský fanatismus, rasismus, zneužívání v rodině, potřebě sociální spravedlnosti a úctě k bližnímu (Bullard, 2022). Yaji (2022) témata filmu jsou třídní původ, útlak, korupce, rasismus, předsudky zabalené do povrchní zbožnosti.

Turner (2019) tvrdí, že nebýt chrličů, nemohl být tento film klasifikován jako „dětský“ a Yaji (2022) dodává, že pokřivené náboženské přesvědčení a postava soudce Frollo přesahují rámec obyčejného dětského filmu.

Yaji (2022) a Turner (2019) popsali to špatné na postavě Frollo, jelikož Frollo je jedním z mála témat, kterým se film zabývá. Frollo se sám považuje za spravedlivého a čistého ministra spravedlnosti. Samozřejmě z jeho pohledu on nemůže udělat nic špatného. Chová extrémní předsudky vůči „sprostým hříšníkům“ pod sebou, není mu cizí ani sexuální chtíč po mladších ženách, masové genocidy, vraždy ani infanticida. Samozřejmě své skutky omlouvá tím, že je dělá z vůle Boží (Turner, 2019). Frollo také pohrdá Quasimodem pro jeho znetvoření a dalším tématem je, kdy Esmeralda je kvůli své rase pasovaná na hříšnou ženu (Yaji, 2022). Turner (2019) doplňuje, že takový lidé jako je Frollo bohužel existují i v reálném světě, kdy zneužívají svého mocenského postavení pro vlastní potřeby, a to kolikrát těmi nejhoršími způsoby.

7.3 Shrnutí analýzy sekundárních dat

Témata ve filmech		
Film	Témata	Název kapitoly
Coco	Smrt	6.1 Smrt
V hlavě	Mentální zdraví – deprese	6.2 Mentální zdraví - deprese
Zootropolis: Město zvířat	Rasismus a stereotyp	6.3 Rasismus a stereotyp
Hledá se Dory	Hendikep	6.4 Hendikep
Zvoník u Matky Boží	Pokřivené náboženské představy a radikalismus	6.5 Pokřivené náboženské představy a radikalismus

Tabulka 3 Témata ve filmech (zdroj: vlastní)

Pro lepší přehlednost sociálních témat a animovaných filmů byla vytvořena Tabulka 3. V prvním sloupci jsou názvy konkrétních filmů, v druhém jsou vypsána sociální témata, která byla v článcích zmíněná. V posledním sloupci jsou názvy kapitol, ve kterých sociální témata a filmy nalezneme. Například ve filmu Coco se v autoři článků Č1, Č3 a Č5 shodli na hlavním tématu filmu a to je smrt. V článcích Č2 a Č4 nebyl film Coco zmíněn. Téma smrti a jak se toto téma vyskytovalo ve filmu nalezneme v kapitole 7.2.1.

V převážné většině autoři článků nacházeli stejná sociální témata. Převládající množství článků popisovala sociální témata konkrétně na ději filmu. Ke každému filmu a tématu se objevily zajímavé poznatky. Například téma smrti je stále vnímané jako tabu téma, které se v animovaných filmech dětem moc neukazuje a když už tak jako něco, čeho by se měly bát. A právě film Coco toto tabu téma obsahuje. V této části, se také objevila myšlenka toho, že mluvení o tématu jako je smrt a zároveň i pochopení samotného pojmu, může mladším divákům pomoci téma přijmout. Dalším tématem bylo mentální zdraví, konkrétněji deprese, která je často v médiích ukazována tak, že se člověk cítí „jen smutný“. Tvůrci filmu V hlavě poukázali na to, jak život s depresí může vypadat a že potlačování emocí není tím správným krokem. Navíc film vychází ze skutečných psychologických výzkumů. Následujícím filmem je Zootropolis: Město zvířat s jeho tématy rasismus a stereotyp. Tady tvůrci metaforicky ukázaly znepokojivé téma pomocí zvířat, která jsou běžně ve snímcích ukázána jako klasické postavy. Poselstvím tohoto snímku je, že ať se nám to líbí nebo ne, všichni v sobě máme rasové předsudky a v případě, že si je uvědomíme můžeme vytvořit spravedlivější a tolerantnější společnost. Předposlední film je Hledá se Dory s tématem hendikep. Ať už je to hlavní postava Dory a její krátkodobá ztráta paměti nebo krátkozraký žralok, jejich vzájemná podpora jim pomáhá překonávat strasti spojené s jejich hendikepem. Právě tento fakt má dětem ukázat, že si mají navzájem pomáhat a že se nikdy nemáme na někoho dívat svrchu. Zvoník u Matky Boží a pokřivené náboženské představy

s radikalismem je poslední část. V tomto filmu je témat povícero, ale již zmíněná témata jako jsou pokřivené náboženské představy a radikalismus jsou poukázány na jedné z hlavních postav, kdy i mimo jiné své ošklivé a kolikrát i smrtící skutky ospravedlňuje tím, že je dělá z vůle Boží.

Analýza sekundárních dat se stala inspirací pro vytvoření dotazníku, který bude představen a rozebrán v následující kapitole. Dotazník ukáže, zda respondenti vnímají sociální problémy v animované tvorbě Walta Disneyho.

8 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Kvantitativní výzkum byl proveden formou dotazníkového šetření prostřednictvím platformy Google Forms. Dotazník je k nahlédnutí na konci diplomové práce v Příloze P I: Dotazník. Před zveřejněním byl proveden pre-test. Sběr dat trval sedm po sobě jdoucích kalendářních dní. Dotazník byl sdílen prostřednictvím sociální platformy Facebook do fanouškovských skupin, osobním rozesíláním a metodou snow ball. Cílem dotazníku bylo zjistit mimo jiné i to, zda respondenti vnímají sociální témata v animovaných filmech od Walta Disneyho. Dotazníku se celkem zúčastnilo 385 respondentů. Na začátku dotazníkového šetření respondenti prošli dvěma filtračními otázkami. První filtrační otázka byla, zda respondenti dlouhodobě pobývají v České republice. Přes tuto filtrační otázku prošlo 377 respondentů. Druhá filtrační otázka byla, zda respondenti někdy viděli animovaný film nebo seriál od Walta Disneyho a přes tuto filtrační otázku prošlo 377 respondentů. Tyto filtrační otázky měly za úkol vyloučit nerelevantní respondenty. Následovaly otázky na tvorbu Walta Disneyho a sociální témata. Tento dotazník byl inspirován analýzou sekundárních dat.

8.1 Účastníci dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 377 respondentů. Z tohoto počtu bylo 285 žen (75,6 %), 91 mužů (24,1 %) a 1 jiné (0,3 %). Věkový rozptyl respondentů se pohyboval v rozmezí od 0 do 69 let. Nejvíce respondentů bylo ve věkovém rozmezí od 20 do 29 let, v celkovém počtu 211 (56 %). Následovalo věkové rozmezí 30 až 39 let s celkovým počtem 114 respondentů (30,2 %). Ostatní věková rozmezí byla následující: 28 respondentů (7,4 %) ve věku 40 až 49 let, 15 respondentů (4 %) ve věku 15 až 19 let, 7 respondentů (1,9 %) ve věku 50 až 59 let a 2 respondenti (0,5 %) ve věku 60 až 69 let. Graf 3 a Graf 4 doplňující výsledky jsou v Příloze II: Grafy.

Z celkového počtu účastníků dotazníkového šetření bylo nejvíce respondentů ve věku 20 až 29, žen bylo 174 (61,1 %), mužů 36 (38,6 %) a jiné 1 (100 %). Celkem tedy 211 respondentů (56 %) v tomto věkovém rozmezí. U mužů je sice nejvyšší zastoupení ve věku 20 až 29, ale hned za nimi v rozdílu 1 respondenta (1,1 %) následují muži ve věku 30 až 39 let. Zastoupení jednotlivých kategorií v číslech uvádí Tabulka 4.

Věk a pohlaví respondentů								
Věk respondentů	Pohlaví						Celkem	
	Ženy		Muži		Jiné			
	Počet	% z žen	Počet	% z mužů	Počet	% z jiné	Počet	% z celkem
15 až 19 let	11	3,9 %	4	4,4 %	0	0 %	15	4 %
20 až 29 let	174	61,1 %	36	39,6 %	1	100 %	211	56 %
30 až 39 let	79	27,7 %	35	38,5 %	0	0 %	114	30,2 %
40 až 49 let	16	5,6 %	12	13,2 %	0	0 %	28	7,4 %
50 až 59 let	5	1,8 %	2	2,2 %	0	0 %	7	1,9 %
60 až 69 let	0	0 %	2	2,2 %	0	0 %	2	0,5 %
Celkový součet	285	100 %	91	100 %	1	100 %	377	100 %

Tabulka 4 Věk a pohlaví respondentů (zdroj: vlastní)

8.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Tato podkapitola bude věnována vyhodnocení jednotlivých položek z dotazníkového šetření.

8.2.1 První část

První filtrační otázka byla, zda respondenti dlouhodobě pobývají v České republice. Přes tuto filtrační otázku prošlo 377 respondentů. Druhá otázka dotazníku byla také filtrační. Otázka zněla „Viděl/a jste někdy animovaný film/seriál od Walta Disneyho? (zahrnuje filmová studia – Disney, Walt Disney Animation Studios, Pixar Animation Studios, Lucasfilm, Marvel Studios, Searchlight Pictures a 20th Century Studios).“ Všech 377 respondentů (100 %) respondentů prošlo přes tuto filtrační otázku a odpověděli ano. Filtrační otázky byly zařazené z důvodu vyloučení nerelevantních respondentů

Dále pak následovaly otázky na tvorbu od Walta Disneyho. Na následující otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %) a byla možná je jedna odpověď.

Animované filmy od Walta Disneyho součást dětství

351 respondentů (93,1 %) považuje animované filmy od Walta Disneyho za součást svého dětství. Naopak 20 respondentů (5,3 %) tvrdí, že nejsou součástí jejich dětství. Zbýlých 6 respondentů (1,6 %) odpovědělo, že neví. Graf 5 doplňující výsledky je v Příloze II: Grafy.

V rámci vyhodnocování dotazníku byla tato otázka provázaná s věkem respondentů. Tedy zda účastníci dotazníkového šetření vnímají animované filmy od Walta Disneyho za součást svého dětství v závislosti na věku respondentů. Odpověď ano nejvíce volili respondenti ve věku 20 až 29 let (95,7 %), dále pak respondenti ve věku 30 až 39 let (94,7 %) a 15 až 19 let (93,3 %). Možnost ano zvolili i respondenti ve věku 50 až 59 let (85,7 %)

a také respondenti ve věku 40 až 49 let (75 %). Respondenti ve věku 60 až 69 let (100 %) se shodli, že animované filmy od Walta Disneyho nejsou součástí jejich dětství. Zastoupení jednotlivých kategorií v číslech uvádí Tabulka 5.

Animované filmy od WD součást dětství z pohledu věku				
Věk	Ne	Ano	Nevím	Celkový součet
15 až 19 let	6,7 %	93,3 %	0 %	100 %
20 až 29 let	3,3 %	95,7 %	0,9 %	100 %
30 až 39 let	2,6 %	94,7 %	2,6 %	100 %
40 až 49 let	21,4 %	75,0 %	3,6 %	100 %
50 až 59 let	14,3 %	85,7 %	0 %	100 %
60 až 69 let	100 %	0 %	0 %	100 %
Celkový součet	5,3 %	93,1 %	1,6 %	100 %

Tabulka 5 Animované filmy od WD součást dětství z pohledu věku (zdroj: vlastní)

Fanoušci tvorby Walta Disneyho

Na otázku, zda jsou respondenti fanoušci tvorby Walta Disneyho odpovídalo 377 respondentů (100 %) a vybírali jednu možnost z následujících odpovědí: *rozhodně ano*, *spíše ano*, *neutrální*, *spíše ne* a *rozhodně ne*. Odpověď rozhodně ano zvolilo celkem 209 respondentů (55,4 %). Následujících 124 respondentů (32,9 %) vybrali odpověď spíše ano. Neutrální odpověď zvolilo 36 respondentů (9,5 %) a zbylých 8 respondentů (2,2 %) odpovědělo spíše ne. Odpověď rozhodně ne nezvoliv žádný respondent. Graf 6 doplňující výsledky je v Příloze P II: Grafy.

V rámci vyhodnocování dotazníku byla tato otázka provázaná s věkem respondentů. Odpověď rozhodně ano volilo nejvíce respondentů ve věku 15 až 19 let (73,33 %), 20 až 29 let (60,19 %) a 30 až 39 let (51,75 %). Dále odpověď spíše ano volilo nejvíce respondentů ve věku 40 až 49 let (50 %) a 50 až 59 (57,14 %). Respondenti ve věku 60 až 69 let měli v 50 % názor neutrální a ve zbylých 50 % odpověděli spíše ne. Zastoupení jednotlivých kategorií v číslech uvádí Tabulka 6.

Fanoušci tvorby WD z pohledu věku respondentů					
Věk	Neutrální	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Celkový součet
15 až 19 let	0 %	73,3 %	20 %	6,7 %	100 %
20 až 29 let	8,5 %	60,2 %	30,3 %	0,9 %	100 %
30 až 39 let	11,4 %	51,8 %	34,2 %	2,6 %	100 %
40 až 49 let	10,7 %	35,7 %	50 %	3,6 %	100 %
50 až 59 let	14,3 %	28,6 %	57,1 %	0 %	100 %
60 až 69 let	50 %	0 %	0 %	50 %	100 %
Celkový součet	9,5 %	55,4 %	32,9 %	2,1 %	100 %

Tabulka 6 Fanoušci tvorby WD z pohledu věku respondentů (zdroj: vlastní)

Walt Disney a asociace

Následující otázka se věnovala tomu, co Disney v respondentech asociuje a odpovídalo všech 377 respondentů (100 %). Respondenti dostali možnost napsat vlastní odpověď a také na výběr z následujících možností: *Vzpomínky na dětství, Klid, Zábavu, Smutek, Radost, Akci, Nic*. Výběr z odpovědí byl omezen na maximální počet tří odpovědí. Nejvyšší počet odpovědí získala možnost *Vzpomínky na dětství*, tuto možnost zvolilo 289 respondentů (76,7 %). Následovali: *Zábava* 269 (71,4 %), *Radost* 232 (61,5 %), *Klid* 76 (20,2 %), *Smutek* 25 (6,6 %), *Akci* 26 (6,9 %), *Nic* 3 (0,8 %). Z možností vlastních odpovědí respondenti zmínili i rodinu (1x), lásku (1x), domov (1x), nostalgii (1x), přátelství (1x), naději (1x), nevzdávat se (1x) aj. Graf 7 doplňující výsledky je v Příloze P II: Grafy.

Během vyhodnocování dotazníkového šetření byla tato otázka provázaná s pohlavím účastníků dotazníkového šetření. Největší rozdíly vznikly u dvou možností, a to u *Radosti* a *Akce*, *Radost* je u žen o 16,2 % vícekrát zmíněná než u mužů oproti tomu *Akce*, ta je zase u mužů o 14,1 % vícekrát zmíněná než u žen. Další možnosti jako *Vzpomínky na dětství*, *Klid*, *Zábava*, *Smutek* a *Nic* neměly mezi pohlavími tak velké procentuální rozdíly. Zastoupení jednotlivých kategorií v číslech uvádí Tabulka 7.

Co v respondentech Disney asociuje z pohledu pohlaví					
Asociace	Ženy		Muži		Rozdíl
	počet	% z žen	počet	% z mužů	%
Vzpomínky na dětství	224	78,6 %	64	70,3 %	8,3 %
Klid	52	18,2 %	23	25,3 %	7 %
Zábavu	199	69,8 %	69	75,8 %	6 %
Smutek	23	8,1 %	2	2,2 %	5,9 %
Radost	187	65,6 %	45	49,5 %	16,2 %
Akci	10	3,5 %	16	17,6 %	14,1 %
Nic	1	0,4 %	2	2,2 %	1,8 %
Celkem	285	100 %	91	100 %	0 %

Tabulka 7 Co v respondentech Disney asociuje z pohledu pohlaví (zdroj: vlastní)

Tvorba od Walta Disneyho

Součástí dotazníkového šetření byly i otázky s lineární stupnicí. Otázky se zaměřovali na to, jak respondenti z jejich pohledu nahlíží na tvorbu od Walta Disneyho. Na tyto otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %) a maximální počet odpovědí byla vždy jen jedna. Veškeré výsledky jsou k nahlédnutí v Tabulka 8 níže.

Z pohledu známosti měli respondenti na výběr z následujících možností: *zcela známá, spíše známá, něco mezi, spíše neznámá a zcela neznámá*. Pro 343 respondentů (91 %) je tvorba od Walta Disneyho zcela známá. Za spíše známou ji považuje 25 respondentů (6,6 %), něco mezi 4 respondenti (1,1 %), spíše neznámou 3 respondenti (0,8 %) a zcela neznámou 2 respondenti (0,5 %).

Z pohledu zábavnosti měli respondenti na výběr z následujících možností: *zcela zábavná, spíše zábavná, něco mezi, spíše nudná a zcela nudná*. Pro 268 respondentů (71,1 %) je tvorba od Walta Disneyho zcela zábavná. Za spíše zábavnou ji považuje 93 respondentů (24,7 %), něco mezi 12 respondentů (3,2 %), spíše nudnou 3 respondenti (0,8 %) a zcela nudnou 1 respondent (0,3 %).

Z pohledu oblíbenosti měli respondenti na výběr z následujících možností: *zcela oblíbená, spíše oblíbená, něco mezi, spíše neoblíbená a zcela neoblíbená*. Pro 285 respondentů (75,6 %) je tvorba od Walta Disneyho zcela oblíbená. Za spíše oblíbenou ji považuje 79 respondentů (21 %), něco mezi 9 respondentů (2,4 %), spíše neoblíbenou 3 respondenti (0,8 %) a zcela neoblíbenou 1 respondent (0,3 %).

Z pohledu tradičnosti měli respondenti na výběr z následujících možností: *zcela tradiční*, *spíše tradiční*, *něco mezi*, *spíše moderní* a *zcela moderní*. Pro 12 respondentů (3,2 %) je tvorba od Walta Disneyho zcela tradiční. Za spíše tradiční ji považuje 33 respondentů (8,8 %), něco mezi 115 respondentů (30,5 %), spíše moderní 97 respondentů (25,7 %) a zcela moderní 120 respondentů (31,8 %).

Z pohledu jedinečnosti měli respondenti na výběr z následujících možností: *zcela jedinečná*, *spíše jedinečná*, *něco mezi*, *spíše tuctová* a *zcela tuctová*. Pro 159 respondentů (42,2 %) je tvorba od Walta Disneyho zcela jedinečná. Za spíše jedinečnou ji považuje 140 respondentů (37,1 %), něco mezi 59 respondentů (15,6 %), spíše tuctovou 16 respondentů (4,2 %) a zcela tuctovou 3 respondenti (0,8 %).

Tvorba od Walta Disneyho má tedy nejpočetnější zastoupení v následujících odpovědích: zcela známá (343; 91 %), zcela zábavná (268; 71,1 %), zcela oblíbená (285; 75,6 %), zcela moderní (120; 31,8 %) a zcela jedinečná (159; 42,2 %). U tradičnosti a jedinečnosti byly dále výrazně zastoupeny následující odpovědi: u tradičnosti to byla odpověď něco mezi (115; 30,5 %) a u jedinečnosti odpověď spíše jedinečná (140; 37,1 %).

V rámci vyhodnocování dotazníkového šetření byly otázky zkombinované a provázané s pohlavím účastníků dotazníkového šetření. Ženy i Muži se ve třech z pěti otázek shodli, a to v následujících tvrzeních. Tvorba Walta Disneyho je: zcela známá (267 žen; 93,7 % a 75 mužů 82,4 %), zcela zábavná (214 žen; 75,1 % a 53 mužů; 58,2 %) a zcela oblíbená (226 žen; 79,3 % a 58 mužů; 63,7 %).

Tvorba Walta Disneyho z pohledu pohlaví respondentů									
Tvorba Walta Disneyho		Ženy		Muži		Jiné		Celkem	
		Počet	% z žen	Počet	% z mužů	Počet	% z jiných	Počet	% z celkem
Známa x Neznámá	Zcela známá	267	93,7%	75	82,4%	1	100%	343	91%
	Spíše známá	13	4,6%	12	13,2%	0	0%	25	6,6%
	Něco mezi	3	1,1%	1	1,1%	0	0%	4	1,1%
	Spíše neznámá	1	0,4%	2	2,2%	0	0%	3	0,8%
	Zcela neznámá	1	0,4%	1	1,1%	0	0%	2	0,5%
Zábavná x Nudná	Zcela zábavná	214	75,1%	53	58,2%	1	100%	268	71,1%
	Spíše zábavná	64	22,5%	29	31,9%	0	0%	93	24,7%
	Něco mezi	6	2,1%	6	6,6%	0	0%	12	3,2%
	Spíše nudná	1	0,4%	2	2,2%	0	0%	3	0,8%
	Zcela nudná	0	0%	1	1,1%	0	0%	1	0,3%
Oblíbená x Neoblíbená	Zcela oblíbená	226	79,3%	58	63,7%	1	100%	285	75,6%
	Spíše oblíbená	53	18,6%	26	28,6%	0	0%	79	21%
	Něco mezi	5	1,8%	4	4,4%	0	0%	9	2,4%
	Spíše neoblíbená	1	0,4%	2	2,2%	0	0%	3	0,8%
	Zcela neoblíbená	0	0%	1	1,1%	0	0%	1	0,3%
Tradiční x Moderní	Zcela tradiční	7	2,5%	5	5,5%	0	0%	12	3,2%
	Spíše tradiční	21	7,4%	12	13,2%	0	0%	33	8,8%
	Něco mezi	91	31,9%	24	26,4%	0	0%	115	30,5%
	Spíše moderní	69	24,2%	28	30,8%	0	0%	97	25,7%
	Zcela moderní	97	34,0%	22	24,2%	1	100%	120	31,8%
Jedinečná x Tuctová	Zcela jedinečná	133	46,7%	25	27,5%	1	100%	159	42,2%
	Spíše jedinečná	102	35,8%	38	41,8%	0	0%	140	37,1%
	Něco mezi	39	13,7%	20	22,0%	0	0%	59	15,6%
	Spíše tuctová	10	3,5%	6	6,6%	0	0%	16	4,2%
	Zcela tuctová	1	0,4%	2	2,2%	0	0%	3	0,8%

Tabulka 8 Tvorba Walta Disneyho z pohledu pohlaví respondentů i celkem (zdroj: vlastní)

8.2.2 Druhá část

Druhá část dotazníku byla věnována sociálním tématům v Disneyho animovaných snímcích. První otázka v druhé části byla *Jaké téma jste obecně zaznamenal/a v Disneyho animovaných snímcích?* Z důvodu provázanosti s tématy z kapitoly 7.2 Téma filmů, byly vypsané na výběr následující: *Smrt blízkého člena rodiny, Mentální zdraví, Rasismus, Stereotyp, Hendikep, Pokřivené náboženské představy, Radikalismus* a *Žádné*. Součástí odpovědi byla i možnost otevřené odpovědi. Maximální ani minimální počet odpovědí nebyl omezen a na otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %).

301 respondentů (79,8 %) zaznamenalo téma *Smrt blízkého člověka*, 209 respondentů (55,4 %) zaznamenalo téma *Mentální zdraví*, 167 respondentů (44,3 %) zaznamenalo téma *Hendikep*, 156 respondentů (41,4 %) zaznamenalo téma *Stereotyp*, 110 respondentů (29,2 %) zaznamenalo téma *Rasismus*, 59 respondentů (15,6 %) zaznamenalo téma *Pokřivené náboženské představy*, 49 respondentů (13 %) zaznamenalo téma *Radikalismus* a 39 respondentů (10,3 %) nezaznamenalo žádné téma. Zastoupení výsledků v číslech v Tabulka 9 níže.

Možnost otevřených odpovědí využilo 15 respondentů (4 %). Opakujícím se tématem byla šikana (4x). Dále pak následovala témata: být jedinečný (1x), překovávání překážek (1x), feminismus (1x), zesměšnění (1x), touha nevzdat se (1x), sociální třídy (1x), témata nehledám (1x) a další. Respondentka č. 140 oproti tomu dodala „*Nikdy jsem to nebrala z těchto strany, ale když se zamyslím, tak v těch novějších pohádkách ano.*“

Během vyhodnocování dotazníkového šetření byla otázka provázaná s pohlavím respondentů. Tedy jaká témata zaznamenávají více ženy a která zase muži. Díky informacím, které byly získané z provázání těchto dvou faktorů viz. Tabulka 9 můžeme říct, že ženy oproti mužům více zaznamenávají téma *Smrt blízkého člena rodiny* a to o 21,5 % více, v tomto případě se jedná o největší procentuální rozdíl. Dalšími tématy, která ženy více zaznamenávají oproti mužům jsou: *Mentální zdraví* o 16,8 %, *Rasismus* o 3,8 %, *Stereotyp* o 0,7 %, *Hendikep* o 12,2 % a *Pokřivené náboženské představy* o 3,3 %. Ovšem posledním tématem, kterým je *Radikalismus*, muži zaznamenávají o 7,5 % více než ženy.

Zaznamenaná témata z pohledu pohlaví respondentů									
Témata	Pohlaví						Rozdíl %	Celkem	
	Ženy		Muži		Jiné				
	Počet	% z žen	Počet	% z mužů	Počet	% z jiných		Počet	% z celkem
Smrt blízkého člena rodiny	243	85,3%	58	63,7%	0	0%	21,5%	301	79,8%
Mentální zdraví - deprese	170	59,6%	39	42,9%	0	0%	16,8%	209	55,4%
Rasismus	86	30,2%	24	26,4%	0	0%	3,8%	110	29,2%
Stereotyp	118	41,4%	37	40,7%	1	100%	0,7%	156	41,4%
Hendikep	135	47,4%	32	35,2%	0	0%	12,2%	167	44,3%
Pokřivené náboženské představy	47	16,5%	12	13,2%	0	0%	3,3%	59	15,6%
Radikalismus	32	11,2%	17	18,7%	0	0%	7,5%	49	13%
Celkem žen 285; 100%		Celkem mužů 91; 100%		Celkem jiné 1; 100%					

Tabulka 9 Zaznamenaná témata z pohledu pohlaví respondentů (zdroj: vlastní)

SOCIÁLNÍ TÉMATA A FILMY

Dále následovaly otázky na konkrétní sociální témata a konkrétní filmy, ve kterých je respondenti zaznamenali. U každé otázky měli respondenti na výběr z následujících možností: *Coco*, *V hlavě*, *Zootropolis: Město zvířat*, *Hledá se Dory*, *Zvoník u Matky Boží*, *V žádném animovaném filmu od Walta Disneyho* a *V jiném animovaném filmu od Walta Disneyho* (otevřená odpověď). Počet odpovědí u jednotlivých otázek nebyl omezen a byla možnost i otevřené odpovědi. Na otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %).

Smrt

Toto téma zaznamenalo 275 respondentů (72,9 %) ve filmu *Coco*, 145 respondentů (38,5 %) ve filmu *Hledá se Dory*, 63 respondentů (16,7 %) ve filmu *Zvoník u Matky Boží*, 39 respondentů (10,3 %) ve filmu *Zootropolis: Město zvířat*, 28 respondentů (7,4 %) ve filmu *V hlavě* a 21 respondentů (5,6 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 8 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 137 respondentů (36,3 %) a to v následujících filmech: *Lví král* (26x), *Hledá se Nemo* (22x), *Bambi* (16x), *Vzhůru do oblak* (10x), *Ledové království* (9x), *Velká šestka* (7x), *Encanto* (4x), *Sněhurka a sedm trpaslíků* (4x), *Popelka* (4x), *Medvědí bratři* (3x), *Frčíme* (3x), *Duše* (3x). Následující filmy byly zmíněny 1x: *Raya a drak*, *Doba ledová*, *Hercules*, *Auta 3*, *Aladin*, *Tarzan*, *Knihy džunglí*, *Rio*, *Lilo & Stitch* a *101 dalmatinů*. Kromě animovaných filmů respondenti zaznamenávali téma i v hraných filmech nebo seriálech od Walta Disneyho: *Star Wars – seriál* (5x) a *Marvel* (1x). Tabulka 14 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Deprese

Toto téma zaznamenalo 266 respondentů (70,6 %) ve filmu *V hlavě*, 137 respondentů (36,3 %) ve filmu *Hledá se Dory*, 51 respondentů (13,5 %) ve filmu *Zootropolis: Město Zvířat*, 46 respondentů (12,2 %) ve filmu *Zvoník u Matky Boží*, 32 respondentů (8,5 %) ve filmu *Coco* a 37 respondentů (9,8 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 9 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 27 respondentů (7,2 %) a to v následujících filmech: následující filmy byly zmíněny 2x: *Lví král*, *Sněhurka*, *Ledové království*, *Medvídek Pú*, *Duše*, *Hledá se Nemo*, *Popelka*, *Velká šestka*, *Vzhůru do oblak*, *Encanto*, *Proměna*. Následující filmy byly zmíněny 1x: *Malá mořská víla*, *Auta 3*, *Příšerky s.r.o.*, *Raubíř Ralf* a *Dumbo*. Tabulka 15 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Rasismus

Toto téma zaznamenalo 190 respondentů (50,4 %) ve filmu *Zootropolis: Město zvířat*, 65 respondentů (17,2 %) ve filmu *Zvoník u Matky Boží*, 18 respondentů (4,8 %) ve filmu *Hledá se Dory*, 7 respondentů (1,9 %) ve filmu *V hlavě* a 125 respondentů (33,2 %) toto téma

nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 10 doplňující výsledky je k nahlédnutí Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 16 respondentů (4,2 %) a to v následujících filmech: Pocahontas (9x). Následující filmy byly zmíněné 1x: Proměna, Mulan, Malá mořská víla, Petr Pan, Princezna a žabák a Píseň jihu. Kromě animovaných filmů respondent zaznamenal téma i v hraném filmu od Walta Disneyho: Piráti z Karibiku (1x). Tabulka 16 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Stereotyp

Toto téma zaznamenalo 146 respondentů (38,7 %) ve filmu Zootropolis: Město zvířat, 50 respondentů (13,3 %) ve filmu Hledá se Dory, 50 respondentů (13,3 %) ve filmu V hlavě, 50 respondentů (13,3 %) ve filmu Coco, 48 respondentů (12,7 %) ve filmu Zvoník u Matky Boží a 116 respondentů (30,8 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 11 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 33 respondentů (8,8 %) a to v následujících filmech: Rebelka (4x), Encanto (3x), Na vlásku (3x). Následující filmy byly zmíněné 2x: Hledá se Nemo, Příšerky s.r.o., Princezna a žabák, Mulan, Popelka, Aladin a Kráska a zvíře. Následující filmy byly zmíněné 1x: Pocahontas, Toy Story, Sněhurka, Proměna, Raya a drak, Lilo & Stitch, Anastázie, Atlantida a Auta. Tabulka 17 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Hendikep

Toto téma zaznamenalo 205 respondentů (54,4 %) ve filmu Hledá se Dory, 200 respondentů (53,1 %) ve filmu Zvoník u Matky Boží, 51 respondentů (13,5 %) ve filmu Zootropolis: Město zvířat, 19 respondentů (5 %) ve filmu Coco, 12 respondentů (3,2 %) ve filmu V hlavě a 37 respondentů (9,8 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 12 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 20 respondentů (5,3 %) a to v následujících filmech: Hledá se Nemo (7x), Dumbo (2x). Následující filmy byly zmíněné 1x: Planeta pokladů, Vzhůru do oblak, Popelka, Sněhurka, Kráska a zvíře, Roboti, Proměna, Rio, Divnosvět a Auta. Kromě animovaných filmů respondent zaznamenal

téma i v hraném seriálu od Walta Disneyho: Star Wars – seriál (1x). Tabulka 18 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Pokřivené náboženské představy

Toto téma zaznamenalo 133 respondentů (35,3 %) ve filmu Zvoník u Matky Boží, 46 respondentů (12,2 %) ve filmu Coco, 14 respondentů (3,7 %) ve filmu Zootropolis: Město zvířat, 2 respondenti (0,5 %) ve filmu V hlavě, 1 respondent (0,3 %) ve filmu Hledá se Dory a 185 respondentů (49,1 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 13 doplňující výsledky je k nahlédnutí Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 5 respondentů (1,3 %) a to v následujících filmech: Mulan (3x), Princezna a žabák (1x) a Aladin (1x). Tabulka 19 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Radikalismus

Toto téma zaznamenalo 78 respondentů (20,7 %) ve filmu Zootropolis: Město zvířat, 55 respondentů (14,6 %) ve filmu Zvoník u Matky Boží, 19 respondentů (5 %) ve filmu Coco, 12 respondentů (3,2 %) ve filmu V hlavě, 10 respondentů (2,7 %) ve filmu Hledá se Dory a 225 respondentů (59,7 %) toto téma nezaznamenali v žádném animovaném filmu od Walta Disneyho. Graf 14 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V jiných animovaných filmech od Walta Disneyho toto téma zaznamenalo 22 respondentů (5,8 %) a to v následujících filmech: Lví král (4x), Kráska a zvíře (3x), Pocahontas (2x), Popelka (2x). Následující filmy byly zmíněny 1x: Anastázie, Sněhurka, Hledá se Nemo, Ledové království, Raubíř Ralf, Příšerky s.r.o., Velká šestka, Aladin a Tarzan. Kromě animovaných filmů respondent zaznamenal téma i v hraném seriálu od Walta Disneyho: Star Wars – seriál (1x). Tabulka 20 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P III: Tabulky.

Respondenti u jednotlivých témat zmiňovali i filmy, které nejsou ve výhradní produkci Walta Disneyho. U tématu Smrti byl zmíněn film Madagaskar (1x). U tématu Deprese byl také zmíněn film Madagaskar (1x). U tématu Rasismus byl zmíněn film Hotel Transylvánie (1x). U tématu Stereotyp byl opět zmíněn film Madagaskar (2x). U tématu Hendikep byl zmíněn film Jak vycvičit draka (2x). U tématu Pokřivené náboženské představy byl zmíněn film Eldorado (1x). U tématu Radikalismus byly zmíněny filmy Já padouch (1x), Trollové

(1x) a Emoji ve filmu (1x). Tyto informace jsou uvedeny v tabulkách u jednotlivých témat v Příloze P III: Tabulky.

V celkovém porovnání výskytu sociálních témat ve vybraných filmech si respondenti nejvíce všimli: Smrti ve filmu *Coco* (275x; 72,9 %), Deprese ve filmu *V hlavě* (266x; 70,6 %), Rasismu v *Zootropolis: Město zvířat* (190x; 50,4 %), Stereotypu ve filmu *Zootropolis: Město zvířat* (146x; 38,7 %), Hendikepu ve filmu *Hledá se Dory* (205x; 54,4 %). V případě témat Pokřivené náboženské představy (185x; 49,1 %) a Radikalismus (225x; 59,7 %) respondenti nejčastěji volili možnost „V žádném animovaném filmu od Walta Disneyho“. Ale z uvedených animovaných filmů si nejvíce všimli Pokřivených náboženských představ ve filmu *Zvoník u Matky Boží* (133x; 35,3 %) a Radikalismu ve filmu *Zootropolis: Město Zvířat* (78x; 20,7 %). Zastoupení jednotlivých kategorií v číslech uvádí Tabulka 10.

Vnímání sociálních témat ve vybraných filmech (N=377)							
NÁZEV FILMU	SMRT	DEPRESE	RASISMUS	STEREOTYP	HENDIKEP	POKŘIVENÉ NÁBOŽENSKÉ PŘEDSTAVY	RADIKALISMUS
<i>Zootropolis: Město zvířat</i>	39 (10,3%)	51 (13,5%)	190 (50,4%)	146 (38,7%)	51 (13,5%)	14 (3,7%)	78 (20,7%)
<i>Hledá se Dory</i>	145 (38,5%)	137 (36,3%)	18 (4,8%)	50 (13,3%)	205 (54,4%)	1 (0,3%)	10 (2,7%)
<i>Zvoník u Matky Boží</i>	63 (16,7%)	46 (12,2%)	65 (17,2%)	48 (12,7%)	200 (53,1%)	133 (35,3%)	55 (14,6%)
<i>V hlavě</i>	28 (7,4%)	266 (70,6%)	7 (1,9%)	50 (13,3%)	12 (3,2%)	2 (0,5%)	12 (3,2%)
<i>Coco</i>	275 (72,9%)	32 (8,5%)	18 (4,8%)	50 (13,3%)	19 (5%)	46 (12,2%)	19 (5%)
<i>V žádném animovaném filmu od Walta Disneyho</i>	21 (5,6%)	37 (9,8%)	125 (33,2%)	116 (30,8%)	37 (9,8%)	185 (49,1%)	225 (59,7%)
<i>V jiném animovaném filmu</i>	137 (36,3%)	27 (7,2%)	16 (4,2%)	33 (8,8%)	20 (5,3%)	5 (1,3%)	22 (5,8%)

Tabulka 10 Vnímání sociálních témat ve vybraných filmech (zdroj: vlastní)

8.2.3 Třetí část

Tato část dotazníku se věnovala pěti animovaným filmům od Walta Disneyho: *Coco*, *V hlavě*, *Zootropolis: Město Zvířat*, *Hledá se Dory*, *Zvoník u Matky Boží* a jejich sociálním tématům, kterým se jednotlivé filmy věnují dle analýzy sekundárních dat. Všech 377 respondentů (100 %) bylo zprvu dotázáno, zda daný film viděli, pokud ano, dotazník je přeměřoval na určený film, kde bylo ve zkratce popsáno téma. Respondenti v této části dále volili, jaký je jejich názor na způsob prezentování tématu ve filmu. Pokud určitý film neviděli, dotazník je přeměřoval na další film. Bylo možné zvolit jen jednu odpověď z následujících: *zcela adekvátní*, *spíše adekvátní*, *neutrální názor*, *spíše neadekvátní*, *zcela neadekvátní*. Zpracovaná data k této části uvádí Tabulka 11 níže.

Coco – smrt

Film Coco vidělo 278 respondentů (73,7 %) a 99 respondentů (26,3 %) film nevidělo.

Popis z dotazníku: *Téma smrti se většinou mladším divákům nezobrazuje. Je totiž vnímané jako tabu téma, jako něco, čeho by se mladší publikum mělo bát. Hlavní postava Miguel se v příběhu ocitne v říši mrtvých, kde zjišťuje, že smrt je součástí života.*

Jaký byl názor respondentů na způsob prezentování smrti ve filmu Coco odpovídalo 278 respondentů, což zastupuje 100 %. Jejich postoj je následující: pro 206 respondentů (74,1 %) je zobrazení zcela adekvátní, pro 47 respondentů (16,9 %) je zobrazení spíše adekvátní, 20 respondentů (7,2 %) je neutrálního názoru, pro 5 respondentů (1,8 %) je zobrazení spíše neadekvátní a pro 0 respondentů (0 %) je zobrazení zcela neadekvátní.

V hlavě – deprese – mentální zdraví

Film V hlavě vidělo 316 respondentů (83,8 %) a 61 respondentů (16,2 %) film nevidělo.

Popis z dotazníku: *Tento film se věnuje duševnímu zdraví a emocionálnímu vývoji. Hlavní hrdinka Riley se potýká s různými stádii deprese. Tvůrci chtěli poukázat na to, že když se člověk potýká s depresí a dalšími psychickými poruchami není "jen smutný", jak se v médiích často ukazuje. Film ukazuje, jak život s depresí může vypadat a že odpírání a potlačování emocí, ať už smutku nebo radosti, je velice nebezpečné.*

Jaký byl názor respondentů na způsob prezentování deprese ve filmu V hlavě odpovídalo 316 respondentů, což zastupuje 100 %. Jejich postoj je následující: pro 180 respondentů (57 %) je zobrazení zcela adekvátní, pro 94 respondentů (29,7 %) je zobrazení spíše adekvátní, 35 respondentů (11,1 %) je neutrálního názoru, pro 5 respondentů (1,6 %) je zobrazení spíše neadekvátní a pro 2 respondenty (0,6 %) je zobrazení zcela neadekvátní.

Zootropolis: Město zvířat – rasismu a stereotyp

Film Zootropolis: Město zvířat vidělo 314 respondentů (83,3 %) a 63 respondentů (16,7 %) film nevidělo.

Popis z dotazníku: *Film ukazuje segregaci, rasismus založený na instinktivním chování zvířat a na stereotypizaci rolí. Společnost je rozdělena na dravá zvířata a kořist. Film tak vysvětluje znepokojivé téma metaforicky pomocí zvířat, které jsou viděna, jako klasické postavy v příbězích pro děti. Poselství filmu tkví v tom, že ať se nám to líbí nebo ne, všichni v sobě máme rasové předsudky. Pokud si je uvědomíme a budeme se je snažit překonat, můžeme vybudovat spravedlivější a tolerantnější společnost.*

Jaký byl názor respondentů na způsob prezentování rasismu a stereotypu ve filmu Zootropolis: Město zvířat odpovídalo 314 respondentů, což zastupuje 100 %. Jejich postoj je následující: pro 160 respondentů (51 %) je zobrazení zcela adekvátní, pro 92 respondentů (29,2 %) je zobrazení spíše adekvátní, 48 respondentů (15,3 %) je neutrálního názoru, pro 9 respondentů (2,8 %) je zobrazení spíše neadekvátní a pro 5 respondentů (1,6 %) je zobrazení zcela neadekvátní.

Hledá se Dory – hendikep

Film Zootropolis: Město zvířat vidělo 330 respondentů (87,5 %) a 47 respondentů (12,5 %) film nevidělo.

Popis z dotazníku: *Film v sobě nese závažnější problém, který demonstruje problémy spojené s postižením. Ať už je to Dory a její krátkodobá ztráta paměti, Destiny (žralok), který je krátkozraký, Bailey (běluha) a její problém s echolokací, který poukazuje na posttraumatickou stresovou poruchu. Jejich vzájemná podpora jim pomáhá překonávat strasti spojené s jejich postižením a má ukázat dětem, aby svým kamarádům s hendikepem pomáhaly. Dory tak ukazuje, že překážky překonává svou pozitivitou a dokazuje, že její postižení není slabost. Film ukazuje, že se nikdy nemáme na někoho dívat svrchu.*

Jaký byl názor respondentů na způsob prezentování hendikepu ve filmu Hledá se Dory odpovídalo 330 respondentů, což zastupuje 100 %. Jejich postoj je následující: pro 204 respondentů (61,8 %) je zobrazení zcela adekvátní, pro 75 respondentů (22,7 %) je zobrazení spíše adekvátní, 44 respondentů (13,3 %) je neutrálního názoru, pro 4 respondenty (1,3 %) je zobrazení spíše neadekvátní a pro 3 respondenty (0,9 %) je zobrazení zcela neadekvátní.

Zvoník u Matky Boží – pokřivené náboženské představy a radikalismus

Film Zvoník u Matky Boží vidělo 161 respondentů (43,2 %) a 216 respondentů (56,8 %) film nevidělo.

Popis z dotazníku: *Kromě hendikepu, rasismu, a předsudků film poukazuje i na náboženský fanatismus, který je znázorněn v postavě Frolla. Ten se považuje za ministra spravedlnosti. Nejsou mu cizí praktiky jako je masová genocida, vraždy a záměrné usmrcení dětí. Své skutky omlouvá tím, že je dělá z vůle Boží.*

Jaký byl názor respondentů na způsob prezentování tématu pokřivené náboženské představy a radikalismu ve filmu Zvoník u Matky Boží odpovídalo 161 respondentů, což zastupuje

100 %. Jejich postoj je následující: pro 69 respondentů (42,9 %) je zobrazení zcela adekvátní, pro 47 respondentů (29,2 %) je zobrazení spíše adekvátní, 38 respondentů (23,6 %) je neutrálního názoru, pro 6 respondentů (3,7 %) je zobrazení spíše neadekvátní a pro 1 respondenta (0,6 %) je zobrazení zcela neadekvátní.

V celkovém porovnání všech filmů s tématy se respondenti shodli na tom, že když film viděli, způsob prezentování témat je z jejich pohledu zcela adekvátní viz. barevné označení v Tabulka 11.

Názor respondentů na způsobu prezentování témat v animovaných filmech										
Film Téma	Coco Smrt		V hlavě MZ - Deprese		Zootropolis: Město zvířat Rasismu a Stereotyp		Hledá se Dory Hendikep		Zvoník u Matky Boží Pokřivené náboženské představy a Radikalismus	
Jaký je Váš názor na způsob prezentování	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%
Zcela adekvátní	206	74,1%	180	57%	160	51%	204	61,8%	69	42,9%
Spíše adekvátní	47	16,9%	94	29,7%	92	29,3%	75	22,7%	47	29,2%
Neutrální	20	7,2%	35	11,1%	48	15,3%	44	13,3%	38	23,6%
Spíše neadekvátní	5	1,8%	5	1,6%	9	2,8%	4	1,3%	6	3,7%
Zcela neadekvátní	0	0%	2	0,6%	5	1,6%	3	0,9%	1	0,6%
Celkem	278	100,0%	316	100%	314	100%	330	100%	161	100%

Tabulka 11 Názor respondentů na způsobu prezentování témat v animovaných filmech (zdroj: vlastní)

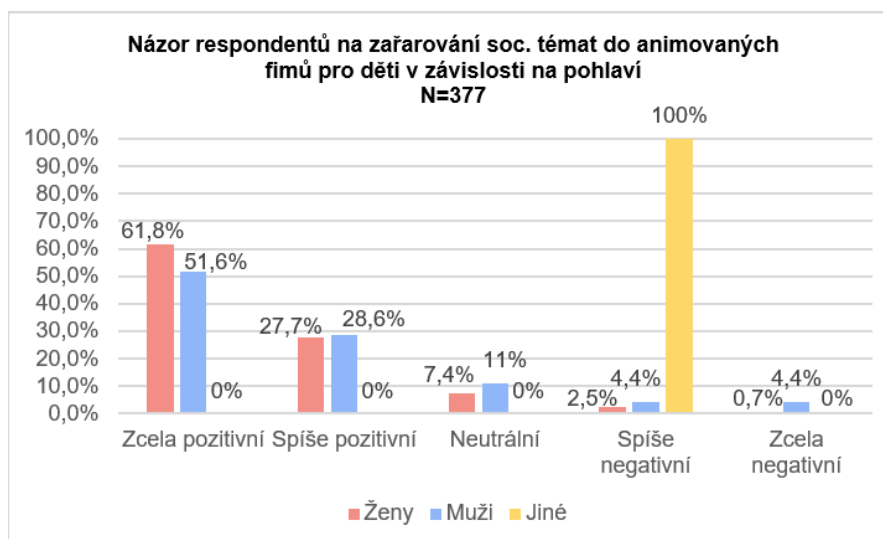
8.2.4 Čtvrtá část

Čtvrtá část dotazníku byla zaměřená na názory respondentů v oblasti obecného zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti. Na následující otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %) a byla možná jen jedna odpověď.

Z obecného hlediska zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti je z celkového počtu zcela pozitivního názoru 223 respondentů (59,2 %), spíše pozitivní je 105 respondentů (27,9 %), neutrální názor zaujalo 31 respondentů (8,2 %), spíše negativní je 12 respondentů (3,2 %) a zcela negativní postoj má 6 respondentů (1,6 %). Graf 15 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V rámci vyhodnocování dotazníku byla tato otázka provázaná s pohlavím a věkem respondentů zvlášť. Graf 1 ukazuje provázání otázky s pohlavím respondentů. Čili jaký je názor respondentů na zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti v závislosti na pohlaví respondenta. Muži i ženy nejvíce zaujali zcela pozitivní postoj (ženy 61,8 %; muži 51,6 %). Spíše pozitivní názor zaujalo 27,7 % žen a 28,6 % mužů.

Neutrální postoj zaujalo 7,4 % žen a 11 % mužů. Spíše negativní názor zaujalo 2,5 % žen, 4,4 % mužů a 100 % jiných. Zcela negativní postoj zaujalo 0,7 % žen a 4,4 % mužů.



Graf 1 Soc. témata do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)

Tabulka 12 znázorňuje provázanou otázku s věkem respondentů. Čili jaký je názor respondentů na zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti v závislosti na věku respondentů. U respondentů ve věku od 15 do 39 let převažuje zcela pozitivní názor. U respondentů ve věku 40 až 49 let převažuje spíše pozitivní názor ovšem u respondentů ve věku 50 až 59 let nepřevažuje žádný názor a zastávají názory zcela pozitivní, spíše pozitivní a neutrální ve stejné míře. Podobně tomu je i u respondentů ve věku 60 až 69 u kterých jsou ve stejné míře zastoupeny zcela negativní a spíše pozitivní názory.

Zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti v závislosti na věku respondentů.							
OTÁZKA	VĚK RESPONDENTŮ						
Jaký je Váš názor na zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti?	15 až 19 let	20 až 29 let	30 až 39 let	40 až 49 let	50 až 59 let	60 až 69 let	Celkový součet
Zcela negativní	0%	0%	3,5%	3,6%	0%	50,0%	1,6%
Neutrální	6,7%	7,1%	9,6%	7,1%	28,6%	0%	8,2%
Zcela pozitivní	60%	62,6%	59,6%	42,9%	28,6%	0%	59,2%
Spíše negativní	0%	2,8%	4,4%	0%	14,3%	0%	3,2%
Spíše pozitivní	33,3%	27,5%	22,8%	46,4%	28,6%	50%	27,9%
Celkový součet	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabulka 12 Zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti v závislosti na věku respondentů. (zdroj: vlastní)

ADEKVÁTNOST ZAŘAZOVÁNÍ KONKRÉTNÍCH SOCIÁLNÍCH TÉMAT DO ANIMOVANÝCH FILMŮ PRO DĚTI

Na následující otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %) a bylo možné zvolit jen jednu odpověď z následujících: *zcela adekvátní, spíše adekvátní, neutrální názor, spíše neadekvátní, zcela neadekvátní*. V případě adekvátnosti konkrétních sociálních témat a jejich zařazování do animovaných filmů pro děti jsou výsledky pro každé téma zvlášť následující. Tabulka 13 doplňující výsledky je k nahlédnutí níže.

Smrt

Zařazování tématu Smrti do animovaných filmů pro děti je pro 196 respondentů (52 %) zcela adekvátní, pro 117 respondentů (31 %) spíše adekvátní, 43 respondentů (11,4 %) zaujalo neutrální postoj, pro 13 respondentů (3,4 %) spíše neadekvátní a pro 8 respondentů (2,1 %) zcela neadekvátní.

Mentální zdraví

Zařazování tématu Mentálního zdraví do animovaných filmů pro děti je pro 221 respondentů (58,6 %) zcela adekvátní, pro 101 respondentů (26,8 %) spíše adekvátní, 41 respondentů (10,9 %) zaujalo neutrální postoj, pro 8 respondentů (2,1 %) spíše neadekvátní a pro 6 respondentů (1,6 %) zcela neadekvátní.

Rasismus

Zařazování tématu Rasismu do animovaných filmů pro děti je pro 174 respondentů (46,2 %) zcela adekvátní, pro 100 respondentů (26,5 %) spíše adekvátní, 61 respondentů (16,2 %) zaujalo neutrální postoj, pro 23 respondentů (6,1 %) spíše neadekvátní a pro 19 respondentů (5 %) zcela neadekvátní.

Stereotyp

Zařazování tématu Stereotypu do animovaných filmů pro děti je pro 205 respondentů (54,4 %) zcela adekvátní, pro 91 respondentů (24,1 %) spíše adekvátní, 55 respondentů (14,6 %) zaujalo neutrální postoj, pro 17 respondentů (4,5 %) spíše neadekvátní a pro 9 respondentů (2,4 %) zcela neadekvátní.

Hendikep

Zařazování tématu Hendikep do animovaných filmů pro děti je pro 225 respondentů (59,7 %) zcela adekvátní, pro 93 respondentů (24,7 %) spíše adekvátní, 46 respondentů (12,2 %) zaujalo neutrální postoj, pro 6 respondentů (1,6 %) spíše neadekvátní a pro 7 respondentů (1,9 %) zcela neadekvátní.

Pokřivené náboženské představy

Zařazování tématu Pokřivené náboženské představy do animovaných filmů pro děti je pro 131 respondentů (34,7 %) zcela adekvátní, pro 96 respondentů (25,5 %) spíše adekvátní, 100 respondentů (26,5 %) zaujalo neutrální postoj, pro 32 respondentů (8,5 %) spíše neadekvátní a pro 18 respondentů (4,8 %) zcela neadekvátní.

Radikalismus

Zařazování tématu Radikalismu do animovaných filmů pro děti je pro 132 respondentů (35 %) zcela adekvátní, pro 99 respondentů (26,3 %) spíše adekvátní, 94 respondentů (24,9 %) zaujalo neutrální postoj, pro 35 respondentů (9,3 %) spíše neadekvátní a pro 17 respondentů (4,5 %) zcela neadekvátní.

V celkovém zobrazení všech témat a jejich adekvátnost či neadekvátnost zařazování do animovaných filmů pro děti má nejvyšší procentuální zastoupení odpověď zcela adekvátní u každého tématu viz Tabulka 13 níže.

ADEKVÁTNOST ZAŘAZOVÁNÍ KONKRÉTNÍCH SOCIÁLNÍCH TÉMAT DO ANIMOVANÝCH FILMŮ PRO DĚTI														
Téma	Smrt		MZ - Deprese		Rasismus		Stereotyp		Hendikep		Pokřivené náboženské představy		Radikalismus	
	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%	Počet	%
Zcela adekvátní	196	52%	221	58,6%	174	46,2%	205	54,4%	225	59,7%	131	34,7%	132	35%
Spíše adekvátní	117	31%	101	26,8%	100	26,5%	91	24,1%	93	24,7%	96	25,5%	99	26,3%
Neutrální	43	11,4%	41	10,9%	61	16,2%	55	14,6%	46	12,2%	100	26,5%	94	24,9%
Spíše neadekvátní	13	3,4%	8	2,1%	23	6,1%	17	4,5%	6	1,6%	32	8,5%	35	9,3%
Zcela neadekvátní	8	2,1%	6	1,6%	19	5%	9	2,4%	7	1,9%	18	4,8%	17	4,5%
Celkem	377	100%	377	100%	377	100%	377	100%	377	100%	377	100%	377	100%

Tabulka 13 Adekvátnost zařazování konkrétních sociálních témat do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)

8.2.5 Pátá část

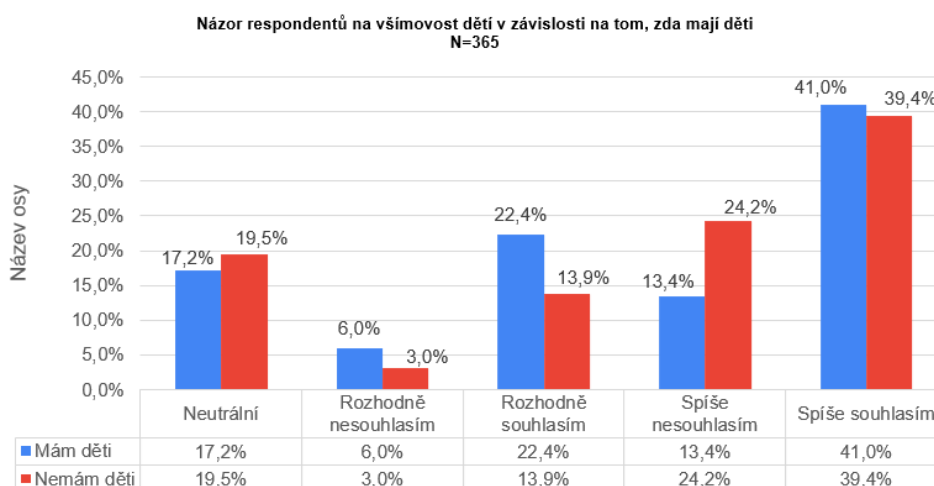
Doplňující otázky

Na následující otázky odpovídalo všech 377 respondentů (100 %). Čtvrtá část dotazníku začínala následujícím tvrzením: „Filmy, které poukazují na problémy ze skutečného života a jak je řešit mohou pomoci behaviorálnímu a kognitivnímu vývoji dítěte.“ Bylo možné

zvolit jen jednu odpověď z následujících: *rozhodně souhlasím, spíše souhlasím, neutrální, spíše nesouhlasím, zcela nesouhlasím*. Respondenti se k tomuto tvrzení vyjádřili následovně: 193 respondentů (51,2 %) rozhodně souhlasí, 147 respondentů (39 %) spíše souhlasí, 24 respondentů (6,4 %) zaujalo neutrální postoj, 10 respondentů (2,7 %) spíše nesouhlasí a 3 respondenti (0,8 %) zcela nesouhlasí. Graf 16 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

Následovala otázka, zda se respondenti domnívají, že si děti při sledování animovaného filmu všímají sociálních témat. 64 respondentů (17 %) rozhodně souhlasí, 151 respondentů (40,1 %) spíše souhlasí, 71 respondentů (18,8 %) zaujalo neutrální postoj, 76 respondentů (20,2 %) spíše nesouhlasí a 15 respondentů (4 %) rozhodně nesouhlasí. Graf 17 doplňující výsledky je k nahlédnutí v Příloze P II: Grafy.

V rámci vyhodnocování dotazníkového šetření byla tato otázka provázána s tím, zda respondenti mají či nemají děti. Čili zda si respondenti myslí, že si děti všímají sociálních témat při sledování animovaných filmů, v závislosti na tom, zda respondenti mají či nemají děti. Otázka v dotazníku, zda respondent má či nemá dítě byla dobrovolná. Proto pro procentuální výpočet základu sloužil počet respondentů, kteří odpověděli, zda mají či nemají děti. Celkem odpovědělo 365 respondentů (100 %). U odpovědi rozhodně souhlasí převažují respondenti, kteří mají děti 22,4 % oproti respondentům, kteří děti nemají 13,9 %. Spíše souhlasí 41 % respondentů, kteří mají děti a 39,4 % respondentů, kteří nemají děti. Neutrální postoj zaujalo celkem a 17,2 % kteří děti mají a 19,5 % respondentů, kteří nemají děti. S tvrzením spíše nesouhlasí převažovali respondenti, kteří nemají děti 24,4 % oproti respondentům, kteří děti mají 13,4 %. Rozhodně nesouhlasí 6 % respondentů, kteří mají děti oproti 3 % respondentů, kteří nemají děti. Graf 2 doplňující výsledky je k nahlédnutí níže.



Graf 2 Názor respondentů na všímavost dětí v závislosti na tom, zda mají děti
(zdroj: vlastní)

8.2.6 Filmy a sociální témata od respondentů dotazníkové šetření

Na konci dotazníkové šetření byl zařazen dotaz na respondenty, zda je napadá jakýkoliv animovaný film od Walta Disneyho, který mluvil o podobných a zároveň i jiných tématech. Celkem 127 respondentů (33,7 %) odpovědělo na otevřenou. Následně budou uvedeny animované filmy od Walta Disneyho, které se opakovali dvakrát a více.

Aladin – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: chudoba (1x), touha žít lépe (1x), škatulkování do společenských vrstev (2x), povrchnost (1x), sociální diskriminace (1x).

Auta – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (1x), psychické poruchy (1x), syndrom vyhoření (1x).

Dumbo – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: krutost ke zvířatům (1x), hendikep (2x).

Duše – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: nesmíření se se smrtí (1x), každý máme nějaké poslání (1x).

Encanto – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: generační trauma (2x), zobrazení hlavní hrdinky s brýlemi – novinka (1x), náboženská úcta k rodině (1x), strach z budoucnosti (1x), deprese (1x), PTSD (1x), sociální tlak (1x), každý jsme výjimečný a nemusíme mít super schopnost (1x), potlačování osobnosti hlavní postavy (1x), důležitost rodinných tradic (1x), smrt (1x), deprese (1x).

Frčíme – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: přijetí smrti otce (2x), komunikace s rodinou (1x), porovnávání se mezi sourozenci (1x), stereotyp (1x)

Hledá se Nemo – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (2x), hendikep (1x).

Kráska a zvíře – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou předsudky (6x), nedát na první dojem (1x), obtěžování (sexismus) (1x), stereotypizace žen (1x).

Ledové království – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (5x), předsudky z neznámého (2x), radikalismus (1x), mentální zdraví (1x), deprese (1x), úzkosti (1x), feminismus (1x), hendikep (1x), žena nepotřebuje muže k tomu, aby vládla (1x), psychické problémy (1x), předsudky (1x), vztah sester (1x), potlačování osobnosti hlavní postavy (1x).

Luca – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: rasismus (2x), předsudky (1x), sebepoznání (1x).

Lví král – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (5x), předsudky (1x), deprese (1x), zodpovědnost (1x), touha po moci je špatná (1x), problémy se musí řešit i kdyby se jim člověk chtěl vyhýbat (1x), zrada (1x).

Medvědí bratři – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (3x), odloučení (1x).

Medvídek Pú – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: každá postava představuje mentální poruchy (2x), hendikep (1x).

Na vlásku – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: únos (1x), smrt (1x), problém s důvěrou (1x), úzkosti (1x), šikana (1x), psychické týrání (1x), rodič narcis (1x), následování svých snů (1x).

Odvážná Vaiana – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: naši blízcí jsou s námi i po smrti (1x), rodina (1x) důležitost toho, odkud pocházíme (1x), naděje (1x), respekt vůči starším (1x), stereotyp (2x), smrt (3x), překonávání svých hranic (1x).

Pocahontas – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: rasismus (4x), společenské třídy (1x).

Popelka – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: šikana (1x), psychické týrání (1x), komplikované rodinné vztahy (1x), stereotyp (1x), vyřazení z rodinného kolektivu (1x), ponížení (1x), otrok (1x).

Proměna – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: dospívání u dívek (3x), generační trauma (1x), menstruace (1x), rodinné problémy (1x)

Rebelka – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: emancipace (1x), mužské a ženské role (1x), sexismus (1x).

Sněhurka – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: neshody v rodině (1x), smrt (1x), závist (1x), radikalismus (1x), násilí (1x), zášť (1x).

Univerzita pro příšerky – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: šikana (1x), předsudky (1x), podceňování slabších (1x), škatulkování (1x).

Velká šestka – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (2x), opuštění (1x).

Vzhůru do oblak – v této animované pohádce respondenti zaznamenali témata jako jsou: smrt (2x), stáří (1x), osamělost (1x).

Z celkového počtu odpovědí, tedy 127 respondentů (33,7 %) bylo nejčastěji zmiňované téma smrti, a to celkem 31x.

8.2.7 Zajímavé myšlenky respondentů

Devět respondentů ze 127, kteří odpověděli na otevřenou otázku se shodlo, že v každém animovaném filmu od Walta Disneyho je rozebíráno nějaké sociální téma.

Například respondentka číslo 208, která má děti napsala: *„Opravdu mám ráda, když je v pohádce vidět problematika skutečného života, přijde jim (dětem) to pak víc "normální". Myslím si, že je potřeba aby děti věděli že je v pořádku, že je každý jiný, je v pořádku projevat emoce ať pozitivní tak i ty negativní a smrt je bohužel součástí života a dítě by mělo vědět, že to tak prostě je. V pohádkách bylo vždy dobro a zlo, není ideální, aby děti žily ve světě, kde si myslí že je vše "ružové".“*

Respondentka číslo 220 napsala: *„Obecně se v animacích často řeší otázka, kým má člověk být, jak se chovat, co udělat, jak si najít místo ve společnosti, jak zapadnout, jak dosáhnout svých cílů. Jak dělat to, co sama chce a ne to, co chtějí jiní. Jak se vyrovnat se ztrátou nebo s láskou.“*

Oproti tomu respondent číslo 328 napsal: „*Jsou to jen pohádky pro pobavení dětí a není třeba v nich hledat něco jiného.*“

8.3 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření přineslo několik základních a zajímavých poznatků vztahujících se k novému tématu sociálním tématům v animovaných snímcích Walta Disneyho.

První část dotazníku se věnovala tomu, jak respondenti nahlíží na tvorbu Walta Disneyho. Ukázalo se, že pro respondenty ve věkovém rozmezí 15 až 59 let jsou animované filmy Walta Disneyho součástí jejich dětství. Účastníci dotazníkového šetření si s Waltem Disneyem nejvíce asociují pozitivní emoce jako jsou vzpomínky na dětství, zábavu, radost a klid. V poslední řadě se respondenti shodli na tom, že tvorba Walta Disneyho je známá, zábavná, oblíbená, moderní a jedinečná.

Druhá část dotazníku se věnovala sociálním tématům v Disneyho animovaných snímcích. Z možností respondenti nejvíce zaznamenávají téma *Smrt blízkého člena rodiny* (301 respondentů; 79,8 %). Respondenti si všimli i jiných témat jako je například *Šikana*. Z pohledu pohlaví respondentů, se dá říct, že ženy oproti mužům témata zaznamenávají více. Následovali konkrétní sociální témata a konkrétní animované filmy od Walta Disneyho. Výsledky dotazníkového šetření se shodly s analýzou sekundárních dat, až na jedno téma a tím je *Radikalismus*. Toho si respondenti dotazníkového šetření nejvíce všimli ve filmu *Zootropolis: Město zvířat*. Někteří účastníci dotazníkového šetření využili možnost napsat ke každému tématu animovaný film, ve kterém dané téma zaznamenali.

Třetí část dotazníku se věnovala pěti animovaným filmům od Walta Disneyho a názoru respondentů na adekvátnost zobrazení témat. Respondenti se shodli na tom, že v případě, kdy film viděli, způsob prezentování témat jim přišlo zcela adekvátní. Nejvíce se respondenti shodli na prezentování tématu *Smrti* v animovaném filmu *Coco* (206 respondentů; 74,1 %).

Čtvrtá část dotazníku byla zaměřená na názory respondentů v oblasti zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti. Nadpoloviční většina respondentů (223; 59,2 %) je pozitivního názoru. Z konkrétního pohledu, témata jako *Smrt*, *Deprese*, *Rasismus*, *Stereotyp*, *Hendikep*, *Pokřivené náboženské představy* a *Radikalismus* jsou respondenty, z pohledu adekvátnosti zařazování do animovaných filmů pro děti, vnímané jako zcela adekvátní.

Pátá a zároveň poslední část dotazníku byla zaměřená na doplňující otázky. Například, co si respondenti myslí o dětech a jejich všímavosti sociálních témat při sledování animovaných filmů. Poslední otázka dotazníku byla pro respondenty dobrovolná, bylo možné vyjádřit názory a pocity k danému tématu, a hlavně napsat filmy a témata, která vnímají oni. Této možnosti využilo celkem 127 respondentů (33,7 %). Od respondentů bylo zmíněno více jak 23 animovaných filmů, ve kterých popisovali témata, která zaznamenali.

9 EXPERTNÍ ROZHOVOR

Moderátorka se s expertem sešel osobně a rozhovor trval necelých 60 minut. Odkaz na rozhovor je součástí Přílohy P IV: Odkaz na expertní rozhovor.

9.1 Představení experta

Pro expertní rozhovor byl osloven expert na danou problematiku Mgr. Lukáš Gregor, Ph.D., který působí na Fakultě multimediálních komunikací na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně jako vedoucí Ateliéru Animované tvorby a zároveň proděkan pro tvůrčí činnost. Současně člen Rady Státního fondu kinematografie a člen prezidia Rady animovaného filmu. Zabývá se filmovou řečí a je teoretikem.

Na Univerzitě Palackého v Olomouci studoval filmovou vědu – obor Teorie a dějiny dramatických umění. Na Univerzitě Tomáše Bati začal pracovat jako externí pedagog a od roku 2009 působí jako interní pedagog. V roce 2013 se stal vedoucím Ateliéru Animované tvorby.

Osm let byl externím dramaturgem pro Českou televizi. V roce 2019 navštívil studio DreamWorks a Pixar Animation Studios, kde vedl diskusi se zástupci jednotlivých animačních oddělení. Mimo jiné v Pixar Animation Studios vedl diskusi nad vzděláváním animátorů a nad tvorbou pro děti.

Z vědeckých monografií napsal například *Vzhůru do nekonečna a ještě dál!: Poetika studia Pixar, Typologie a chování postav v animovaných filmech Walt Disney Company I. a II. díl aj.* Z odborné práce v zahraničních/ domácích časopisech napsal například *Rodinný film jako žánr, Pocahontas – Tři podoby jednoho symbolu, Tři základní funkce hudby ve filmech Walta Disneyho, Struktura osobnosti a osobnostní rysy kladných postav ve 2D animovaných filmech Walta Disneyho, Psychologický konflikt v trilogii Toy Story: Příběh hraček aj.*

9.2 Průběh expertního rozhovoru

Na začátku rozhovoru byl expert seznámen s moderátorkou a bylo mu představeno téma diplomové práce. Následně si s moderátorkou odsouhlasili nahrávání rozhovoru pro účely diplomové práce. Z přednastaveného polostrukturovaného scénáře byly zodpovězeny všechny otázky, které byly doplněné o další doprovodné otázky. Ty byly dotázané z důvodu reakce na názor, odpověď, ale také i pro lepší odkrytí tématu.

9.3 Expertní rozhovor

Na otázku, zda animované filmy mohou sloužit jako nástroj pro sociální edukaci společnosti, expert odpověděl, že určitě ano. Sociálním tématům se věnuje, jelikož v nich vidí potenciál i nebezpečí, která mohou obsahovat. Myslí si, že je důležité, abychom se touto oblastí zabývali a zajímali se o ni také z odborného hlediska. Ohledně toho, zda animované filmy mohou ovlivnit vnímání lidí, expert promluvil o animovaném filmu pro děti, kde vnímání jde obzvlášť ovlivnit. Dítě totiž čerpá informace, vzorce chování i myšlení od rodiny či vrstevníků a je přirozené, že mu vše nepředají jen oni. Netýká se to jen dětí, ale děje se to i u dospělých a kolikrát je to podvědomá záležitost. V případě, že se na tuto problematiku koukneme z pohledu filmové řeči, ne vždycky je vše jasně a srozumitelně řečeno, a to platí i u sociálních témat. Ta jsou kolikrát schovaná pod několika vrstvami a nemusíme si je ani uvědomovat. Stane se, že například stereotypy nebo i předsudky přebíráme, a ani si to neuvědomujeme.

WALT DISNEY A SOCIÁLNÍ TÉMATA

Je přirozené, že Walt Disney sociální témata ukazuje, a nejde říct, jestli je to dobře nebo špatně. Celé je to totiž o příbězích a příběhy jsou o lidech (i v případě zobrazení zvířat je to stále o lidech). „Jakýmsi způsobem na jedné straně ten film vždycky zrcadlí to, co se v té společnosti řeší i třeba tabuizovaného.“ Samozřejmě hodně záleží na samotném studiu a tvůrci, do jaké míry se jedná o zrcadlení, jestli tam je vytvářen nový vzorec za účelem změnit třeba nějaké paradigma anebo naopak utvrzovat ve stereotypch. Lidstvo je ve fázi, kdy chce být progresivní a přehodnocovat stereotypy. Například, když si na platformě Disney+ budeme chtít pustit Knihu džunglí, Walt Disney přidal titulky, který říká, že film vznikl v konkrétní době a nese v sobě určité předsudky, parametry apod. Tímto činem se od toho studio jako kdyby distancuje (trošku alibisticky). Je to samozřejmě lepší, než kdyby samotný film přestříhávali anebo byl stažen z platformy. Tento titulek se objevuje u vícero snímků.

Z pohledu diváka je často potřebné, aby bylo téma jasně komunikováno nebo byla využita srozumitelná metafora. Dokonce i rodič je formován nebo i vychováván s těmito rodinnými filmy, protože si ani neuvědomuje, že je film dělaný i pro něj. Například rodič jde s dětmi na film Hledá se Nemo. Film je úspěšný u dětí skrz rybičky, děj i téma jsou srozumitelné, ale do velké míry film vychovává i rodiče, kteří si to často ani neuvědomují. Zobrazování tohoto tématu skrze animovaný film je mnohem lepší, než kdyby šlo o hraný film,

kde si herec nedokáže poradit se synem. V tem moment by se rodič mohl cítit více nekomfortně, protože se ho snaží někdo převychovat.

Na otázku, jestli diváci nejsou přesyceni sociálními tématy, expert odpověděl: „Myslím si, že si to Disney bude hlídat. Nemyslím si, že by to přestřelil, že by až příliš začal být tak moc poplatný té době. Cítí, že společnost je rozdělená. Amerika, jsou dva tábory a on je potřebuje uspokojit oba. Myslím si, že se to nevychýlí.“

Z HISTORICKÉHO POHLEDU

Největší změnu v zobrazování sociálních témat v animovaných filmech udělal Walt Disney v devadesátých letech a výš, hlavně 00. léta. V té době už tolik nedominuje žánr pohádka, a do světa vstupuje rodinný animovaný film, který oproti pohádce otevírá o dost jiná témata, a to i ta sociální. Rodinný animovaný film se se svou 3D technologií stává dražší, ale zároveň, po stránce cílové skupiny, se otevírá i dospělému publiku.

WALT DISNEY A TLAKY OD VEŘEJNOSTI OHLEDNE ZAŘAZOVÁNÍ TÉMAT

Walt Disney Company je veliká kontroverzní korporace, která se snaží oslovovat širokou škálu diváků. Je přirozené, že když chce Walt Disney tvořit pro masu, tak bude obušovat hrany, nebude tolik provokativní a nekomfortní v tom, co za témata budou vynášena na povrch, právě aby nepřišli o diváky. Samozřejmě do toho všeho vstupují i ostatní trhy než jen Amerika. V této oblasti si dávají pozor, jelikož každý trh je specifický.

Poptávka a tlak od lidí je větší a větší. Expert si myslí, že nebýt této skutečnosti, a bylo by to jen na americké společnosti, která je do velké míry konzervativnější než například ta evropská, raději by témata jako je rasa, gender, jinakost aj. tolik neotevírali. Tlaky od lidí byly vždycky. V minulosti to bylo například v podobě dopisů, nebo když rodiče vyšli do ulic. Dnešní tlak je podpořen internetem a také skrze sociální sítě. Veliký tlak je vyvíjen na to, aby se studio k tématům vyjádřilo. Například, aby se vyjádřili k tématu homosexuality, jestli ano nebo ne a také aby tematicky neutlačovali. Byli tak nuceni ve filmu Divnosvět a Zootropolis tuto tematiku otevřít, a to u vedlejších postav. A opět se dostáváme k jádru toho, že je to spíš reakce na poptávku a zrcadlení společnosti. Tlak toho, aby Disney toto téma nezakrývalo. Lidé o něm totiž mluví a bylo by nepřirozené dělat, že takové téma ve společnosti není.

DISNEY A PIXAR

I když Pixar spadá pod Disney, jsou v zobrazování témat odlišní. Na začátku mezi nimi byly neshody. Expert se domnívá, že progresivnější jsou v tomto ohledu právě lidi z Pixaru, kteří se zobrazování témat nebojí. Disney sám od sebe témata nevytahuje a nepojmenovává je. Expert se domnívá, že odlišnost Pixaru se bude postupně propisovat i do Disneyho.

Když byl expert v roce 2019 v Pixar Animation Studios, bavil se s jedním z animátorů o tom, že změnili strategii. Začali totiž najímat pracovníky, ať už animátory, výtvarníky nebo charakter designery, z různých koutů světa. Díky tomu kroku získávají na daná témata pohledy z různých pohledů. Právě diverzifikace uvnitř studia, určitá odlišnost a pestrobarevnost je něco, co definuje Pixar.

CHYBĚJÍCÍ SOCIÁLNÍ TÉMATA

Moderátorka se experta zeptala, zda si povšimnul, že nějaká sociální témata v animované tvorbě chybí. „Když si vezmeme jejich cílovku, tak nemůžou mluvit o všem.“ Ale jsou i tabu témata, která se postupem času objevují. Příkladem je téma Smrt v Disneyho animovaných filmech, na které měl expert jednu ze svých přednášek. Je přirozené, že se téma smrti dostává i do dětského filmu, protože děti si toho samy všímají.

V případě zamyšlení se nad chybějícími tématy, expert zauvažoval, že když půjde do nějakého extrému tak téma, které nezaznamenal, je zneužívání dětí. Je samozřejmě otázkou, zda toto téma zobrazovat nebo ne. Nemyslí si, že by do toho Disney šel, i když je to něco, co se dětí týká. Také se jedná o opravdu hodně bolavé dětské téma a nemyslí si, že by Disney tuto tematiku otevřel. Možná ho jednoho dne překvapí a toto téma podprahově zpracuje Pixar. (Expert mluvil o animovaném filmu, který není od Disneyho s názvem Můj život Cuketky, kde je toto téma pojmenované).

VÝSLEDKY DOTAZNÍKU A NÁZOR EXPERTA

Z dotazníkového šetření vyšlo, že si respondenti sociálních témat všímají a někteří tvrdí, že každý animovaný film Walta Disneyho v sobě nese nějaká sociální témata. Expert s tímto tvrzením souhlasí. Disney vypovídá o společnosti, zrcadlí ji, a to převážně v poslední době, konkrétněji v poslední třetině tvorby. Tady je specifikum příběhů a hrdinů takové, že „na jedné straně akcentují americké animované filmy individualitu toho člověka, ale současně neustále i to, že je nějak napasován v nějakém kontextu nějaké společnosti, takový socializační prvek. Pokud chtějí akcentovat obojí, musejí pracovat i s tou jinakostí

a současně i s tím, jak ho ta společnost přijme a proč ho přijme a proč je důležitý být přijat, nebo být součástí té společnosti. Myslím si, že je to jakýsi vyprávěcí vzorek Disneyho. Hodně zdůrazňuje: buď svůj, klidně jiný, ale nezapomeň že jsi stejně silnější, schopnější, úspěšnější, když spolupracuješ s ostatními.“

V dotazníku se moderátorka věnuje následujícím tématům v konkrétních filmech: Smrt ve filmu *Coco*, Hendikep ve filmu *Hledá se Dory*, Mentální zdraví, konkrétněji depresi ve filmu *V hlavě*, Rasismus a stereotyp ve filmu *Zootropolis: Město zvířat* a Pokřivené náboženské představy a radikalismus ve filmu *Zvoník u Matky Boží*. Z pohledu experta jsou témata v těchto filmech velice pečlivě a srozumitelně ukázaná. Také souhlasí s danými tématy u všech animovaných filmů, jen u filmu *Zvoník u Matky Boží* má malý osobní problém s nedostatečným zobrazením hendikepu a jinakostí hlavního hrdiny. Domnívá se, že by mělo být lépe a více zdůrazněné to, že pro přijetí hlavního hrdiny byla podstatná změna jeho okolí, a nikoliv jeho samého. Zde vidí slabé místo. Jinak tedy u každého zmiňovaného filmu expert souhlasí s tématy, která jsou velice dobře zpracovaná ať už pro děti, tak i pro dospělé.

POROZUMĚNÍ ZPROSTŘEDKOVANÝM TÉMATŮM Z JINÉHO SVĚTA

Jako příklad byl použitý animovaný film *Coco*, na kterém expert ukázal, dle jeho slov, sílu Disney filmů „a to je to, že i něco takhle hrozně lokálního, kulturně opravdu spojeného, transformují do něčeho, co funguje celosvětově. Protože tam nejde ani tak o ten svátek, defacto, ale o to téma, že člověk ve skutečnosti umře, až když na něho nikdo nemyslí. A k tomu nepotřebuji znát Mexickou kulturu. Oni si tím akorát pomohou, aby to bylo zpestřené, barevné. Ale spíš si vezmou rituál, svátek, který je defacto o tom, ale tím, že to tak umí srozumitelně odvyprávět v té jednoduchosti, což je vlastně síla Disneyho filmů.“ Dále i *Pocahontas* nebo *Odvážná Vaiana: Legenda o konci světa*. Tady si Disney bere etnický podkres, ale to téma je univerzální a pořád jde o pohled Američana na svět. Expert si myslí, že na filmu *Odvážná Vaiana* a *Coco* jde vidět respekt k dané kultuře oproti třeba filmu *Pocahontas*, tam by pochyboval. Tím, že se zpracované země střídají, dává to nahlédnout tomu, jestli je dané téma dostatečně univerzální a do určité míry jde i o kalkul, jelikož chtějí dělat filmy pro milionů diváků.

Disney nijak oficiálně nevydal stanovisko, že naschvál zpracovává sociální témata. Myslíte si, že je to součástí nějaké strategie? Recipientovi je tato strategie sympatická. Je lepší to vnímání nechat na samotném divákovi nebo filmovém kritikovi. Expert se setkal s profesorem, který vytvářel scénář pro Pixar a DreamWork, kde se řeší srozumitelnost,

atraktivnost, aby bylo obsažené téma, ale nedělají k tomu žádnou proklamaci a nechávají to na divácích, aby si našli to své.

PŘIZPŮSOBOVÁNÍ SE PROBLÉMŮM GENERACÍ

Recipient vidí posun v tématu zla nebo v tom, s čím hrdina bojuje. Expert popsal jakousi cestu hrdiny – vyjde z komfortní zóny a musí se s něčím popasovat. Například pohádka Ledové království, tady je ukázané i to, co řeší dnešní generace dětí. A to, kdo jsem, co můžu způsobovat/nezpůsobovat a vypořádání se jak sám se sebou, tak i s rodinou nebo minulostí. Expert tento jev pojmenoval jako „niterné zápasení“.

Například Američané v 50. a 60. letech měli jasného nepřítele, strach z atomové bomby apod. Tato témata se pak zrcadlila ve sci-fi, hororech a šlo to ruku v ruce s vnějším nebezpečím. Dneska mají Američané spíše problém sami se sebou například v boji s depresí, boji sám se sebou, zda budu přijat, protože mám v sobě jinakost. Tyto problémy nejsou vnější, ale vnitřní. Expert si myslí, že právě tento jev jde na dnešních pohádkách hodně vidět, jsou aktualizované a Disney to absorboval.

DĚTI, JEJICH VNÍMÁNÍ A FORMOVÁNÍ

Disney v určitém pohledu formuje děti. Například v animovaném filmu V hlavě tvůrci pěkně pojmenovali to, jak mozek funguje i to, že smutek může být pro člověka tak důležitý, a to si recipient myslí, že děti pochopí. Samozřejmě některé věci jsou složitější například u filmu Duše, tady je téma hodně dospělé.

Expert si myslí, že si Disney tuto zodpovědnost uvědomuje. Například i to, jak tak citlivé téma jako je smrt zobrazují. Uvědomují si, že toto téma není tolik v rodinách diskutované a rodiče se tomu i vyhýbají a nechtějí o tom třeba ani mluvit, a to tak trochu nahrazuje právě ten animovaný film.

Disney pracuje s tím, že se dítě bude svého rodiče do vyptávat, a je dobře, že to tak je. Například rodinný film Duše je poměrně filozofický snímek a je zde obsažené téma, které řeší dospělý. V porovnání s filmy pro děti v osmdesátých letech minulého století a nynější snímky jde vidět, že Disney pracuje s tím, že dítě je inteligentnější, než si kolikrát rodič myslí. Expert se domnívá, že toto pochází z Pixaru, kdy toto studio začalo témata pojmenovávat. Ať už se bavíme o tématu smrti, smyslu života, existenční problémy aj. Pixar ví, že děti to vnímají, že jsou chytřejší a zvědavější, než si kolikrát myslíme. Samozřejmě jsou tam stále témata, která se neukazují, jako třeba sexualita.

Expert se i zmínil, že se mu líbí „dospělácké“ zacházení s dětmi. Koncept se změnil, nejde jen o to, kdy hlavní hrdina porazí nepřítele, ožení se nebo provdá, ale jde i o plnění snů. Myslí si, že si to dítě uvědomuje, i když se to nepojmenovává a ani dospělák to nepojmenovává, ale pracuje to s nimi.

Tímto navazujeme na začátek, a to na důležitost se tomuto tématu věnovat. Expert navrhl, že by bylo dobré, aby se teoretici, kritici i psychologové těmto animovaným filmům věnovali. Například aby pojmenovávali určité problematické jevy, například že daný jev potvrzuje stereotypnost apod. Jsou to věci, na které bychom si měli dávat pozor, a dívat se na filmy z kritického pohledu.

TROCHU Z JINÉHO POHLEDU

Každý si ve filmu najde své a je možné, že mu zahraje tzv. na vlastní strunu. Expert uvedl, že se tomuto jevu věnoval sám Umberto Eco a to v případě toho, proč nás rozpláče smrt Anny Kareniny. Jde o to, že i když jde o fiktivní příběhy a fiktivní postavy, emočně s tím participujeme. Tvůrci se snaží určitým způsobem skrz hlavní postavu komunikovat a otevírat problémy, se kterými se osobně setkáváme. Například z pohledu animovaného filmu Ledové království, nejde o to porazit draka, ale o řešení sama sebe, což je v dnešní době dost komunikované téma. Každý se může s Elsou identifikovat. A ne vždycky se děj filmu setká se stejnými emocemi diváka, jelikož dané téma nezná, nezažil ho a téma mu může být zcela cizí. Expert v tomto případě použil krásné přirovnání: „Mozek, když něco nezná, tak ani oči nezachytí.“ Jde i o emoční participaci, o prožívání filmu, o empatii člověka apod. Dalším faktorem je i doba, kdy na film divák kouká. Třeba za pár let, tam tu emoční participaci pocítí.

9.4 Vyhodnocení expertního rozhovoru

Z expertního rozhovoru vyplynulo, že animované filmy mohou složit jako nástroj pro sociální edukaci společnosti. Dle experta je důležité se této oblasti věnovat, a to i z odborného hlediska, ať už ze strany psychologů, teoretiků či kritiků. Animovaný film do určité míry zrcadlí společnost a otevírá tabuizovaná témata a záleží na tvůrci a studiu do jaké míry se jedná o zrcadlení společnosti nebo jestli je vytvářen nový vzorec. Z pohledu diváka je důležité, aby téma bylo komunikováno srozumitelně, nebo za pomoci srozumitelné metafory. Animované filmy mohou formovat jak dětského diváka, tak i toho dospělého, a to vědomě či nevědomě.

Expert zmínil i historický průběh zobrazování sociálních témat, kdy díky rodinnému animovanému filmu Disney začal otevírat odlišná témata, a to i ta sociální, oproti minulosti. Změnil se i Disneyho pohled na vnímání dnešních dětí, kdy si uvědomuje, že jsou kolikrát vnímavější, než si třeba rodič myslí. Disney zobrazovaná témata v animovaných filmech přizpůsobuje generacím a jejich problémům, která řeší. Expert se zmínil, že dnešní lidstvo je ve fázi, kdy chce být progresivní a přehodnocovat stereotypy. Moderátorka s expertem mluvila i o chybějících sociálních tématech, o výsledcích dotazníkového šetření a o zprostředkovávání témat z jiných světů a kultur.

10 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

VO1: Jak respondenti nahlíží na sociální problémy prezentované v animované tvorbě Walta Disneyho?

Díky dotazníkovému šetření bylo zjištěno, že si respondenti sociálních témat v animované tvorbě Walta Disneyho všímají, a to je klíčovým zjištěním. V případě, že respondenti sociální téma zaznamenali, například Smrt v animovaném filmu Coco nebo Deprese v animovaném filmu V hlavě, zobrazování těchto témat je z jejich pohledu zcela adekvátní. Respondenti zaznamenávají sociální témata i v jiných animovaných filmech Walta Disneyho, než jim byly předloženy.

VO2: Jak se k otázce umístování sociálních témat do animované tvorby Walta Disneyho staví expert?

Této tématice se expert věnuje, jelikož v ní vidí určitý potenciál i nebezpečí. Domnívá se, že by se tomuto tématu měli věnovat i teoretici, kritici a psychologové. Měli by se zaměřit na pojmenovávání určitých jevů, které se v animovaných filmech zobrazují. Samozřejmě záleží i na způsobu zobrazování sociálních témat. Je přirozené, že Walt Disney sociální témata ukazuje a díky tomu svým způsobem zrcadlí společnost. Ať už jsou sociální témata v animovaných filmech zcela viditelná nebo schovaná pod několika vrstvami, do určité míry nás animované filmy mohou formovat, ať už dítě nebo dospělého, a to vědomě či nevědomě.

ZÁVĚR

V teoretické části diplomové práce byly nadefinované pojmy týkající se tématu diplomové práce. Následovala metodika, která představila účel, výzkumné otázky, metody šetření a cíl diplomové práce, kterým bylo zjistit vnímání sociálních témat ve vybraných animovaných snímcích Walta Disneyho. Hlavním přínosem této práce je poznání, že respondenti opravdu sociální témata v animované tvorbě Walta Disneyho vnímají, což bylo dokázáno dotazníkovým šetřením. Respondenti prokazatelně vnímají sociální témata v představených filmech, které byly vybrány za pomoci analýzy sekundárních dat. Kromě těchto filmů respondenti témata vnímají i v dalších filmech, jejichž názvy společně s tématy vypsal na konci dotazníku. Dalšími poznatky, které vyplynuly z dotazníkového šetření, jsou, že si respondenti s Waltem Disney asociují pozitivní emoce a ženy zaznamenávají sociální témata více než muži. Výsledky dotazníkového šetření byly ve shodě s analýzou sekundárních dat, až na jedno téma a to Radikalismus. Analýza sekundárních dat k tomuto tématu přiřazovala animovaný film Zvoník u Matky Boží, kdežto respondenti dotazníkového šetření jej nejvíce nacházeli ve filmu Zootropolis: Město zvířat. U pěti vybraných animovaných filmů se respondenti, kteří animovaný film viděli, shodli na tom, že sociální téma je ve filmu prezentované zcela adekvátně. Největší shodu ohledně sociálního tématu v konkrétním animovaném filmu respondenti projevili u tématu Smrt ve filmu Coco. Z obecného pohledu na zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti, je nadpoloviční většina respondentů pozitivního názoru. Expertní rozhovor byl velice přínosným pro zkoumanou problematiku, ať už z pohledu výsledků analýzy sekundárních dat, či výsledků dotazníkového šetření. Expert poskytl vhled do současného i historického zobrazování sociálních témat v animovaných filmech Walta Disneyho a prohloubil zkoumané téma. S moderátorkou se mimo jiné pozastavili i nad tlakem, který je vyvíjen na Disneyho skrze zařazování sociálních témat, přizpůsobování se problémům jednotlivých generací a také formování, ať už dětí či dospělých, za pomoci rodinného animovaného filmu.

Tato diplomová práce by mohla sloužit jako tzv. „odrazný můstek“ pro další možné zkoumání. Ať už z pohledu filmového kritika, psychologa či marketingového pracovníka pracujícího v sociálním marketingu. Autorka této práce považuje za největší úskalí dalšího rozpracování problematiky nedostatek zdrojů, a to nejen v české, ale i zahraniční literatuře.

Je možné, že se za magickým příběhem skrývá i střípek reality? I za reálným příběhem se skrývá střípek magie.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ABOUT THE WALT DISNEY COMPANY, © Disney. In. *Thewaltdisneycompany.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://thewaltdisneycompany.com/about/>
- [2] ABOUT THE WALT DISNEY STUDIOS, ©Disney 2022. In. *Disneystudios.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneystudios.com/#/about>
- [3] ALDREDGE, Jourdan, 2022. A Guide to the Basic Film Genres (and How to Use Them). In. *Premiumbeat.com* [online]. Publikováno 29. 08. 2022 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.premiumbeat.com/blog/guide-to-basic-film-genres/>
- [4] BAČUVČÍK, Radim a Lenka HARANTOVÁ, 2016. *Sociální marketing*. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 254 s. ISBN 9788087500804.
- [5] BAYER, Mark, 2020. Expert Interview for College/University Students. In. *bachelorprint.co.uk* [online]. Publikováno 15. 12. 2020 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.bachelorprint.co.uk/methodology/expert-interview/#1607941923320-fe0ec913-82df>
- [6] BRIAN, 2008. Can Brotherhood be Sold Like Soap...Online? In. *Cugelman.com* [online]. Publikováno 15. 02. 2008 [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.cugelman.com/persuasive-psychology/wiebe-social-marketing/>
- [7] BUFFAM, Noelle, 2011. Animated. In. *Thescriptlab.com* [online]. Publikováno 26. 03. 2011 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://thescriptlab.com/screenplay/genre/985-animated/>
- [8] BULLARD, Koriander, 2022. Top Five Socially Aware Disney Films. In. *Reelrundown.com*. Publikováno 22. 03. 2022 [2023-03-02]. Dostupné z: <https://reelrundown.com/animation/Four-Disney-films-for-the-socially-aware>
- [9] CARLETON, Stacy, 2022. What is Emotional Appeal? In. *Study.com* [online]. Poslední aktualizace 01. 07. 2022. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://study.com/academy/lesson/emotional-appeal-definition-examples-quiz.html>
- [10] COCO, © 2023. In. *disneyplus.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz/movies/coco/db9orsI5O4gC>
- [11] CROSSMAN, Ashley, 2019. The History of Sociology Is Rooted in Ancient Times. In. *Thoughtco.com* [online]. Poslední aktualizace 02. 08. 2019. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://www.thoughtco.com/history-of-sociology-3026638>

- [12] DAVIS, Amy M, c2006. Good girls and wicked witches: women in Disney's feature animation. New Barnet, U.K.: John Libbey Publishing, 274 s. ISBN 0861966732.
- [13] DISNEY HISTORY, ©2023. In. d23.com. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://d23.com/disney-history/>
- [14] ELLYB, 2018. Sensitive Topics in Recent Disney Films. In. *The-artifice.com*. Publikováno 15. 09. 2018 [2023-03-02]. Dostupné z: <https://the-artifice.com/disney-sensitive-topics/>
- [15] ESPN MISSION AND VALUES, © 2023. In. *Espnpressroom.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://espnpressroom.com/us/espn-mission-and-values/>
- [16] HLEDÁ SE DORY, © 2023. In. *disneyplus.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz/movies/finding-dory/2L6w30vnqebX>
- [17] HUBINKOVÁ, Zuzana a kol., 2008. Psychologie a sociologie ekonomického chování. 3., aktualiz., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 277 s. ISBN 9788024715933.
- [18] CHEUNG, M., Leung, C.A. a HUANG, YJ, 2021. Absentee Parents in Disney Feature-length Animated Movies: What are Children Watching?. Child Adolesc Soc Work. In. *Link.springer.com*. Publikováno 02. 10. 2021 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10560-021-00799-0>
- [19] CHEUNG, Monit, Carol A. LEUNG a Yu-Ju HUANG, 2021. Absentee Parents in Disney Feature-length Animated Movies: What are Children Watching? In. *link.springer.com* [online]. Publikováno 02. 11. 2021 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10560-021-00799-0#Sec2>
- [20] IDRISOGLU, Fatima Ali, 2022. Disney Movies that Explore Serious Real-Life Issues. In. *Movieweb.com* [online]. Publikováno 09. 05. 2022 [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://movieweb.com/disney-explore-serious-issues/>
- [21] JONES, John Philip. 1999. The advertising business: operations, creativity, media planning, integrated communications. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 548 s. ISBN 9780761912392.
- [22] KAUL, Vineet, 2014. Representation of social issues in films. In. *Go.gale.com* [online]. Publikováno červen 2014 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=googlescholar&id=GALE|A436230259&v=2.1&it=r&sid=AONE&asid=510b9e11>

- [23] KEHR, Dave, 2023. Animation. In. *Britannica.com* [online]. Poslední aktualizace 12. 02. 2023 [cit. 2023-02-22]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/art/animation/The-Fleischer-brothers>
- [24] KERRIGAN, Finola, 2017. *Film marketing*. Second edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 188 s. ISBN 9781138013360.
- [25] KILDAY, Gregg, 2019. Awards Strategists Ric Robertson, Jonathan Taylor Launch New Venture With Advocacy Agency Tiller (Exclusive). In. *Hollywoodreporter.com* [online]. Publikováno 24. 01. 2019 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/robertson-taylor-partners-launches-venture-advocacy-agency-tiller-1178735/>
- [26] KLUSÁKOVÁ, Veronika a Jan KŘIPÁČ, 2013. Dějiny světového filmu 2. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 80 s. ISBN 978-80-244-3829-0.
- [27] KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 304 s. Expert. ISBN 9788024735276.
- [28] KULIK, Rebecca M., 2023. Social Issue. In. *Britannica.com* [online]. Poslední aktualizace 06. 02. 2023 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/social-issue>
- [29] LEE, Nancy a Philip KOTLER, 2020. Social marketing: behavior change for social good. Sixth Edition. Los Angeles: SAGE, 486 s. ISBN 978-1-5443-7186-3.
- [30] LIBERTO, Daniel, 2022. Social Science: What It Is and the 5 Major Branches. In. *Investopedia.com* [online]. Poslední aktualizace 25. 09. 2022. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-science.asp>
- [31] MASTERCLASS, 2021b. 10 Classic Movie Themes With Examples. In. *Masterclass.com* [online]. Publikováno 26. 08. 2021 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/10-classic-movie-themes-with-examples#5wWb9BRzDzxcf6uHvhANgI>
- [32] MASTERCLASS, 2022a. How to Identify Movie Genres: Beginner's Guide to 13 Film Genres. In. *Masterclass.com* [online]. Publikováno 02. 08. 2022 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/how-to-identify-film-genres>
- [33] NEW YORK FILM ACADEMY, 2015. Ultimate List Of Film Sub Genres. In. *Nyfa.edu* [online]. Publikováno 17. 03. 2015. [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.nyfa.edu/student-resources/ultimate-list-of-film-sub-genres/>

- [34] PAIVA, Luiza, 2022. How we can use film to create social change. In. *Globalwitness.org* [online]. Publikováno 11. 03. 2022 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.globalwitness.org/en/blog/how-we-can-use-film-create-social-change/>
- [35] PLASS, Jiří, 2010. *Základy animace: základní pravidla klasické a virtuální animace*. Plzeň: Fraus, 196 s. ISBN 978-80-7238-884-4.
- [36] SHAIKH, Affan, 2020. Brand | The Walt Disney Company – A Conglomerate Beyond Mickey Mouse And Marvel Studios. In. *thebrandhopper.com* [online]. Publikováno 27.05.2020 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://thebrandhopper.com/2020/05/27/walt-disney-company-beyond-mickey-mouse-and-marvel-studios/>
- [37] SOCIAL ISSUES, [b.r.]. In. *Gale.com* [online]. [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www.gale.com/intl/databases-explored/social-issues>
- [38] STEWART, Rebecca, 2021. What Are Social Issues? In. *Study.com* [online]. Poslední aktualizace 17. 11. 2021. [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://study.com/academy/lesson/social-issues-definition-examples.html>
- [39] TAHAL, Radek, 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 261 s. Expert. ISBN 9788027102068.
- [40] TAHAL, Radek, 2022. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 293 s. Expert. ISBN 978-80-271-3535-6.
- [41] TUBBS, Sara, 2021. Using Disney Movies to Help with Child Development. In. *Uh.edu* [online]. Publikováno 14. 11. 2021 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://uh.edu/news-events/stories/2021/october-2021/10142021-disney-movies-help-with-child-development.php>
- [42] TURNER, Joey, 2019. Top 10 Disney Movies That Dealt With Serious Issues. In. *Watchmojo.com*. Publikováno 10. 08. 2019 [2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.watchmojo.com/articles/top-10-disney-movies-that-dealt-with-serious-issues>
- [43] V HLAVĚ, © 2023. In. *disneyplus.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz/movies/inside-out/uzQ2ycVDi2IE>
- [44] WHAT IS SOCIOLOGY?, [b.r.]. In. *Sociology.case.edu* [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://sociology.case.edu/what-is-sociology/>

- [45] YAJI, Vismitha, 2022. 10 Animated Movies That Deal With Serious Issues. In. Screenrant.com [online]. Publikováno 03. 01. 2022 [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://screenrant.com/animated-movies-serious-issues/>
- [46] ZOOTROPOLIS: MĚSTO ZVÍŘAT, © 2023. In. *disneyplus.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz/movies/zootropolis/1QOxldhm1sKg>
- [47] ZVONÍK U MATKY BOŽÍ, © 2023. In. *disneyplus.com*. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz/movies/the-hunchback-of-notre-dame/796BIJb9AIES>

SEZNAM CIZÍCH SLOV

Animated movies – animovaný film

Serious issues – závažné problémy

Serious real-life issues – závažné problémy z reálného života

Kamera obskura – dírková komora

Laterna magika – první multimediální divadlo na světě

Zoetrope – jeden z předchůdců kinematografu

Subžánr – podžánr

Merchandising – obor zabývající se péčí o zboží

Merch – zkratka od slova merchandise – zboží (předměty odkazující například na slavnou osobnost)

Entertainment – zábava

Parks – parky

Experiences – zážitky

Products – produkty

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Walt Disney (zdroj: SHAIKH, Affan, 2020)	34
Obrázek 2 Plakát Coco (zdroj: Google obrázky)	36
Obrázek 3 Plakát V hlavě (zdroj: Google obrázky).....	36
Obrázek 4 Plakát Zootropolis: Město zvířat (zdroj: Google obrázky)	37
Obrázek 5 Plakát Hledá se Dory (zdroj: Google obrázky)	37
Obrázek 6 Plakát Zvoník u Matky Boží (zdroj: Google obrázky).....	38

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Soc. témata do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)	61
Graf 2 Názor respondentů na všímavost dětí v závislosti na tom, zda mají děti (zdroj: vlastní)	65
Graf 3 Pohlaví respondentů dotazníkové šetření (zdroj: vlastní)	99
Graf 4 Věkové rozpětí respondentů (zdroj: vlastní)	99
Graf 5 Tvorba WD součást dětství (zdroj: vlastní)	99
Graf 6 Jste fanouškem tvorby Disneyho (zdroj: vlastní)	100
Graf 7 Co ve Vás Disney asociuje? (zdroj: vlastní)	100
Graf 8 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma SMRT (zdroj: vlastní)	100
Graf 9 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma mentální zdraví – DEPRESE? (zdroj: vlastní)	101
Graf 10 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma RASISMUS? (zdroj: vlastní)	101
Graf 11 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma STEREOTYP? (zdroj: vlastní)	101
Graf 12 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma HENDIKEP? (zdroj: vlastní)	102
Graf 13 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma POKŘIVENÉ NÁBOŽENSKÉ PŘEDSTAVY? (zdroj: vlastní)	102
Graf 14 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma RADIKALISMUS? (zdroj: vlastní)	102
Graf 15 Zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)	103
Graf 16 Tvzení – kognitivní a behaviorální vývoj dítěte (zdroj: vlastní)	103
Graf 17 Děti si při sledování animovaných filmů všímají soc. témat zdroj: vlastní)	103

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Seznam vybraných článků (zdroj: vlastní)	35
Tabulka 2 Nejvíce zmiňované filmy v článcích (zdroj: vlastní).....	35
Tabulka 3 Témata ve filmech (zdroj: vlastní).....	44
Tabulka 4 Věk a pohlaví respondentů (zdroj: vlastní).....	47
Tabulka 5 Animované filmy od WD součást dětství z pohledu věku (zdroj: vlastní)	48
Tabulka 6 Fanoušci tvorby WD z pohledu věku respondentů (zdroj: vlastní)	49
Tabulka 7 Co v respondentech Disney asociuje z pohledu pohlaví (zdroj: vlastní)...	50
Tabulka 8 Tvorba Walta Disneyho z pohledu pohlaví respondentů i celkem (zdroj: vlastní).....	52
Tabulka 9 Zaznamenaná témata z pohledu pohlaví respondentů (zdroj: vlastní).....	53
Tabulka 10 Vnímání sociálních témat ve vybraných filmech (zdroj: vlastní).....	57
Tabulka 11 Názor respondentů na způsobu prezentování témat v animovaných filmech (zdroj: vlastní)	60
Tabulka 12 Zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti v závislosti na věku respondentů. (zdroj: vlastní).....	61
Tabulka 13 Adekvátnost zařazování konkrétních sociálních témat do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)	63
Tabulka 14 Smrt v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)	104
Tabulka 15 Deprese v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní).....	104
Tabulka 16 Rasismus v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní).....	104
Tabulka 17 Stereotyp v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní).....	104
Tabulka 18 Hendikep v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)	105
Tabulka 19 Pokřivené náboženské představy v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní).....	105
Tabulka 20 Radikalismus v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)	105

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

Příloha P II: Grafy

Příloha P III: Tabulky

Příloha P IV: Odkaz na expertní rozhovor

Příloha P V: Scénář expertního rozhovoru

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dotazníkové šetření – Animované filmy od Walta Disneyho a sociální témata

Hezký den 😊

Jmenuji se Johana Tomolyová a jsem studentkou na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, obor Marketingové komunikace. Tento dotazník je součástí výzkumu k mé diplomové práci.

Disney do svých animovaných filmů zakomponovává i sociální témata jako je mentální zdraví nebo diskriminace. Zajímá mě Váš názor na danou problematiku.

Dotazník je anonymní, je rozdělen do pěti částí a zabere Vám pár minut.

Vyplněním tohoto dotazníku mi velice pomůžete!

FILTRAČNÍ OTÁZKY

Pobýváte dlouhodobě v České republice?

- a. Ano (přejít na další filtrační otázku)
- b. Ne (přejít do sekce ODESLAT DOTAZNÍK)

Viděl/a jste někdy animovaný film/seriál od Walta Disneyho? (zahrnuje filmová studia – Disney, Walt Disney Animation Studios, Pixar Animation Studios, Lucasfilm, Marvel Studios, Searchlight Pictures a 20th Century Studios)

- c. Ano (přejít do sekce PRVNÍ ČÁST)
- d. Ne (přejít do sekce ODESLAT DOTAZNÍK)



PRVNÍ ČÁST

1. Řekl/a byste, že animované filmy od Walta Disneyho jsou součástí Vašeho dětství?
 - a. Ano
 - b. Ne
 - c. Nevím

2. Řekl/a byste o sobě, že jste fanouškem tvorby Disneyho?
 - a. Rozhodně ano
 - b. Spíše ano
 - c. Neutrální
 - d. Spíše ne
 - e. Rozhodně ne

3. Co ve Vás Disney asociuje? (vyberte maximálně 3 odpovědi)
 - a. Vzpomínky na dětství
 - b. Klid
 - c. Zábavu
 - d. Smutek
 - e. Radost
 - f. Akci
 - g. Nic
 - h. Jiné... (otevřená odpověď)

4. Tvorba od Walta Disneyho je z mého pohledu

Znamá	1	2	3	4	5	Neznamá
Zabavná	1	2	3	4	5	Nudná
Oblíbená	1	2	3	4	5	Neoblíbená
Tradiční	1	2	3	4	5	Moderní
Jedinečná	1	2	3	4	5	Tuctová

DRUHÁ ČÁST

Disney ve svých filmech vypráví mimo jiné i o sociálních tématech jako je mentální zdraví, smrt, rasismus, předsudky, hendikep, pokřivené náboženské představy, radikalismus, šikana aj.



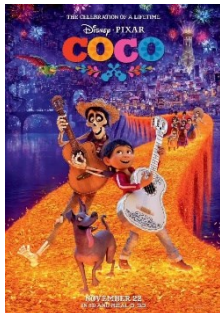
1. Jaké téma jste obecně zaznamenal/a v Disneyho animovaných snímcích?
(neomezený počet odpovědí)
 - a. Smrt blízkého člena rodiny
 - b. Mentální zdraví
 - c. Rasismus
 - d. Stereotyp
 - e. Hendikep
 - f. Pokřivené náboženské představy
 - g. Radikalismus
 - h. Žádné
 - i. Jiné... (otevřená odpověď)
2. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **SMRT**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)
3. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma mentální zdraví – **DEPRESE**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)

4. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **RASISMUS**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)
5. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **STEREOTYP**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)
6. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **HENDIKEP**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)
7. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **POKŘIVENÉ NÁBOŽENSKÉ PŘEDSTAVY**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)
8. Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma **RADIKALISMUS**?
 - a. Zootropolis: Město zvířat
 - b. Hledá se Dory
 - c. Zvoník u Matky Boží
 - d. V hlavě
 - e. Coco
 - f. V žádném animovaném Disney filmu
 - g. V jiném (otevřená odpověď)

TŘETÍ ČÁST

V této části dotazníku Vám přiblížím konkrétní sociální témata v konkrétních filmech.

1. Viděl/a jste film **Coco** (2017)?



- a. Ano (přejít na otázku č. 2)
- b. Ne (přejít na otázku č. 3)

2. Coco - smrt. Téma smrti se většinou mladším divákům nezobrazuje. Je totiž vnímané jako tabu téma, jako něco, čeho by se mladší publikum mělo bát. Hlavní postava Miguel se v příběhu ocitne v říši mrtvých, kde zjišťuje, že smrt je součástí života. Jaký je Váš názor na způsob prezentování smrti ve filmu Coco?

- a. Zcela adekvátní
- b. Spíše adekvátní
- c. Neutrální
- d. Spíše neadekvátní
- e. Zcela neadekvátní
- f. Film jsem neviděl/a

3. Viděl/a jste film **V hlavě** (2015)?



- a. Ano (Přejít na otázku č. 4)
- b. Ne (Přejít na otázku č. 5)

4. V hlavě – mentální zdraví (deprese). Tento film se věnuje duševnímu zdraví a emocionálnímu vývoji. Hlavní hrdinka Riley se potýká s různými stádii deprese. Tvůrci chtěli poukázat na to, že když se člověk potýká s depresí a dalšími psychickými poruchami není "jen smutný", jak se v médiích často ukazuje. Film ukazuje, jak život s depresí může vypadat a že odpírání a potlačování emocí, ať už smutku nebo radosti, je velice nebezpečné. Jaký je Váš názor na způsob prezentování mentálního zdraví ve filmu V hlavě?

- a. Zcela adekvátní
- b. Spíše adekvátní
- c. Neutrální
- d. Spíše neadekvátní
- e. Zcela neadekvátní
- f. Film jsem neviděl/a

5. Viděl/a jste **Zootropolis: Město zvířat** (2016)?



- a. Ano (Přejít na otázku č. 6)
- b. Ne (Přejít na otázku č. 7)

6. Zootropolis: Město zvířat – rasismu a stereotyp. Film ukazuje segregaci, rasismus založený na instinktivním chování zvířat a na stereotypizaci rolí. Společnost je rozdělena na dravá zvířata a kořist. Film tak vysvětluje znepokojivé téma metaforicky pomocí zvířat, které jsou viděna, jako klasické postavy v příbězích pro děti. Poselství filmu tkví v tom, že ať se nám to líbí nebo ne, všichni v sobě máme rasové předsudky. Pokud si je uvědomíme a budeme se je snažit překonat, můžeme vybudovat spravedlivější a tolerantnější společnost. Jaký je Váš názor na způsob prezentování rasismu a stereotypu ve filmu Zootropolis: Město zvířat?

- a. Zcela adekvátní
- b. Spíše adekvátní
- c. Neutrální
- d. Spíše neadekvátní
- e. Zcela neadekvátní
- f. Film jsem neviděl/a

7. Viděl/a jste film **Hledá se Dory** (2016)?



- a. Ano (Přejít na otázku č. 8)
- b. Ne (Přejít na otázku č. 9)

8. Hledá se Dory – hendikep. Film v sobě nese závažnější problém, který demonstruje problémy spojené s postižením. Ať už je to Dory a její krátkodobá ztráta paměti, Destiny (žralok), který je krátkozraký, Bailey (běluha) a její problém s echolokací, který poukazuje na posttraumatickou stresovou poruchu. Jejich vzájemná podpora jim pomáhá překonávat strasti spojené s jejich postižením a má ukázat dětem, aby svým kamarádům s hendikepem pomáhaly. Dory tak ukazuje, že překážky překonává svou pozitivitou a dokazuje, že její postižení není slabost. Film ukazuje, že se nikdy nemáme na někoho dívat svrchu. Jaký je Váš názor na způsob prezentování hendikepu ve filmu Hledá se Dory?
- Zcela adekvátní
 - Spíše adekvátní
 - Neutrální
 - Spíše neadekvátní
 - Zcela neadekvátní
 - Film jsem neviděl/a

9. Viděl/a jste **Zvoník u Matky Boží** (1996)?



- Ano (Přejít na otázku č. 10)
- Ne (Přejít na čtvrtou část)

10. Zvoník u Matky Boží – pokřivené náboženské představy a radikalismus. Kromě hendikepu, rasismu, a předsudků film poukazuje i na náboženský fanatismus, který je znázorněn v postavě Frolla. Ten se považuje za ministra spravedlnosti. Nejsou mu cizí praktiky jako je masová genocida, vraždy a záměrné usmrcení dětí.

Své skutky omlouvá tím, že je dělá z vůle Boží. Jaký je Váš názor na způsob prezentování pokřivených náboženských představ a radikalismu ve filmu Zvoník u Matky Boží?

- Zcela adekvátní
- Spíše adekvátní
- Neutrální
- Spíše neadekvátní
- Zcela neadekvátní
- Film jsem neviděl/a

ČTVRTÁ ČÁST

1. Jaký je Váš názor na zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti?
 - a. Zcela pozitivní
 - b. Spíše pozitivní
 - c. Neutrální
 - d. Spíše negativní
 - e. Negativní

2. Jaký je Váš názor na zařazování následující témata do animovaných filmů pro děti?
(mřížka výběru z možností)

Téma	Zcela adekvátní	Spíše adekvátní	Neutrální	Spíše neadekvátní	Zcela neadekvátní
Smrt					
Mentální zdraví					
Rasismus					
Stereotyp					
Hendikep					
Pokřivené náboženské představy					
Radikalismus					

3. TVRZENÍ: Filmy, které poukazují na problémy ze skutečného života a jak je řešit mohou pomoci behaviorálnímu a kognitivnímu vývoji dítěte.
 - a. Rozhodně souhlasím
 - b. Spíše souhlasím
 - c. Neutrální
 - d. Spíše nesouhlasím
 - e. Rozhodně nesouhlasím

4. Domníváte se, že si děti při sledování animovaného filmu všimají sociálních témat?
 - a. Rozhodně souhlasím
 - b. Spíše souhlasím
 - c. Neutrální
 - d. Spíše nesouhlasím
 - e. Rozhodně nesouhlasím

5. Napadá Vás takto na konci dotazníku nějaký animovaný film od Disneyho, který mluvil o podobných tématech? Pokud ano, jaký film to byl a jaké téma se řešilo?
(otevřená odpověď – nepovinné)

PÁTÁ ČÁST

1. Vaše pohlaví
 - a. Žena
 - b. Muž
 - c. Jiné

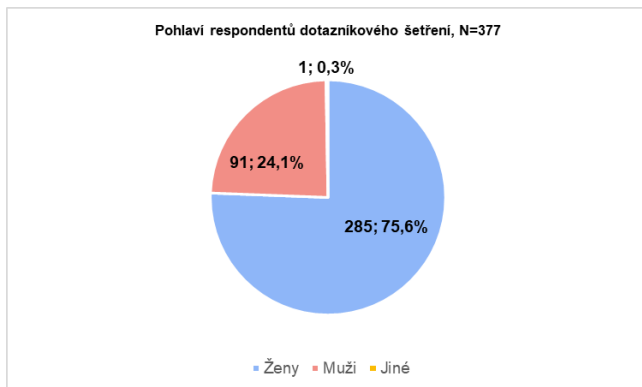
2. Váš věk
 - a. 0 až 14 let
 - b. 15 až 19 let
 - c. 20 až 29 let
 - d. 30 až 39 let
 - e. 40 až 49 let
 - f. 50 až 59 let
 - g. 60 až 69 let
 - h. 70 až 79 let
 - i. 80 a více

3. Jste
 - a. Student
 - b. Zaměstnaná/ý
 - c. Nezaměstnaná/ý
 - d. OSVČ
 - e. V důchodu
 - f. Na mateřské /rodičovské dovolené

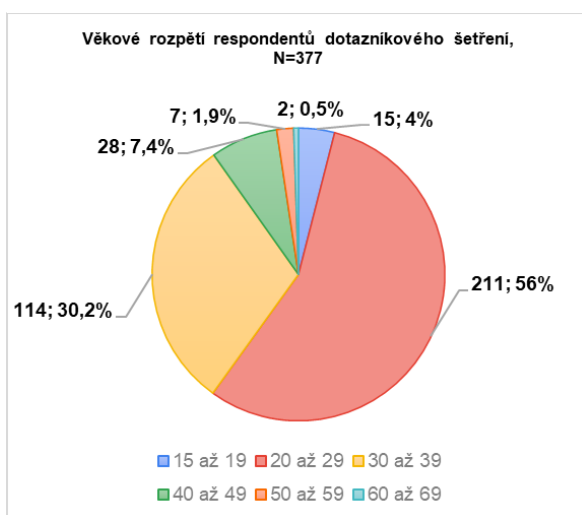
4. Tato otázka je dobrovolná
 - a. Mám děti
 - b. Nemám děti

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku. Velmi jste mi pomohli! 😊

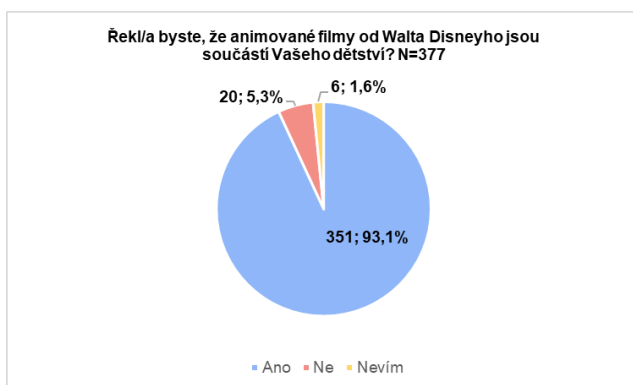
PŘÍLOHA P II: GRAFY



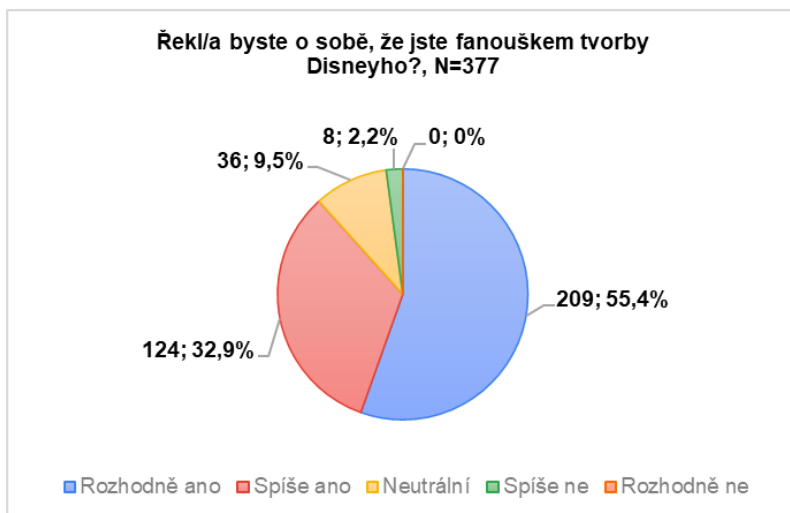
Graf 3 Pohlaví respondentů dotazníkového šetření (zdroj: vlastní)



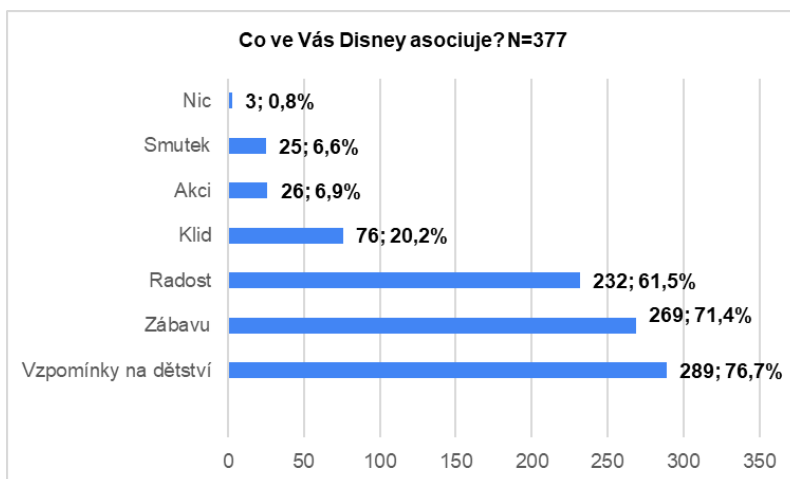
Graf 4 Věkové rozpětí respondentů (zdroj: vlastní)



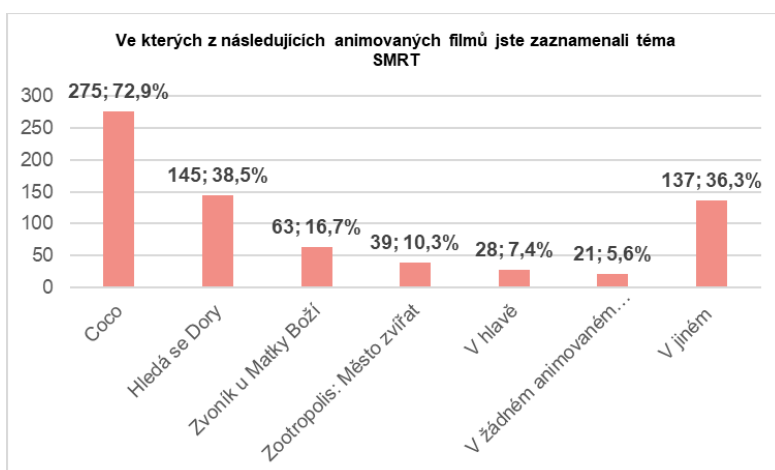
Graf 5 Tvorba WD součást dětství (zdroj: vlastní)



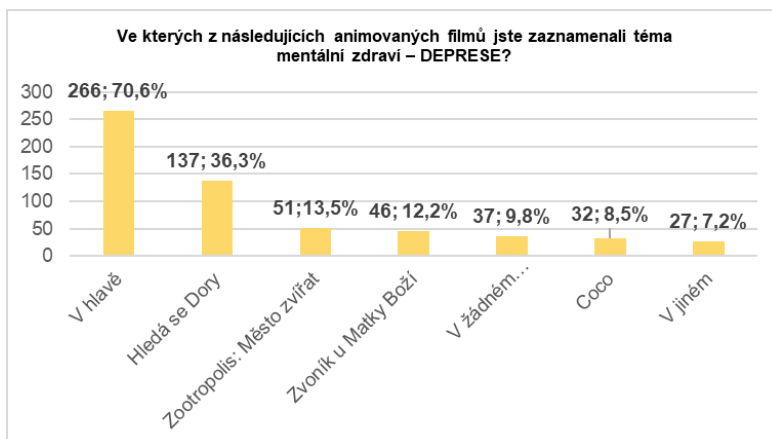
Graf 6 Jste fanouškem tvorby Disneyho (zdroj: vlastní)



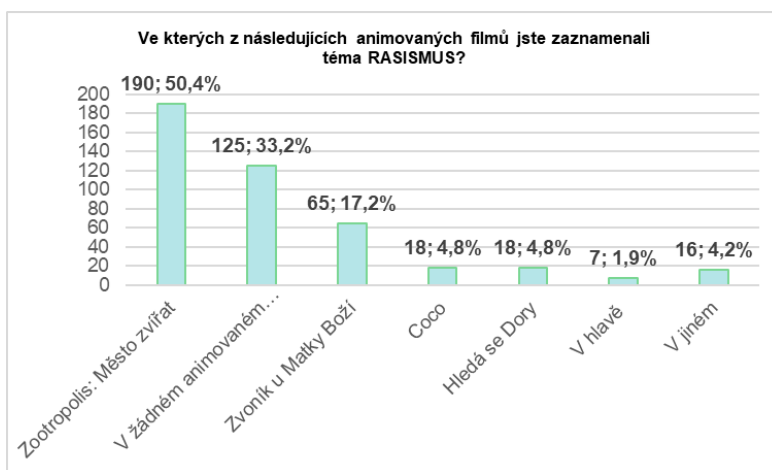
Graf 7 Co ve Vás Disney asociuje? (zdroj: vlastní)



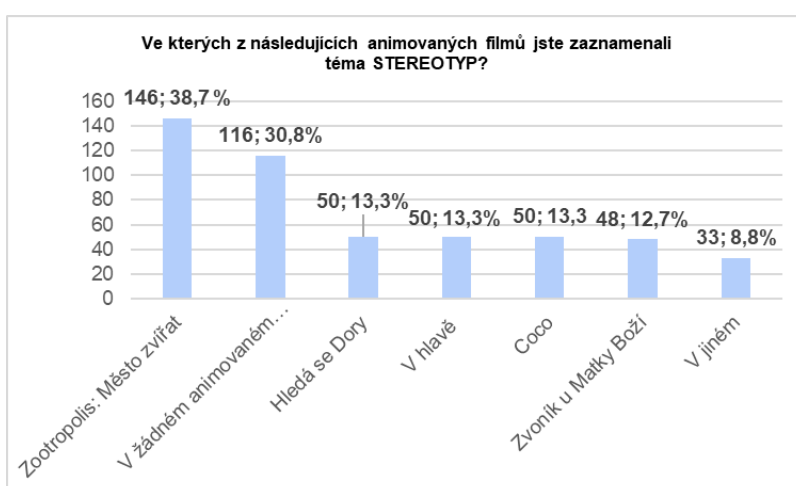
Graf 8 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma SMRT (zdroj: vlastní)



Graf 9 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma mentální zdraví – DEPRESE? (zdroj: vlastní)



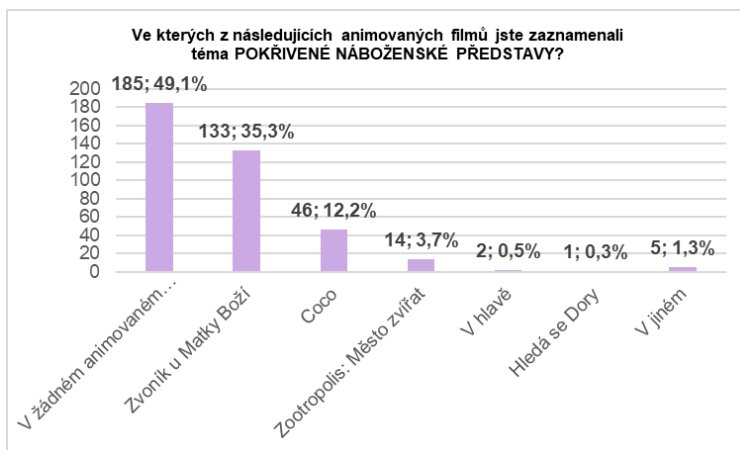
Graf 10 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma RASISMUS? (zdroj: vlastní)



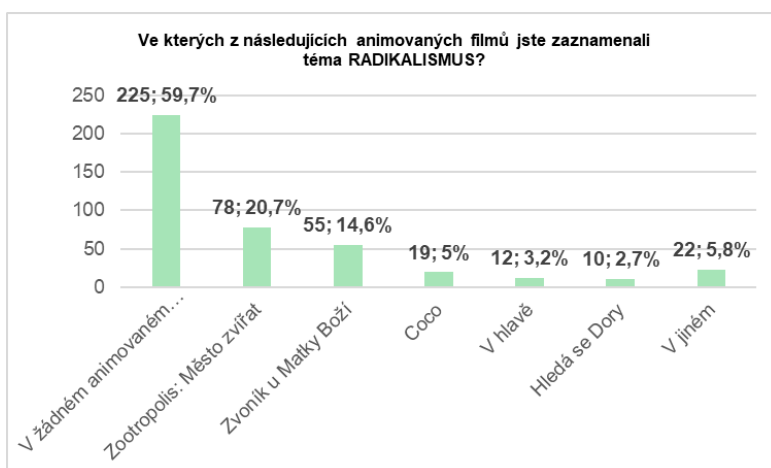
Graf 11 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma STEREOTYP? (zdroj: vlastní)



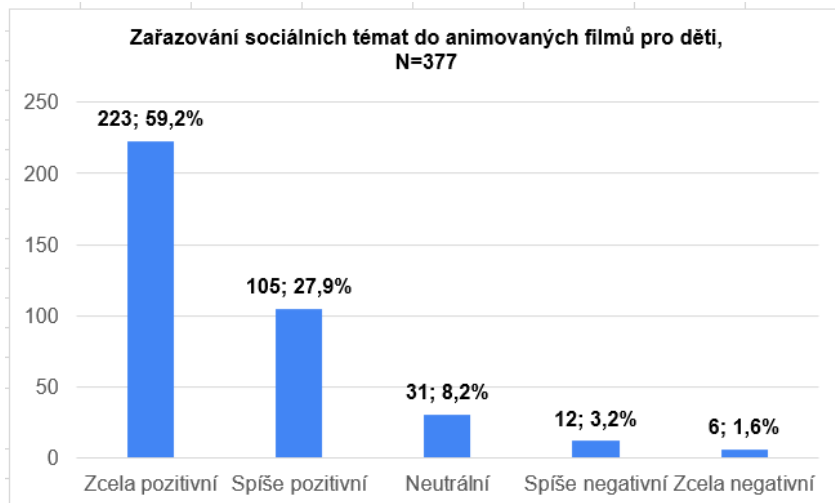
Graf 12 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma HENDIKEP? (zdroj: vlastní)



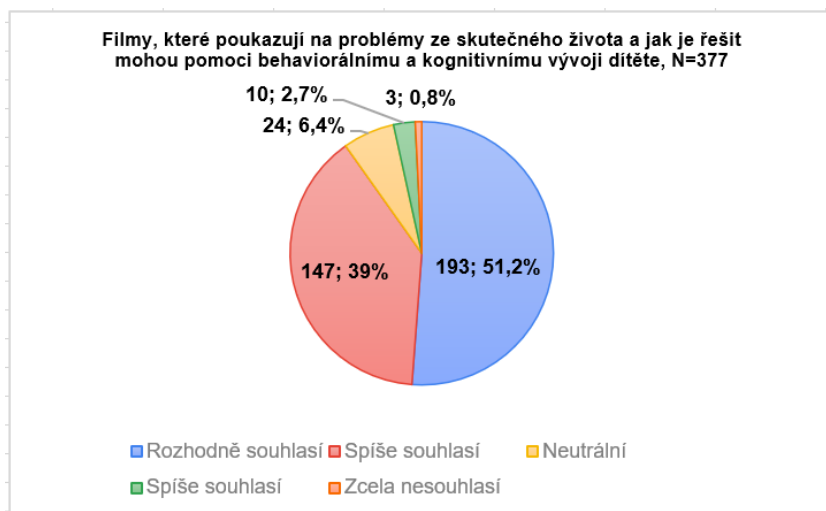
Graf 13 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma POKŘIVENÉ NÁBOŽENSKÉ PŘEDSTAVY? (zdroj: vlastní)



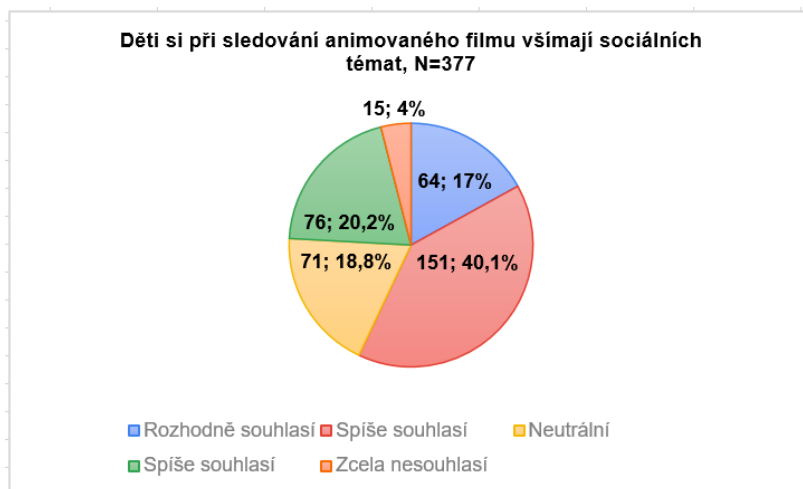
Graf 14 Ve kterých z následujících animovaných filmů jste zaznamenali téma RADIKALISMUS? (zdroj: vlastní)



Graf 15 Zařazování sociálních témat do animovaných filmů pro děti (zdroj: vlastní)



Graf 16 Tvrzení – kognitivní a behaviorální vývoj dítěte (zdroj: vlastní)



Graf 17 Děti si při sledování animovaných filmů všimají soc. témat zdroj: vlastní)

PŘÍLOHA P III: TABULKY

SMRT v jiných animovaných filmech									
Název filmu	Zmíněno	Název filmu	Zmíněno	Název filmu	Zmíněno	Hrané filmy/seriály	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Lví král	26x	Na vlásku	2x	Raya a drak	1x	Star Wars - seriál	5x	Madagaskar	1x
Hledá se Nemo	22x	Raketák	2x	Doba ledová	1x	Marvel	1x		
Bambi	16x	Odvážná Viana	2x	Hercules	1x				
Vzhůru do oblak	10x	Kráska a zvíře	2x	Auta 3	1x				
Ledové království	9x	Hodný dinosaur	2x	Aladin	1x				
Velká šestka	7x			Tarzan 1	1x				
Encanto	4x			Kniha džunglí	1x				
Sněhurka	4x			Rio	1x				
Popelka	4x			Lilo & Stitch	1x				
Medvědí bratři	3x			101 dalmatinů	1x				
Frčíme	3x								
Duše	3x								

Tabulka 14 Smrt v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

DEPRESE v jiných animovaných filmech					
Název filmu	Zmíněno	Název filmu	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Lví král	2x	Malá mořská víla	1x	Madagaskar	1x
Sněhurka	2x	Auta 3	1x		
Ledové království	2x	Příšerky s.r.o.	1x		
Medvídek Pú	2x	Raubíř Ralf	1x		
Duše	2x	Dumbo	1x		
Hledá se Nemo	2x				
Popelka	2x				
Velká šestka	2x				
Vzhůru do oblak	2x				
Encanto	2x				
Proměna	2x				

Tabulka 15 Deprese v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

RASISMUS v jiných animovaných filmech					
Název filmu	Zmíněno	Hrané filmy/seriály	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Pocahontas	9x	Piráti z Karibiku	1x	Hotel Transylvánie	1x
Proměna	1x				
Mulan	1x				
Malá mořská víla	1x				
Petr Pan	1x				
Princezna a žabák	1x				
Píseň jihu	1x				

Tabulka 16 Rasismus v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

STEREOTYP v jiných animovaných filmech					
Název filmu	Zmíněno	Název filmu	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Rebelka	4x	Pocahontas	1x	Madagaskar	2x
Encanto	3x	Toy Story	1x		
Na vlásku	3x	Sněhurka	1x		
Hledá se Nemo	2x	Proměna	1x		
Příšerky s.r.o.	2x	Raya a drak	1x		
Princezna a žabák	2x	Lilo & Stitch	1x		
Mulan	2x	Anastázie	1x		
Popelka	2x	Atlantida	1x		
Aladin	2x	Auta	1x		
Kráska a zvíře	2x				

Tabulka 17 Stereotyp v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

HENDIKEP v jiných animovaných filmech					
Název filmu	Zmíněno	Hrané filmy/seriály	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Hledá se Nemo	7x	Star Wars - serál	1x	Jak vycvičit draka	2x
Dumbo	2x				
Planeta pokladů	1x				
Vzhůru do oblak	1x				
Popelka	1x				
Sněhurka	1x				
Kráska a zvíře	1x				
Roboti	1x				
Proměna	1x				
Rio	1x				
Divnosvět	1x				
Auta	1x				

Tabulka 18 Hendikep v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

POKŘIVENÉ NÁBOŽENSKÉ PŘEDSTAVY v jiných animovaných filmech			
Název filmu	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Mulan	3x	Eldorado	1x
Princezna a žabák	1x		
Aladin	1x		

Tabulka 19 Pokřivené náboženské představy v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

RADIKALISMUS v jiných animovaných filmech					
Název filmu	Zmíněno	Hrané filmy/seriály	Zmíněno	Ostatní	Zmíněno
Lví král	4x	Star Wars - serál	2x	Já padouch	1x
Kráska a zvíře	3x			Trollové	1x
Pocahontas	2x			Emoji ve filmu	1x
Popelka	2x				
Anastázie	1x				
Sněhurka	1x				
Hledá se Nemo	1x				
Ledové Království	1x				
Raubíř Ralf	1x				
Příšerky s.r.o.	1x				
Velká šestka	1x				
Aladin	1x				
Tarzan	1x				

Tabulka 20 Radikalismus v jiných animovaných filmech (zdroj: vlastní)

PŘÍLOHA P IV: ODKAZ NA EXPERTNÍ ROZHOVOR

Odkaz na expertní rozhovor:

https://drive.google.com/drive/folders/1JXzpvH8076mRGINWdEdfzMjDGNn1CVzs?usp=share_link

PŘÍLOHA P V: SCÉNÁŘ EXPERTNÍHO ROZHOVORU

Dobrý den,

jmenuji se Johana Tomolyová a jsem studentkou marketingových komunikací na Univerzitě Tomáše Bati. Mnohokrát Vám děkuji, že jste si na mě udělal čas!

V tomto expertním rozhovoru bych s Vámi ráda probrala zařazování sociálních témat do animovaných filmů Walta Disneyho.

Všechny otázky se vztahují k animované tvorbě Walta Disneyho.

Než se Vás začnu ptát na jednotlivé otázky, souhlasíte s nahráváním tohoto rozhovoru?

- Myslíte si, že animované filmy mohou sloužit jako nástroj pro sociální edukaci společnosti?
- Myslíte si, že animované filmy mohou ovlivnit vnímání lidí? Ať už z pohledu vnímání určité rasy, odlišných svátků apod.
- Je nějaké téma, které v animované tvorbě chybí, které jste ještě nezaznamenal?
- V Česku je řešení této problematiky poměrně nové. Z dotazníkového šetření vyšlo, že si respondenti těchto sociálních témat všímají. Někteří tvrdí, že každý animovaný film Walta Disneyho v sobě nese nějaké sociální téma. Souhlasíte s tímto tvrzením?
- Myslíte si, že my jako Češi jsme schopni plně porozumět některým zprostředkovaným tématům?
- Disney nijak oficiálně nevydal stanovisko, že zpracovává sociální témata. Myslíte si, že je to součást nějaké strategie?
- Myslíte si, že sociální témata vnímají i děti?
- V diplomové práci se věnuji tématům jako: Smrt ve filmu Coco, Hendikep ve filmu Hledá se Dory, Mentální zdraví, konkrétněji depresi ve filmu V hlavě, Rasismus a stereotyp ve filmu Zootropolis: Město zvířat, Pokřivené náboženské představy a radikalismus ve filmu Zvoník u Matky Boží. Z dotazníkového šetření vyšlo, že pokud respondenti film viděli, zpracování daných témat, jim přišlo zcela adekvátní. Je z vašeho profesionálního pohledu zobrazování sociálních témat adekvátní?

Mnohokrát Vám děkuji za Váš čas a poznatky!