

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2024**

**Magdaléna Pánková**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Mediální obraz psychologů v ČR**

Diplomová práce

Autorka práce: Magdaléna Pánková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Jan Podzimek, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 30.4.2024

Magdaléna Pánková

## **Bibliografický záznam**

PÁNKOVÁ, Magdaléna. *Mediální obraz psychologů v ČR*. Praha, 2024. 84 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jan Podzimek, Ph.D.

**Rozsah práce:** 156 255 znaků s mezerami

## **Abstrakt**

Práce si klade za cíl komplexně zanalyzovat a popsat, jak jsou psychologové a psychologie jako obor prezentováni v českých médiích. K identifikaci témat, narativů, stereotypů a hodnot spojenými s profesí psychologie využívám metodu analýzy diskurzu, díky které lze pozorovat i sociální kontext. V úvodu práce představuji psychologii, její odlišná odvětví a vystupování odborníků v médiích. Další část práce se věnuje metodě a představení výzkumného modelu spolu s výsledky analýzy. Analyzovaný vzorek je tvořen rozhovory s psychology v tradičních médiích za posledních pět let, ve kterém byly zahrnuty veřejnoprávní i soukromá média. Ukázalo se, že i mezi moderátory panují nejasnosti o náplni práce psychologů. Znatelný je apel na jasné ohraničení normy psychického zdraví a psychopatologie, spolu s požadavky na zprostředkování konkrétních praktických rad do života, které by pomohly co největší skupině posluchačů. Posun od psychologického diskurzu k mediálnímu se projevuje především důrazem na srozumitelnost, atraktivitu a aplikovatelnost sdělení. Mediální diskurz také více pracuje s emocemi, příběhy a osobními zkušenostmi psychologů i klientů, s cílem nejen publikum informovat, ale také zaujmout.

## **Abstract**

The thesis aims to comprehensively analyze and describe how psychologists and psychology as a field are presented in the Czech media. To identify themes, narratives, stereotypes, and values associated with the profession of psychology, I use the method of discourse analysis, thanks to which the social context can also be observed. At the beginning of the thesis, I introduce psychology, its different fields, and the appearance of professionals in the media. The next part of the thesis is devoted to the method and the presentation of the research model along with the results of the analysis. The sample analyzed consists of interviews with psychologists on television and radio over the past five years, which included both public and private media. It showed that even among the moderators, there is a confusion about the job description of psychologists. There is a noticeable call for a clear delineation of norm and psychopathology, along with demands for the conveyance of concrete practical advice for life that would help as large a group of listeners as possible. The shift from psychological discourse to media discourse is manifested primarily by the emphasis on clarity, attractiveness, and applicability of the message. The media discourse also works more with

the emotions, stories and personal experiences of psychologists and clients in order to not only inform the audience, but also to impress them.

## **Klíčová slova**

psychologové, média, odborníci v médiích, analýza diskurzu, mediální obraz psychologů, tradiční média

## **Keywords**

psychologists, media, experts in the media, discourse analysis, media image of psychologists, traditional media

## **Title**

Media image of psychologists in the Czech Republic

## **Poděkování**

Touto cestou bych ráda poděkovala svému vedoucímu diplomové práce Mgr. Janu Podzimkovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, čas a cenné rady, které mně a mé práci věnoval, dále také své rodině za pevné nervy a notnou dávku podpory v průběhu celého studia. Jmenovitě mojí sestře Kristýně, která to se mnou neměla jednoduché, ale její dávka trpělivosti je obdivuhodná. Dále Veronice Ročkové za hudební podkres k psaní, který byl vždy velice inspirativní. Svým kolegům v práci za podporu a za to, že mi vždy vyšli vstříc.

## Obsah

Úvod.....	11
1 Vymezení oboru psychologie a psychologické profese .....	12
1.1 Formování normy .....	13
1.2 Profesní etika v kontextu vystupování v médiích .....	15
2 Odborníci v médiích.....	16
3 Psychologové v očích veřejnosti .....	20
4 Cíle výzkumu .....	21
5 Výzkumné otázky.....	22
6 Výzkumný vzorek .....	23
7 Metoda.....	25
8 Výzkumný model .....	28
8.1 Jazyk.....	28
8.2 Instituce .....	29
8.3 Narativ .....	30
8.4 Diskuse .....	31
8.5 Diskurzivní modely .....	32
8.6 Diskurz .....	32
9 Postup výzkumu .....	34
10 Výsledky analýzy .....	35
10.1 Jazyk.....	35
10.1.1 Psychické stavy a emoce .....	35
10.1.2 Poradenství a podpora – činnost psychologa .....	36
10.1.3 Diagnózy a patologie.....	37



10.1.4	Mezilidské vztahy .....	38
10.1.5	Edukace a vývoj (žádoucí stav).....	39
10.1.6	Ostatní .....	40
10.2	Instituce .....	41
10.2.1	Data z výzkumů.....	41
10.2.2	Školní instituce .....	44
10.2.3	Odborné organizace a podpůrné asociace .....	45
10.2.4	Osobnosti, autority a jejich produkty a teorie .....	46
10.3	Narace.....	48
10.3.1	Otázky po příčině .....	48
10.3.2	Diagnostika patologií .....	50
10.3.3	Péče o děti .....	52
10.3.4	Správné postupy .....	55
10.3.5	Zjednodušení pro diváky .....	56
10.3.6	Anticipace a dění ve společnosti .....	57
10.3.7	Kompetence psychologa .....	59
10.3.8	Systém a normy .....	60
10.3.9	Moderátor nabízí své hypotézy .....	61
10.3.10	Otázky na vývoj fenoménu v čase.....	61
10.3.11	Osobní zkušenosti .....	62
10.4	Diskuse .....	63
10.4.1	Psychologická problematika a patologie.....	63
10.4.2	Systémová nastavení .....	64
10.4.3	Psychika dětí a mladistvých .....	65
10.4.4	Psychika v kontextu aktuálního společenského dění .....	66
10.4.5	Diagnostika a intervence .....	67
10.5	Diskurzivní modely .....	67
10.5.1	Stereotypy.....	67
10.5.2	Hodnoty .....	74
	Závěr: Povaha diskurzu .....	79

Summary .....	81
Použitá literatura .....	82
Přílohy .....	84

## Úvod

Psychologie je poměrně složitý a členitý obor, ve kterém má problém se zorientovat velká část veřejnosti. Dochází k záměnám psychologů s psychiatry či dokonce kouči. Samotní lidé při vyhledávání pomoci často tápou, kam se obrátit, podle čeho hledat pomoc a kdo je schopen nabídnout vhodnou podporu a řešení. Při vytváření obrazu jakékoliv profese hrají důležitou roli média, která široké veřejnosti zprostředkovávají reprezentace profesí skrze prezentace jednotlivých odborníků.

Ve své práci se zaměřím zejména na mediální obraz psychologů vytvářený tradičními médii, tedy rozhovory s psychology v televizi či rozhlasu. Cílem práce je prozkoumat, jakým způsobem média prezentují roli psychologa ve společnosti, k jakým tématům si psychology zvou, na co se psychologů ptají a jaké je obecné novinářské povědomí o psychologické profesi. Vycházím z premisy, že média nefungují jako pouhý zprostředkovatel informací, ale hrají aktivní roli ve vytváření veřejného diskurzu.

V úvodu práce nastíním obor psychologie a profesi psychologie spolu s jejími rozdílnými odvětvími a ohnisky zájmu. Dále přiblížím pojetí normy v souvislosti s diagnostikou odchylek a poruch, profesní etiku v kontextu vystupování odborníků v médiích, jejich samotné vystupování a v poslední řadě obraz psychologů v očích veřejnosti.

Analýzu nasbíraného materiálu provádím skrze kvalitativní obsahovou analýzu, která umožňuje hluboce prozkoumat a interpretovat mediální obsahy, odhalit skryté významy a kontexty v prezentaci psychologů. Konkrétně využívám analýzu diskurzu, pomocí které prozkoumám jednotlivá témata, odlišné pohledy a představy v interakci rozdílných sociálních aktérů, kterými v mém případě jsou moderátoři a psychologové. Soustředím se také na způsob, jímž česká média konstruují obraz psychologů, spolu se stereotypy a hodnoty, které se do tohoto obrazu promítají.

# 1 Vymezení oboru psychologie a psychologické profese

Pro účely této práce krátce představím a vymezím obor psychologie spolu s předmětem jeho zájmu a odliším jednotlivá psychologická odvětví.

Plháková (2003, s. 15) definuje psychologii jako „vědu studující lidské chování, mentální procesy a tělesné dění, včetně jejich vzájemných vztahů a interakcí.“

Psychologie jako obor disponuje tradicí různých historických přístupů ke zkoumání duše a mysli člověka. Psychologové si vytyčují elementární cíle – popsat, vysvětlit a předvídat chování člověka. Získané poznatky pak mají sloužit ke zlepšování psychického zdraví a spokojenosti člověka. (Plháková, 2003, s. 16)

Psycholog je pak definován jako „člověk profesionálně činný v jedné z oblastí psychologie, který absolvoval příslušné vysokoškolské vzdělání“ (Sillamy, 2001, s. 170). V České republice jde o jednooborové magisterské studium.

V psychologii lze rozlišovat teoretické a aplikované obory. Mezi teoretické disciplíny, které zprostředkovávají základnu vědění se řadí např. vývojová psychologie nebo psychologie osobnosti. Aplikované vědní obory čerpají z teoretických poznatků a využívají jich ve společenské praxi v zájmu celé společnosti. Aplikované psychologické disciplíny se snaží využít dostupných poznatků pro řešení praktických záležitostí skoro ve všech odvětvích společenského života. Jedná se např. o klinickou psychologii, poradenskou psychologii a psychoterapii. (Plháková, 2003, s. 29)

Bližší představím a rozliším vzájemné rozdílnosti a předměty zájmu mezi jednotlivými psychologickými disciplínami.

Poradenská psychologie se zaměřuje na podporu růstu a efektivnější uplatnění klienta ve světě. S klientem poradce pracuje s cílem ho podpořit a pomoci. „Poradenství lze chápat jako metodu vzdělávání a výchovy, redukování emočního napětí a metodu pomáhající klientovi při řešení problémů.“ Poradenská pomoc se aplikuje do odvětví školství v rámci pedagogicko-psychologických poraden a školních pedagogických pracovišť, v sociální oblasti ve formě občanských a rodinných poraden či do oblasti kariérního poradenství. (Procházka et al., 2014, s.13)

Dalším odvětvím psychologie je psychoterapie, která je definována jako „léčebná činnost, při níž psychoterapeut využívá své osobnosti a dovedností k tomu, aby u klienta došlo k žádoucí

změně směrem k uspokojivějšímu prožívání, chování ve vztazích a sociálnímu začlenění.” Jedná se však o činnost, kterou je třeba provádět v souladu s vědeckým poznáním, svou vědeckost psychoterapeut čerpá ze systematickosti a etiky, k vykonávání psychoterapie je potřebný akreditovaný psychoterapeutický výcvik, vzdělání a supervize. (Vybíral & Roubal, 2010, s. 30) V porovnání s poradenskou psychologií bývá psychoterapie dlouhodobější, má širší záběr a opírá se o vzájemný vztah mezi klientem a psychoterapeutem.

Často dochází také k nejasnostem na straně veřejnosti v případě odlišení psychoterapie a koučování. Hartl a Hartlová (2000) koučování definují jako:

„Metodu práce s lidmi založenou na myšlence, že dospělý člověk se nejlépe učí praxí a vlastní zkušeností; metoda je užívána k ohleduplnému a taktnímu ovlivňování pracovního chování člověka; jejím cílem je rozvoj aktivity, iniciativy, samostatnosti a tvořivosti; vede ke zvyšování pracovního výkonu” (s. 276).

Koučové však nemusí disponovat psychologickým vzděláním. K tomu, aby se z člověka stal kouč, stačí absolvovat koučovací výcvik.

Dalším odvětvím psychologie, které se zabývá duševními onemocněními, je klinická psychologie jejíž pole působnosti zahrnuje „diagnostiku, prevenci a terapií duševních poruch, k nejčastějším skupinám klientů patří duševně nemocní, vzdělání v oboru se získává na filosofických fakultách, zatímco psychiatrie se studuje na fakultách lékařských” (Hartl & Hartlová, 2000, s. 481).

Klinický psycholog získává svou specializaci postgraduálně. Po absolvování magisterského jednooborového studia psychologie a nejdříve po pěti letech praxe ve zdravotnickém zařízení se klinickým psychologem stává člověk s úspěšně složenou atestační zkouškou v oboru Klinická psychologie.

V souvislosti s duševními onemocněními se v psychologickém diskurzu užívá také termín *psychopatologie*, který se zabývá „chorobnými duševními jevy, příznaky chorob, jejich klasifikací, poruchami a hraničními stavy” (Hartl & Hartlová, 2000, s. 487).

## **1.1 Formování normy**

V souvislosti s chorobami a poruchami jakožto předmětem zájmu klinické psychologie je potřeba zmínit pojetí normy, neboť zdraví je v tomto kontextu vnímáno jako normální a nemoc

jako odchylka. Pojetí normy může být ale velice různorodé. Jak uvádí Baštecká a Goldmann (2001, s. 22) „norma je pravidlo, měřítko, směrnice.“ Chápání normy je však odlišné, vždy záleží na tom, k čemu normu stanovujeme, zároveň je nutné mít na paměti, že samotná psychologie nepracuje s jasně ohraničenými jevy.

Statistická norma pracuje s četností, v tomto ohledu – co je časté, je považováno za normální. Tomuto pojetí odpovídá rozložení Gaussovy křivky ve společnosti, touto optikou je za normální shledáno vše, co se nepohybuje dále než dvě směrodatné odchylky od průměru, tímto způsobem se například vyhodnocuje úroveň inteligence. (Baštecká & Goldman, 2001, s. 22)

S ohledem k tématu této práce je potřeba zmínit normu mediální, která se v ideálním případě odvíjí od poznatků z výzkumů, někdy však může vznikat na podkladech pouhých dojmů odborníků. Média následně poznatky zprostředkovávají mezi lidmi, tímto způsobem se sdělení rozšíří mezi širokou veřejnost, která nabyde dojmu, že se jedná o něco “normálního” a vytváří se tak v populaci tlak na přizpůsobení, zpětně tak dochází k utvrzení odborníků v rozšíření určitého jevu. (Baštecká & Goldman, 2001, s. 22)

Zmíním ještě jedno pojetí normy, které se pojí s hodnotami, které daná kultura a společnost vyznává. Jedná se o sociokulturní normu, tento pohled vychází ze sklonu k etnocentričnosti, kdy příslušníci stejné kultury považují své hodnoty a pravidla za ty jediné správné a platné. Za součást sociokulturní normy je považována také norma právní a morální, jež ohraničuje práci pomáhajících profesí. (Baštecká & Goldman, 2001, s. 22)

Nicméně je důležité zmínit, že norma je sociální konstrukt, který je vytvářen v rámci společnosti. Toto se odráží i do kvalifikace poruch a chorob, kdy tabulky pro jednotlivá onemocnění vytváří odborníci. Pro ilustraci - např. v kontextu inteligence, kterou jsem uvedla výše, stojí za zmínku posun v psychodiagnostice inteligence, kdy se v sedmdesátých letech minulého století v USA posunuly hodnoty inteligenčního kvocientu a ze dne na den se tisíce lidí zázračně vyléčili ze svého mentálního postižení a jejich intelekt se tak dostal do pásma průměru.

Neexistuje tedy pouze jedna platná norma, její chápání může být velmi různorodé a proměnlivé. Odvíjí se od kulturních hodnot, společenského vývoje a úrovně poznání. Také samotní jedinci vnímají normu po svém a tato individuální norma se může od té společenské potenciálně lišit.

## 1.2 Profesní etika v kontextu vystupování v médiích

V rámci odborných asociací a organizací, jejichž součástí jsou právě psychologové či psychoterapeuti existují etické kodexy, jejichž zněním by se měli jednotliví členové řídit. V následujících řádcích nastíním zásady, které organizace deklarují v kontextu veřejného vystupování.

Etický kodex ČAP (České asociaci pro psychoterapii) čerpá z etického kodexu Evropské asociace pro psychoterapii. Apeluje na přesné označení profesní kvalifikace a příslušnost ke konkrétním institucím. Tvrzení v rámci veřejných vystupování by měli psychoterapeuti dle kodexu opírat o obecně přijatelná zjištění a techniky, přičemž lze uznávat meze a připouštět určité pochybnosti o těchto technikách. (ČAP, 2023)

Psychoterapeuti jsou v rámci etického kodexu zavázáni k „prezentaci vědeckosti a umění psychoterapie, přičemž nabízejí své služby poctivě a přesně, vyhýbají se dezinterpretacím způsobeným senzacechtivostí“ (ČAP, 2023).

Dále je apelováno na distinkci mezi veřejnými prohlášeními a vystupováním v rámci vztahu s klientem. V rámci prezentace v médiích je kladen důraz na zprostředkování informací, které jsou v souladu s aktuálním poznáním. (ČAP, 2023)

V etickém kodexu ČMPS (Českomoravské psychologické společnosti) je v kontextu s médii probíráno především zachování důvěryhodnosti a diskrétnosti při vystupování před třetími stranami. Dále je v této souvislosti považováno za zásadní, aby prezentované názory v médiích byly v souladu se zodpovědností za psychologickou profesi. Psycholog „jako odborník má širší rozhled a reaguje tudíž se znalostí kontextu, nikoli např. na základě otázek vytržených ze souvislostí“ (ČMPS, 2017).

## 2 Odborníci v médiích

V následující kapitole se zaměřím na odborníky a jejich vystupování v médiích. Konkrétně pak nastíním psychology a specifika jejich prezentace v médiích.

Čím dál větší pozornost je věnována posílení vědecké gramotnosti veřejnosti. Vědecká gramotnost je definována jako „porozumění vědeckým myšlenkám a metodám, které jsou potřebné pro rozhodování, zapojení se do občanských záležitostí a ekonomickou produktivitu” (Kaslow, 2015, s. 361).

V tomto ohledu psychologie zprostředkovává jednotlivcům nástroje k promyšlenému zkoumání jejich života a světa kolem. Podle Kaslowové (2015, s. 361) je povinností psychologů překládat psychologické poznatky veřejnosti, častěji však dochází ke tlumočení této vědní disciplíny z úst „nepsychologů”. V jejím podání efektivní překlad vyžaduje srozumitelný způsob komunikace, relevanci, konkrétní zjištění a laické interpretace výsledků.

Psychologové v médiích nabízí „důvěryhodný, dalekosáhlý a levný způsob, jak informovat velké množství lidí o psychologických poznacích” (Faberman, 2003, s. 293). Ve zpravodajských médiích pomáhají odpovídat na otázku “proč” ohledně zpravodajských událostí či společenských trendů, což přináší zajímavost a unikátní úhel pohledu.

Při střetu médií s psychologií však dochází ke střetům dvou odlišných světů. Základ psychologie tvoří důkladná analýza v dlouhodobém horizontu, zatímco pro média je klíčový čas, kdy se všechno musí dít co nejrychleji. (Faberman, 2003, s. 293)

Většina psychologů neabsolvovala školení pro komunikaci s veřejností nebo tiskem, často se tedy sami potýkají s problémy, kdy neví, jaké informace sdílet, nebo jaké jsou účinné přístupy ke sdílení relevantních informací různým cílovým skupinám obecnostva. Obvykle tedy psychologové neumí prezentovat svá tvrzení ve formě, která by držela krok s dobou a aktuálními trendy na poli nových médií. Problémem také zůstává volba adekvátní komunikace, která integruje vědeckou kulturu a kulturu veřejnosti. (Kaslow, 2015, s. 368)

DiSalvo (2011) v novinovém článku píše: „Vědci se stále obávají, že důvěryhodnost jejich poznatků je čím dál více napínána, aby upoutala pozornost čtenářů.” V důsledku snahy o zvyšování atraktivity zpráv často dochází k zamlčování některých zásadních rozdílů. V tomto kontextu DiSalvo konkrétně uvádí např. nerozlišování korelace a kauzality v mediálních sděleních.



Profese, jež si vybudují trvalé vztahy se zpravodajskými médii, disponují významným hlasem při důležitých událostech či při projednávání celostátní strategie. Většina psychologů sdílí společný konsensus, že je důležité budovat a udržovat dlouhodobé vztahy se zpravodajskými médii. Zároveň však také zmiňují dvousečnost, kdy vystupování v médiích může přinést více škody než užitku. Mezi příklady potenciálních problémů Fabermanová (2003, s. 294-295) uvádí: „(1) neinformovaného reportéra, (2) vměstnání komplikovaného výzkumu do krátké zprávy, (3) důvěrnost informací o pacientovi, (4) vzdělávání veřejnosti vs. terapie v přímém přenosu a (5) výzvy sociálních sítí.”

Za jednu z dalších překážek v překládání psychologických poznatků veřejnosti Kaslowová (2015, s. 368) uvádí stereotypy, které se pojí s profesí psychologů, kdy je společnost často vidí pouze jako praktické odborníky, nikoliv jako vědce. Na tomto stereotypu se podílejí právě média, která vytvářejí negativní obraz psychologů jako psychoterapeutů a nedostatečně prezentují psychology z akademické obce. Toto vede k budování představy široké veřejnosti, že psychologie není exaktní vědeckou disciplínou.

Peters (2008, s. 139) v tomto kontextu nemluví o překladu, nýbrž o veřejné (re)konstrukci vědecké odbornosti, kdy v jeho interpretaci nelze vědeckou komunikaci chápat jako překlad, neboť nedisponují ekvivalencí jazyka ani sdílenou realitou. Svět moderní vědy je dle něj spíše esoterickým světem, který je nepřístupný každodennímu uvažování. Dochází tak ke konstrukci veřejného obrazu vědy a jeho dění pomocí přirovnání, metafor a pojmů z každodenního světa. Validitu odborných rad tedy nelze klientům dokázat, pouze je učinit věrohodnými. Odborné nepřesnosti jsou jen špičkou ledovce sémantických rozporů mezi vědeckými a společenskými představami o světě.

Baštecká (2001) sama mluví o zvláštním jazyku, kterým disponují psychologové, jenž je spíše technického ražení. Zároveň uvádí, že do řeči se promítá také stav společnosti. V jazyce se odráží také systém víry, který může nezasvěceným připomínat jazyk sekty. Pro její členy však je naprosto přirozený. Zároveň upozorňuje, že odborná terminologie se z části stává veřejným majetkem, kdy k tomuto dochází třemi způsoby:

„(1.) pojmy se začnou používat ve významu přeneseném a širším (např. užití slova *schizofrenie* ve významu ambivalence), (2.) pojmy se stanou nadávkami (např. *hysterka*, *kretén*), (3.) pojmy se sice používají v původním významu, ale nadužívají se (např. *deprese*).“ (s. 67-68)

Psychologie v médiích zastává dvojí roli, jednak je prezentována jako věda, která nabízí výsledky a interpretace nasbíraných dat. Na druhé straně se však jedná o službu, která pomáhá lidem s psychickými problémy. (Klonoff, 1983, s. 847) Psychologie je velmi rozmanitý obor, kde je prakticky nemožné mít odborný přehled o všem (tamtéž s. 848).

Dunwoody (1992) podle Peterse (2008, s. 140) využívá koncept příběhových rámců, který používá k vysvětlení, jaké druhy informací novináři do vyprávění příběhů zahrnují či vylučují. Zmíněné rámce determinují uspořádání informací v příběhu a také novinářské dotazování.

Sami odborníci jsou většinou členy organizací či institucí, což má vliv i na jejich komunikaci, jelikož tyto organizace mají směrnice a etické kodexy, které upravují kontakt s médii. Vědci jsou nuceni k přijetí role experta pro veřejnost v masových médiích, což vytváří tlak na odborníky, aby aplikovali své vědomosti k vysvětlení a řešení problémů, které nejsou vědeckého ražení. Role experta v médiích s sebou přináší změnu role, kdy je odborník pasován do role herce a je vystaven kritice veřejnosti. Novináři mají pak tendence tlačit vědce za hranice možností, které jsou odborníci schopni nabídnout, ve smyslu tlaku na praktické implikace. Žurnalistika tak sehrává zásadní roli nejen v šíření vědecké expertízy, ale i v jejím utváření. (Peters, 2008, s. 144)

Psychologové se narozdíl od lékařů příliš nespécializují na léčbu konkrétních poruch. V případě medicíny lidé vědí, na koho se obrátit, když je bolí hlava nebo když čekají dítě. Jednotlivá odvětví jsou jasně definována jako například v případě právě neurologie a gynekologie. Psychologové se svou specializací většinou orientují pouze na děti nebo na dospělé. Toto má za následek omezení schopnosti spotřebitelů ve výběru a adekvátní orientaci v oboru. (Klonoff, 1983, s. 848)

Psychologové v médiích fungují zároveň také jako komentátoři společenského dění. Pro média jsou však často zajímavé spíše mimořádné události a aktuální témata. Málo kdy se jedná o témata, která jsou zkoumaná dlouhodobým výzkumem. (Klonoff, 1983, s. 850) Jedním z důvodů prezentace psychologů a psychologického poznání v médiích je značný zájem a velká zvědavost veřejnosti ohledně psychologických záležitostí, zejména pak těch, které jsou zdarma a snadno dostupné. Jediní, kteří se sami bojí vyhledat odbornou pomoc, jsou alespoň touto formou vystavování radám psychologů. (tamtéž, s. 851)

Klonoffová (1983) dále apeluje na důležité poznatky, se kterými by měla média pracovat:

„Média potřebují vědět, co víme my. V psychologii neexistuje žádné sjednocující paradigma; různí psychologové mohou ke stejnému problému přistupovat různými způsoby; při jednání se skutečnými lidmi, kteří prožívají opravdové problémy, neexistují jednoduché a jednoznačné odpovědi; a k poskytnutí věcných, nezaujatých a úplných informací o psychologických událostech málokdy stačí názory jednoho člověka.“ (s. 853)

### 3 Psychologové v očích veřejnosti

Výzkumy ukazují, že poměrně velká část veřejnosti se staví k vědeckosti psychologie velmi skepticky. Lilienfeld (2012, s.117) přichází s osmi důvody této skepse, pro účely mé práce blíže nastíním především dva důvody – problematickou veřejnou tvář psychologie a záměnu psychologů a psychoterapeutů.

Jako jeden z problémů je zmíněna veřejná tvář psychologie, kterou v USA netvoří psychologičtí výzkumníci nebo vědecky smýšlející psychoterapeuti. Pro většinu Američanů jsou to mediálně známé osobnosti, které nejsou ani psychology a disponují pouze poradenskými certifikáty. (Lilienfeld, 2012, s.118) Poměrně velká část veřejnosti považuje psychologii spíše za pomáhající profesi než za vědeckou disciplínu. Zatímco vědci jsou vnímáni jako exaktně smýšlející jedinci zaměřeni na normalitu, psychologové jsou vnímáni jako citlivě smýšlející se zaměřením na abnormalitu. Dále je pro mnohé laiky komplikované rozlišit rozdíl mezi psychology, psychiatry, sociálními pracovníky, poradci a psychoterapeuty. (tamtéž, s.119)

Skepse veřejnosti vzhledem k vědeckosti psychologie pramení z nepochopení vědeckého poznání, opomíjí vědecké metody jako systematické nástroje, které stojí za objektivními a replikovatelnými poznatky. (Lilienfeld, 2012, s.122)

Australská studie o oblíbenosti psychologů z roku 2003 ukázala znepokojivý dojem veřejnosti z psychologů, kdy méně, než čtvrtina respondentů byla ochotna konzultovat svůj problém s psychologem. Při srovnání s dalšími pěti profesemi – zdravotní sestry, praktičtí lékaři, psychiatři, učitelé a psychologové, celkově označili psychologii za nejméně potřebnou profesi. Pozitivnější názor na psychology měli lidé mladšího věku, s nižším příjmem a s předchozí zkušeností s psychologickou pomocí. (Hartwig & Delin, 2003, s. 71)

## 4 Cíle výzkumu

Práce se zaměřuje na podobu mediálního obrazu psychologů v českých rozhlasových a televizních médiích. Cílem práce je prozkoumat, jakým způsobem média prezentují roli psychologa ve společnosti, k jakým tématům si psychology zvou, na co se psychologů ptají a jaké je obecné novinářské povědomí o psychologické profesi.

Těžiště mého zájmu leží především ve vyobrazení psychologů a psychologie v mediálním diskurzu. Zároveň však nechci opomenout ani potenciální rozdílnost vnímání a znalostí moderátorů napříč různými médii, které je potřeba brát také v potaz. Zajímá mě také, jak moderátoři prezentují roli a kompetence psychologů a jak na tyto představy reagují samotní psychologové v přímé interakci.

Mé zkoumání se soustředí na mediální diskurz o psychologii v televizních a rozhlasových rozhovorech. Cílem analýzy není pouhé zjištění faktických témat, která jsou v médiích diskutována, ale také postihnouti toho, jakým způsobem jsou prezentovány a jak se do nich promítají normativy o profesi jako takové. Soustředím se také na způsob, kterým česká média konstruují obraz psychologů a jaké stereotypy a hodnoty se do něj promítají.

Vycházím z premisy, že média nefungují jako pouhý zprostředkovatel informací, ale že hrají aktivní roli ve vytváření veřejného diskurzu. Právě prostřednictvím samotného výběru témat a způsobu zpracování, výběrem jazykových prostředků a interakcí s odborníky konstruují určitý obraz reality. (Hall, 1997, s. 44) V kontextu této práce se soustředím právě na vytvářený mediální obraz o profesi psychologů.

Na paměti je třeba mít i příjemce mediálního sdělení. Moderátor a host svou komunikaci směřují především pro diváky, kterým jsou informace o daných tématech předávány. Dochází tak k přijímání informací širokou veřejností, čemuž je uzpůsoben i jazyk, což bych také ráda postihla ve své práci.

## 5 Výzkumné otázky

Práce si klade za cíl komplexně zanalyzovat a popsat, jak jsou psychologové a psychologie jako obor prezentováni v českých médiích. Budu se snažit identifikovat hlavní témata a narativy spojené s psychology v různých typech českých médií.

- 1) Jak média prezentují roli psychologa ve společnosti? Jaké kompetence a hodnoty jsou s psychology spojovány?
- 2) K jakým tématům jsou psychologové do médií zváni?
- 3) Jaká je obecná mediální představa o profesi psychologa a oboru psychologie?

## 6 Výzkumný vzorek

K analýze jsem využila rozhovory s psychology za posledních pět let. Data jsem sbírala od začátku roku 2018 do začátku roku 2023. Vzhledem ke koronavirové pandemii jsem se snažila zohlednit i roky předtím a poté, aby témata neobsahovala pouze situace mířící ke změně společenského života v době covidové.

Rozhovory jsem filtrovala přes webovou databázi Newton, kde jsem si nastavila požadované datové rozmezí pěti let, spolu se zúžením pouze na televizní a rozhlasový obsah. Dalším důležitým kritériem pro mě byla přítomnost přepisů u jednotlivých rozhovorů. V rámci mé analýzy pro mě byla klíčová dostupnost přepisů, abych se k rozhovorům mohla kdykoliv vrátit a adekvátně je rozebrat i z jazykové stránky.

Po navolení výše uvedené filtrace jsem do vyhledávače Newton postupně zadávala slova – „psycholog“, „psychologie“, „psycholožka“, „psychoterapeut“ či „psychoterapeutka“. Sama jsem vybrala ty příspěvky, které odpovídaly formě rozhovoru mezi odborníkem a moderátorem. Pro snazší orientaci a přehled jsem vytvořila tabulku s jednotlivými rozhovory, jejich tématy, délkou rozhovoru, konkrétním pořadem a médiem, kde byl daný obsah publikován s příslušným online odkazem. Přes výše uvedené parametry jsem vyselektovala celkem 123 rozhovorů.

Jednotlivé rozhovory jsem si pustila a prošla i v textové podobě. Zároveň jsem zkusila analyzovat i cvičné vzorky. Po pečlivém uvážení a pozorovaném nasycení vzorku, kdy se data jevila jako dostatečná, jsem svůj výběr zúžila na 18 rozhovorů, do kterých jsou psychologové zváni v roli odborníků a dotazování na příslušná témata.

Ze vzorku jsem odebrala rozhovory kratší pěti minut, neboť po cvičné analýze se ukázalo, že jsou příliš krátké pro hloubkovou analýzu a nevykazují dostatek informací, abych z nich mohla čerpat pro cíle této práce.

Abych nashromáždila dostatek různorodých rozhovorů postihující širokou škálu témat a docílila adekvátního nasycení vzorku, využila jsem k analýze rozhovory v časovém měřítku od pěti do deseti minut na různých mediálních platformách, jak televizních, tak rozhlasových, pokrývající veřejnoprávní i soukromá média.

Následně jsem shromáždila přepisy všech rozhovorů a začala je jednotlivě analyzovat. Témata se často opakovala, jak v rámci jednotlivých médií, tak zároveň napříč veřejnoprávními a

soukromými platformami. Vzhledem k časovému ohraničení, které jsem vytyčila, jsem při postupné analýze, došla ke vzorku celkem 18 rozhovorů, které tvoří těžiště mé práce. V tomto ohledu jsem došla k teoretické saturaci, kdy se domnívám, že přidání více rozhovorů by již nepřineslo nové či rozšiřující poznatky.

Sledovala jsem i pořady, do kterých si odborníky zvou spolu s tématy, které v nich rozebírají. Jednalo se konkrétně o Ranní interview (ČRo), Živé vysílání (ČT24), Snídaně s Novou (Nova), Studio 6 (ČT24), Dobré ráno (ČT2). Analyzované rozhovory pokrývají ve finální podobě období od 9. září 2018 až po 10. února 2023.

Vzhledem k cílům mé práce považuji za klíčové postihnout aktuální podobu mediálního obrazu. Časový horizont pěti let mi potenciálně umožňuje zachytit současnou podobu diskurzu a zároveň zachytit případné změny ve vývoji v kontextu se společenským děním.

Vzorek zahrnuje rozhovory na veřejnoprávních a zároveň i soukromých médiích. Konkrétně se jedná o dva rozhovory na kanále ČT2, pět rozhovorů na ČT24, čtyři rozhovory na ČRo Radiožurnál, sedm rozhovorů na TV Nova. Vzorek neobsahuje žádné komerční rádio, nicméně rozhlasové stanice tohoto typu tento druh obsahu v zásadě nenabízejí.

Ke své analýze jsem využila především tradiční média, neboť pohled v rámci internetových obsahů je velice roztržštěný a autorem v tomto prostředí může být prakticky kdokoliv. Prostředí internetu navíc není zastřešeno žádným etickým kodexem. Logickou úvahou by mohla být také analýza psaného rozhovoru v novinách či online zpravodajství, zde se dá však předpokládat, že texty podléhají editačním úpravám a nenabízí tak příliš autentický obraz, který je možné zaznamenat právě ve vstupech, které ve většině případů mého vzorku probíhaly v živém přenosu.

Snažila jsem se, aby rozhovory nebyly tematicky mířené na obsah kolem psychologie jako vědy, chtěla jsem především akcentovat výběr témat, ke kterým si psychology média zvou a co od nich v tomto kontextu očekávají, že se dozví.



## 7 Metoda

K analýze nasbíraného materiálu využívám kvalitativní obsahovou analýzu, která umožňuje hluboce prozkoumat a interpretovat mediální obsahy, odhalit skryté významy a kontexty v prezentaci psychologů.

Kvalitativní obsahová analýza umožňuje zkoumat sociální významy, na základě symbolického materiálu, který je nutno interpretovat. Při utváření interpretací je však důležité zohlednit i celkový kontext. Induktivně tak vznikají kategorie, které jsou podloženy daty. Touto cestou analýza zprostředkovává hloubkový popis znatelného množství proměnných. (Schreier, 2012, s.35)

V této práci konkrétně využiji jako metodu analýzu diskurzu, která spadá právě pod kvalitativní obsahovou analýzu. Analýza diskurzu je velmi členitá a různorodá oblast, přičemž velké množství autorů představuje odlišné způsoby zkoumání. Po potřeby své práce jsem si vybrala pojetí Jamese Paula Geeho.

Diskurz, jak ho popisuje Gee, je „charakteristický způsob říkání, jednání a bytí“ (Gee, 2010, s.30). Gee (2010) dále uvádí, že člověk používá jazykové prostředky v mluvené či psané formě projevu, aby se prezentoval jako určitý druh osoby. O jaký druh identity se jedná, závisí na okolnostech, neboť jedinec se zapojuje do různých činností a praxí, a má tak přístup k různým identitám. Aby člověk pochopil, co druhý říká, je potřeba vědět, kdo je a co dělá.

Gee však rozlišuje diskurz s velkým a malým „D“, v tomto případě využiji pojetí Podzimka (2022), který nezůstává jen u diskurzu s malým „D“ ve smyslu způsobu užívání jazyka, ale tyto dva koncepty integruje a vnímá diskurz „v jeho plné komplexnosti, tj. včetně hodnot, východisek, způsobu jednání atd.“ (Podzimek, 2022, s. 25).

Analýza diskurzu v této podobě pomůže k prozkoumání témat, odlišných pohledů a představ v případě interakce rozdílných sociálních aktérů, kterými v mém případě jsou moderátoři a psychologové.

Gee (2010) bere v potaz také kontext, v němž jsou obsahy produkovány a konzumovány. V jazyce hraje vždy důležitou roli jasnost a rychlost sdělení. Aby se průběh komunikace urychlil, nechávají se nevyřčené věci, u nichž se předpokládá, že je příjemci znají. Kontext je tak v analýze diskurzu klíčový a v Geeho pojetí „zahrnuje fyzické prostředí v němž komunikace

probíhá a vše co se v něm nachází; to co bylo dříve řečeno, účastníky komunikace i veškeré jejich sdílené znalosti, včetně těch kulturních” (Gee, 2010, s.6).

Soustředění se na kontext je zásadní pro pochopení komplexních faktorů, které utvářejí mediální obraz psychologů.

Pro svou analýzu využívám roviny diskurzu od Geeho, jak je předkládá Podzimek (2022, s. 27) ve své disertační práci. Podzimek vychází z Geeho a soustředí se přitom na jedno z jeho tří členění, přičemž upozorňuje na analogické členění Fairclougha. Podzimek se inspiruje mimo jiné také van Dijkem a roviny staví do vzájemné hierarchie. Využívá tak induktivního směřování, od nejmenších jednotek k těm větším, komplexnějším, tedy – od mikrostruktur k makrostrukturám. Nyní krátce představím jednotlivé roviny, pomocí kterých získám strukturovaný přístup ke komplexnímu zkoumání mediálních obsahů.

Základní rovinu utváří jazyk, jenž se promítá dále do všech ostatních rovin. Prostřednictvím jazyka se předávají významy, neboť „používáme jazyk, abychom věcem dali smysl či hodnotu” (Gee, 2005, s. 9). Jak dále uvádí Gee (2005) kdykoliv mluvíme nebo píšeme, přizpůsobujeme se situaci, v rámci, které komunikujeme, s čímž souvisí také identity a role, které se skrze jazyk a konkrétní situace formují tady a teď.

Další rovinu v podání Podzimka (2022) tvoří intertextualita „kdy se v jednom textu objevují dva či více sociálních jazyků” (Podzimek, 2022, s. 32). Tuto rovinu si pro účely mé práce dovoluji modifikovat na instituce. Stěžejní na této rovině budou zastřešující organizace, asociace a autority, ke kterým se odkazují psychologové či moderátoři v samotných rozhovorech. Blíže instituce nastíním v samostatné podkapitole dále.

Třetí rovinu tvoří narativ, jenž zprostředkovává chápání v širších souvislostech, „skrze narativ chápeme smysl problémů, které nás trápí” (Gee, 2010, s. 78). Narace jsou způsoby vyprávění, které dávají hlubší smysl zkušenostem zasazením do širších kontextů.

Další z rovin diskurzu je diskuse (*conversations s velkým “C”* v původním anglickém textu). V Geeho podání (2005) diskuse představuje „veřejné debaty, které se šíří v médiích i v našich interakcích s ostatními lidmi” (Gee, 2005, s.49). Takových diskusí je samozřejmě nepřeberné množství, jelikož jsou syceny dílčími rozhovory a výroky k danému tématu, kterých je nespočet. Diskuse zahrnují také odlišné postoje a argumentaci rozdílných stran, z tohoto důvodu je pro jejich pochopení potřeba akcentovat i sociokulturní kontext. Stěžejní je především část diskusí odehrávající se v médiích „neboť má přímý dopad na další vývoj

diskuse.” (Podzimek, 2022, s. 37). I v tomto případě využívám pojetí Podzimka, který pracuje s pojmem diskuse s malým “D”.

Další rovinou jsou diskurzivní modely, které Gee popisuje jako „zjednodušené, nevědomé teorie, které nám pomáhají chápat svět kolem nás” (Gee, 2005, s. 71). Do těchto modelů se promítají představy o tom, co je normální a přirozené optikou určité sociální či kulturní skupiny.

Finální rovinu pak tvoří samotný diskurz. Jeho pojetí, ve kterém s ním budu pracovat v rámci této práce jsem již nastínila výše. Cílem je charakterizovat mediální diskurz, vysvětlit principy fungování jednotlivých oblastí zahrnující sociální role, sociální jednání, způsob komunikace i hodnotová východiska.

## 8 Výzkumný model

V této části nastíním jednotlivé koncepty a atributy, které budu vzhledem k cílům mé práce zkoumat na jednotlivých rovinách a jež byly klíčové pro mou analýzu mediálního obrazu psychologů. Je důležité zmínit, že roviny nepředstavují nepropustné kategorie, naopak se v mnohém prolínají a jednotlivé zkoumané atributy prostupují více rovinami.

Tento postup umožňuje vytvořit funkční kostru lemující se napříč prací a zároveň mi pomáhá udržet i konzistentní strukturu pro hloubkovou kvalitativní analýzu, což jako jednotící prvek zprostředkovává objektivní a stabilní analytický nástroj.

### 8.1 Jazyk

Můj výzkumný vzorek tvoří rozhovory novinářů s odborníky na poli psychologie v audio či audiovizuální podobě. Vzhledem k tomu, že vizuální prvky nebyly přítomny u celého vzorku a neshledala jsem je za příliš významotvorné, rozhodla jsem se při hloubkové analýze pracovat s přepisy jednotlivých rozhovorů v českém jazyce. Stěžejní je tedy jazyk ve formě psaného slova, kterému jsem uzpůsobila i jednotlivé analytické nástroje.

Na úrovni jazyka jsem se zaměřila na konkrétní jazykové prostředky a volby jednotlivých slov a slovních spojení. Je třeba mít na paměti, že i když komunikace probíhá mezi moderátorem a odborníkem z okruhu psychologie, příjemcem sdělení je primárně divák, který v interakci není přítomen. Z tohoto hlediska lze předpokládat i uzpůsobení stylu mluvy a volby jednodušších výrazů, které vysvětlují odborné věci, ale zároveň jsou pochopitelné a dostatečně srozumitelné pro širokou veřejnost.

Na této rovině mě zajímají také konotace a denotace, které jsou užívány. Přičemž konotace jsou chápány jako „na kontextu závislé a v něm aktivované významové komponenty provázející základní složku lexikálního významu” (Hladká, & Vaňková, 2017). S konotacemi souvisí asociace, kdy „se na základě výskytu jedné jazykové formy, vybavuje forma jiná.” Denotace pak označuje opak ke konotaci, která je věcně neutrální a je nezávislá na kontextu. (Hladká, & Vaňková, 2017)

V tomto duchu se nesou i otázky kladené na rovinu jazyka. V první řadě se zaměřuji na odborné pojmy, a to jak ze strany moderátorů, tak ze strany psychologů. Zajímá mě především vzájemná interakce a vyjednávání o jednotlivých pojmech a termínech. Klíčové budou situace, kdy moderátor žádá psychologa o přesnější vysvětlení, nebo případy, kdy moderátor nabízí svou

terminologii a psycholog ji buď přijme a pracuje v ní v této podobě dál, nebo se ohradí a navrhne svůj pojem.

Zajímají mě také pojmy, které jsou provázány s psychologíí jako oborem a jejím předmětem zájmu, související s činností práce psychologa. Odborné pojmy tvoří základ každé vědní disciplíny, která potřebuje svou terminologii, v níž jsou soustředěny koncepty a teorie daného oboru. Každý vědecký obor má svá nezpochybnitelná paradigmatata, ze kterých vychází a na kterých staví svá poznání. „Lidé jsou věrni stejným pravidlům a standardům vědecké praxe, zjevný konsensus je nezbytnou podmínkou normální vědy.” (Kuhn, 1997, s. 24) Toto zahrnuje i terminologii, která je používána v rámci odborného diskurzu psychologů.

V rámci analýzy se soustředím právě na pojmy, které se váží k psychologické profesi a činnosti s ní spojené. V případě zjednodušování mě zajímá i způsob, kterým se psychologové snaží jednotlivosti veřejnosti přiblížit.

Na úrovni jazyka je cílem odhalit specifické jazykové volby přispívající k podobě mediálního obrazu psychologů. Tato zjištění je však nutné dále propojovat i s dalšími rovinami a zasadit je do širšího kontextu. Především rovina jazyka je promítána do všech ostatních rovin, neboť všechny ostatní roviny jsou vytvářeny právě prostřednictvím jazyka.

## **8.2 Instituce**

Pro účely mé práce bude stěžejní odkazování na autority v rámci oboru psychologie. Důležité budou autority, ke kterým se odkazuje sám psycholog i ty autority, které zmiňuje moderátor a zároveň i zpětná reakce psychologa na zvolený zdroj.

Tímto bych ráda zmapovala veškeré relevantní zdroje zmiňované psychology a moderátory. Vzhledem k cílům a povaze této práce se soustředím také na zdroje, které odkazují na instituce, jež zprostředkovávají zastřešující funkci.

Instituce jsou spojovány s určitými diskurzí a fungují jako zdroj dané ideologie, což zajišťuje jejich legitimitu. Lemke vnímá „instituce vzdělávání, masové komunikace i instituce akademické vědy jako ideologický aparát pro šíření diskurzů” (Lemke, 1995, s.12).

V rámci této roviny odděluji – odborné autority, asociace a pracoviště a spolupráce. Přičemž každá z těchto rozdílných institucí plní odlišné role.

Mezi odborné autority patří uznávání psychologové a zdroje výzkumů zprostředkovávající zastřešující data, která dodávají oboru psychologie kredibilitu a legitimitu. Budu si všimnout jakým zdrojům se odkazují implicitně či explicitně psychologové i moderátoři

Dále mě zajímají pracoviště a spolupráce, které souvisí s prací daného psychologa, který je moderátorem dotazován.

Asociace pak představují organizace, na které je odkazováno v rámci řešení dílčích témat, ty často reprezentují psychologii jako obor a vyjadřují se k aktuální společenské situaci a trendům v rámci ní.

Pomocí analýzy na této rovině budu identifikovat zdroje informací, ze kterých čerpají média i samotní psychologové. Lze předpokládat, že právě na základě těchto zdrojů se utvářejí a vykreslují představy o profesi psychologů i o oboru jako takovém.

### **8.3 Narativ**

V rámci narace se zaměřím především na otázky, které moderátoři kladli hostům v roli odborníků. Položené otázky určují směr vyprávění a anticipují jednotlivá témata. Prostřednictvím otázek se utvářejí dílčí příběhy o činnosti a práci psychologa. Skrze formulaci jednotlivých otázek lze sledovat i motivy moderátorů, kdy se do kladených otázek odrážejí jejich představy a stereotypy o psychologizích i o oboru psychologie.

Důležité je mít na paměti, že na pozadí veškerých mediálních sdělení stojí publikum, kterému jsou sdělení předávána. Otázky jsou formulovány pro diváky, kteří nejsou přímo přítomni v daném okamžiku, ale počítá se s nimi jako primárními příjemci informací, s čímž souvisí i jazyk, který je ve vzájemné interakci užíván.

V kontextu mého výzkumu je zásadní role psychologa, který je zván jako host především v roli odborníka na danou problematiku, čemuž by mělo být uzpůsobeno i jeho vystupování. Nicméně z této role může být snadno vyveden v případě, že moderátor položí otázku vztahující se k jeho osobnímu životu či na jeho náhled z jiné sociální role, kterou ve svém životě zastává, ať už jde o roli rodiče, sourozence, kolegy nebo pacienta.

V každé společnosti existuje představa o způsobu vykonávání sociálních rolí, které je integrováno do jejich norem. Sociální role jsou „dané pohlavím, věkem, postavením, profesí apod.“ (Výrost, & Slaměník, 2008, s.49). Zároveň jsou s nimi spjaty i společenské hodnoty, které se předpokládá, že budou sdílet. Role je spjata s pozicí ve společnosti, tedy sociálním

statusem, a vyjadřuje „činnostní stránku statusu, tedy chování, které se od daného nositele statusu očekává” (tamtéž, s. 61).

Goffman (1999) nabízí metaforu divadla, kdy pro účely této práce se jeví jako nejzásadnější přední region. V tomto regionu se projevuje především „úsilí vzbudit dojem, že činnost v regionu zachovává a splňuje určité normy” (Goffman, 1999, s.109). Narativní role jsou pak spojovány s pozicemi, které jednotlivci zastávají v rámci příběhu. V souvislosti s tématem této práce se může jednat například o představu psychologa jako zachránce.

Gee ve svém přístupu pracuje s pojmem *identities*, které představují sociálně situované role, jež „jsou utvářeny v rozhovorech stejně jako v každodenních interakcích” (Gee, 2010, s.150).

## 8.4 Diskuse

V rámci diskusí je zásadní sociokulturní kontext, který v daných diskusích přináší odlišné symbolické hodnoty (Gee, 2005, s. 50). Je však důležité mít na paměti, že jednomu tématu neodpovídá nutně pouze jedna sociální skupina. Určité téma je spojováno hned s několika různými sociálními skupinami a každá vystupuje z jiných premis a hodnot. Současně platí, že v rámci jednoho tématu se může objevovat i více diskurzů, které jsou přítomny. (Podzimek, 2022, s.38)

Z tohoto hlediska mě zajímají především momenty, kdy se psycholog vymezuje vůči výroku moderátora nebo ho nějakým způsobem vysvětluje a upřesňuje. Tyto situace staví proti sobě odbornou a laickou perspektivu. Lze na nich dobře ilustrovat aktivní formování a korekci mediálního obrazu psychologického oboru.

Analýza diskusí v mediálních sděleních mi pomůže nahlédnout do probíraných témat, které utváří sdílené významy a představy o psychologické profesi i psychologickém oboru. Z tohoto pohledu bych se chtěla blíže zaměřit jednak na hlavní témata, ke kterým si média psychology zvou a zároveň se věnovat tématům na určité “metaúrovni”. Jinými slovy tématům, která jsou obecně spojována s psychologií.

Zaměřím se také na situace, kdy moderátor v rozhovorech s psychology předjímá určitou představu o psychologii a tématech, kterými se psychologie zabývá. Primárně se nesoustředím na to, co sami psychologové o psychologii říkají, ale spíše na střety a interakce mezi představami moderátorů a reakcemi psychologů.

## 8.5 Diskurzivní modely

Diskurzivní modely představují zjednodušené teorie, ve kterých se vyskytují prototypické situace, z nichž si jednotlivci odvozují představu o normě, „jsou to naše první myšlenky nebo převzaté předpoklady o tom, co je typické nebo normální“ (Gee, 2005, s. 72). Převládá sklon držet se prototypu těchto běžných událostí, z nichž vyplývají i názorová východiska.

Gee zmiňuje, že „diskurzivní modely nevycházejí pouze z našich zkušeností, ale také z naší pozice ve světě“ (Gee, 2005, s. 88-89). Zahrnují také pohled na to, co je správné a špatné a co (ne)lze udělat pro vyřešení problémů ve světě.

Jako jeden z nástrojů k odhalení diskurzivních modelů využívá Podzimek stereotypy, neboť „představují hodnotovou logiku uchopení tématu“ (Podzimek, 2022, s. 41). Vzhledem k cílům mého výzkumu se i já zaměřím právě na stereotypy, které se pojí s profesí psychologa, jež představují sdílené společenské modely a klíčová zjednodušení.

V kontextu stereotypů, které souvisí s psychologickou profesí, jsem výše nastínila stereotypy Kaslowové (2015), kdy na ně společnost nahlíží spíše jako na praktické odborníky než na vědce.

Moderátor má v hlavě představu o roli psychologa a jeho profesi, tuto představu se pokusím zrekonstruovat na základě explicitních i implicitních projevů. Zásadní je i rozdíl mezi představou médií a pohledem psychologů.

Pohled psychologů je pak vyjádřením hodnotových východisek, a proto mě bude zajímat jejich rozdílnost v mediálním a psychologickém diskurzu. Hodnotová východiska psychologů a moderátorů mohou být různá a lze předpokládat i určitý posun od psychologického diskurzu k mediálnímu. V tomto případě budu vycházet z implicitního vnímání normy, které se v rozhovorech projevuje.

## 8.6 Diskurz

V rámci této roviny mě bude zajímat, jak psycholog jako odborník vystupuje v mediálním diskurzu. Odborný diskurz se v tomto případě přizpůsobuje potřebám a konvencím mediální komunikace, která klade důraz na srozumitelnost a atraktivnost pro širokou veřejnost, jež je příjemcem informací.

V tomto kontextu připadá v úvahu Leeuwena teorie rekonstruktualizace, jak ji předkládá Podzimek: „K rekontextualizaci dochází ve chvíli, kdy se sociální činnost přesune do jiného



prostředí” (Podzimek, 2022, s.43). V případě mé práce dochází k přesunu odborníka z profesního prostředí do prostředí mediálního, v tomto ohledu se mění i diskurz, přičemž lze očekávat změny v jazyce a vystupování vzhledem k cílovému publiku.

Pokud by psycholog používal příliš specializovaný jazyk, dá se předpokládat, že moderátor svými otázkami a komentáři bude usilovat o vysvětlení a zjednodušení. Zároveň však musí být zachována část odborného vyjadřování, protože existují základní odborné pojmy, bez jejichž existence se neobejde žádný vědní obor, ani psychologie.

Cílem mé analýzy bude prozkoumat, jak konkrétně tyto transformace mezi psychologickým a mediálním diskurzem probíhají. Mediální obraz psychologů může mít důležité důsledky pro to, jak veřejnost vnímá a chápe psychologii jako vědní obor i jakou důvěryhodnost a autoritu přisuzuje psychologům.

V následujících částech práce se proto budu detailně věnovat rozboru vybraných mediálních výstupů s cílem odhalit, jak je obraz psychologie v médiích vytvářen, jak se proměňuje odborný diskurz psychologů a jaké představy a hodnoty se v této transformaci odrážejí.

## 9 Postup výzkumu

Po selekci a filtraci jednotlivých rozhovorů v databázi Newton, kterou jsem nastínila v kapitole *Výzkumný vzorek*, jsem v *MS Excel* vytvořila tabulku s jednotlivými rozhovory zohledňující jejich základní charakteristiky. Dále jsem shromáždila veškeré přepisy jednotlivých rozhovorů, které jsem sjednotila do jednoho dokumentu v *MS Word*. Každý rozhovor jsem následně podrobila analýze prostřednictvím jednotlivých rovin dle Geeho a Podzimka.

Po analýze veškerých rozhovorů, jsem vytvořila nadřazené kategorie pro každou z rovin, které sjednocují a zároveň rámuji společné atributy jednotlivých sdělení. Zároveň jsem však hledala vzájemné propojení a souvislosti napříč jednotlivými rovinami.

Dílčí kategorie se ve určitých ohledech prolínají a spolu s rovinami diskurzu vytváří jakousi pomyslnou kostru této práce, která vyšla z kódování nasbíraných dat. V následujících řádcích blíže představím kategorie na jednotlivých rovinách a zohledním především ty významově nejdůležitější kódy vzhledem k cílům této práce.

## 10 Výsledky analýzy

V následující části práce podrobněji představím a rozeberu kategorie na jednotlivých rovinách spolu s kódy, jež je sytí. Tyto kategorie zároveň zprostředkovávají linii analýzy a pomáhají k názornému přiblížení akcentovaných fenoménů v případě mediálního obrazu psychologů v českých médiích.

### 10.1 Jazyk

Na úrovni jazyka jsem se zaměřila především na odborné pojmy, které souvisí s oborem psychologie jako takovým, jedná se o klíčové pojmy spojené s psychologií. Zohlednila jsem také vyjednávání o jednotlivých pojmech. Zejména pak momenty, kdy moderátor žádal po psychologovi vysvětlení dané terminologie nebo pokud moderátor nabídl svůj pojem a psycholog ho sám nepřijal a upravil si ho dle svého.

Na této rovině lze dobře postihnout rozdílnost představ mezi psychologem a moderátorem, co se týče premis o oboru psychologie.

#### 10.1.1 Psychické stavy a emoce

Tato kategorie obsahuje pojmy, které se týkaly pocitů, psychických stavů, emocí a způsobu prožívání. Zkrátka vše, co se děje klientům, se kterými psycholog pracuje i lidem obecně. Z čehož lze odvodit existenci generální psychiky, jež sdílíme všichni smrtelníci a na základě které vnímáme a prožíváme věci vesměs jednotně.

Ve vzorku se objevovala slova odkazující na prožívání – *nejistota* (#05), *nekomfortní situace* (#06), *agresivní humor* (#06), *úzkostné stavy* (#09), *depresivní stavy* (#09), *napětí* (#10), *strach*, *traumatické zážitky* (#16), *stres* (#04, #10, #16), *psychosomatické obtíže* (#16). Tato slova se pojí se stavy lidské mysli, jejichž prožívání není příjemné, a právě jejich přítomnost bývá důvodem návštěvy psychologa. Pojí se silně negativními denotacemi a představují negativní stav, jehož je potřeba se zbavit, s čímž má lidem pomoci právě psycholog, který ve všech případech vnesl tato slova do rozhovoru sám.

V protipólu s výše uvedenými pojmy stojí termíny s pozitivními denotacemi, které odkazují na žádoucí stav lidské psychiky. Patří mezi ně – *duševní pohoda* (#09) a *psychické zdraví* (#16). Ve vzorku se objevila i samotné slovo *polarita* v kontextu protichůdných emocí šťastný versus smutný. Používání těchto polarit ve smyslu silně negativních jevů v opozici s pozitivními

zjednodušuje obraz psychických jevů. Zároveň však implicitně deklaruje ideální stav, kterým bylo mělo být duševní zdraví, čímž se zakládá jakási norma, které by měl chtít dosáhnout každý. Zde však dochází k určitému zkreslení, kdy je duševní zdraví implicitně dáváno do rovnítka se spokojeností.

V kontextu s polarizací se nabízí úvaha, že všeho negativního je potřeba se zbavit a norma leží na opačném konci druhého pólu, jenž symbolizuje štěstí.

Jako obrazné pojmenování byl použit termín *dopaminová injekce* (#14), které mělo přiblížit působení hormonu v mozku pomocí použití této analogie, která odkazuje na injekční podání drogy. V tomto ohledu by se dalo uvažovat o určité skandalizaci účinku dopaminu na lidskou psychiku v kontextu lidského prožívání a užívání sociálních sítí. „*Ve skutečnosti to negativní dopad má, i když dostává srdíčka, protože člověk si na to zvykne a ono je to taková **dopaminová injekce**. Dopamin je hormon štěstí a ten se produkuje ve chvíli, kdy děláme něco, co nás těší, ale stejně tak, když dostaneme uznání od ostatních a tohle je rychlý způsob, jak hormon štěstí do sebe dostat.*” I když lze předpokládat, že v tomto konkrétním případě se psycholožka snažila o zjednodušení a přiblížení mechanismu široké veřejnosti a téma tak působí atraktivně pro diváky. Dopamin je obecně spojován s rozvojem závislostí, v kombinaci s injekčním podáním nahrává implicitnímu vnímání, že sociální sítě jsou droga a mohou být nebezpečné.

V rozhovorech se objevila také odborná terminologie ze strany psychologů, kteří pomocí ní zaštiťovali svá tvrzení. Zahrnovala pojmy jako – *emoční regulace* (#07) a *dopamin* (#14). Do této kategorie jsem zařadila, s ohledem na úzké provázání s emocemi a způsobem prožívání i tyto pojmy – *postoj* (#02), *emoce* (#04, #14, #16), *duševní stav* (#09), *psychosomatické obtíže* (#16).

Se všemi pojmy pracoval primárně psycholog, který je přímo zmiňoval. Pouze v případě slova *nálada* (#04, #09, #13) jej vnesl moderátor, psycholog následně pracoval s termínem *psychický stav*, což znamená, že pojem zastřešil odbornějším pojmem. V rozhovoru #09 však psycholog sám s tímto pojmem bez problému pracoval.

### 10.1.2 Poradenství a podpora – činnost psychologa

Tato kategorie zahrnuje pojmy, které se pojí s prací a činností psychologa v praxi a jeho postavením. Tyto pojmy obecně souvisí s rolí psychologa ve společnosti, jeho funkcí, se kterou souvisí vykonaná práce, prostřednictvím které pomáhá ostatním.

Na rovině jazyka se hojně vyskytovala slova jako *poradit* (#01, #03), *rada* (#01, #03 #05, #07, #08, #18), *doporučení* (#05, #06), *podpora* (#16), *intervence* (#13), *interakce* (#16), *léčba slovem* (#05). Všechny tyto pojmy se podílejí na prezentaci psychologů a psychologie jako pomáhající profese, jež má za cíl podporu a pomoc druhým.

Zároveň pojmy *komunikace* (#04, #13), *sdílení* (#04), *práce s klienty* (#15), *interakce* (#16) odkazují na práci, která zahrnuje mezilidská setkání a vzájemnou výměnu informací i emocí.

V rozhovorech se objevovala také odborná terminologie, která odkazuje na činnost psychologa a jeho výkon práce. Mezi tyto pojmy patří – *diagnostika* (#08), *terapie* (#09), *terapeutická skupina* (#17). Tato terminologie vychází z profesního jazyka psychologie, což napomáhá k vytváření obrazu psychologie jako vědeckého oboru.

Výskyt slov jako *problém* (#01), *pomoc* (#04, #05, #08, #13) ve zkoumaných textech v rámci mediálního diskurzu nasvědčují obrazu psychologie jako pomáhající profese a přispívá k tomu i způsob užívání těchto slov. Akcent na tuto terminologii v médiích přidává tomuto oboru pozitivní reputaci ve společnosti, jelikož psychologové se jeví jako prospěšní odborníci na řešení problémů lidí. Jsou vyzdvihováni především v kontextech, kdy si samotní lidé s problémy nevědí rady a obracejí se právě na psychology jakožto odborné kapacity, které dokáží své znalosti uplatnit na jednotlivé problémy, které lidi trápí a tím jim ulevit od jejich strastí.

### 10.1.3 Diagnózy a patologie

Tato kategorie zahrnuje veškeré nežádoucí stavy, které mohou nasvědčovat psychopatologiím či jsou samy o sobě diagnózami, které řeší psycholog se svými klienty. V souvislosti s touto terminologií se objevovaly pojmy a názvy diagnóz spadající do MKN (Mezinárodní klasifikace nemocí).

Mezi tyto pojmy patřily *specifické poruchy učení* (#01, #07), *dyslexie* (#01), *dysgrafie* (#01), *recidiva* (#02), *kyberšikana* (#03), *úzkost* (#04, #05, #07, #16), *stres* (#04, #10), *klinická deprese* (#06, #09), *schizofrenie* (#06), *ADHD* (#07), *neurovývojové poruchy* (#08), *dysfázie* (#08), *dyspraxie* (#08), *autismus* (#08), *neurodegenerativní onemocnění* (#08), *poruchy příjmu potravy* (#13), *závislý/závislost* (#14, #18), *trauma* (#14, #16). Tyto pojmy odkazují na specifickou psychologickou problematiku, jíž se zabývá psycholog společně se svými klienty, kteří těmito poruchami trpí. Jedná se o terminologii především z ranku klinické psychologie, jež vykazuje vysokou odbornost. Označení diagnóz v tomto případě směřuje ke

zdravotnickému prostředí, kde může docházet ke smazávání hranice mezi psychologii a psychiatrií. Přítomnost těchto pojmů v médiích nasvědčuje jejich zájmu o problematiku psychických poruch a jejich léčbu.

Na úrovni jazyka se rozebíraly také příznaky psychických problémů a jednotlivých onemocnění. Toto se promítalo ve slovech – *symptomy* (#06) *tenze* (#07), *somatizovat* (#15), *bažení* (#18), *sebepoškozování* (#09, #13), *sebevražda* (především pokusy o ni, které řeší psycholog a mohou být příznakem určité diagnózy) (#13), *odchylka* (souvisí s diagnostikou psychopatologií) (#12) a *psychosomatické obtíže* (#16).

Užívání odborných pojmů staví psychologii do pozice vědecké disciplíny, neboť každá věda potřebuje svou terminologii v rámci paradigmatu, z jehož základu vychází jako z něčeho, co se nezpochybňuje a nabízí opory své vědeckosti. Tyto termíny se objevují i v mediálních rozhovorech, což napomáhá k rozšiřování informovanosti o psychologii jako takové.

Samotné probírání konkrétních diagnóz staví na premise, že se jedná o odchýlení od normy, konkrétně slovo *odchylka* se v rozhovorech taktéž objevuje. Důraz na abnormality tak posouvá mediální soustředění směrem k patologiím, kde se na jednotlivá onemocnění nahlíží jako na něco „nenormálního“.

Zároveň s pojmy *deprese* (#06, #09), *úzkost* (#04, #05, #07, #16), *tenze* (#07), *sebepoškozování* (#09, #13), *sebevražda* (#13), *trauma* (#14, #16) se pojí silné negativní emoce a konotace. Jejich přítomnost v mediálním prostoru může vést ke zevšedňování těchto slov, pocitů a diagnóz a podílet se na destigmatizaci psychických onemocnění.

Psychologové jsou v tomto ohledu v médiích prezentováni právě jako odborníci na odchylky a abnormality, které stojí za diagnostikování psychopatologie, jež je předmětem zájmu činnosti psychologů.

#### **10.1.4 Mezilidské vztahy**

Tato kategorie zahrnuje veškeré pojmy, které se týkaly rodinných a interpersonálních vztahů. Člověk jakožto sociální bytost má protkaný život mezilidskými vztahy, které jsou jeho přirozenou součástí, také problémy v této oblasti bývají konzultovány s psychologem.

Mezi pojmy, které se vztahují k interpersonálním vztahům se objevily - *vzorové chování* (přebírá člověk v rodině) (#05), *manipulativní* (jak se lidé chovají k druhým) (#06), *afiliativní* (ve

smyslu náklonnosti k druhým) (#06), *hranice* (jejich vytyčení v rámci vztahů) (#04, #06, #07, #10, #11, #16), *komunikace* (její důležitost v rámci vztahů) (#04), *sdílení* (#04), *chování* (jak se vztahujeme k druhým) (#05), *respekt* (jeho důležitost ve vzájemných vztazích) (#11, #12, #14), *socializace* (#13), *interakce* (#16).

*Vzorce chování* (#05) a jejich přebírání v rámci rodinných vazeb v raném věku nasvědčuje psychoanalytickému paradigmatu, který posouvá obecná psychologická tvrzení k psychoanalytické škole. Odborník, jenž by měl psychoterapeutický výcvik v jiné psychologické škole, by pravděpodobně volil jinou terminologie a v lidském chování by hledal jiné zákonitosti.

V rozhovorech se opět objevují odborné pojmy z úst psychologů, které mohou být obtížně srozumitelné pro široké publikum. Mezi ně bych zařadila *afiliativní* (#06), *interakce* (#16) a *socializace* (#13).

Objevily se však i slova, která v daném kontextu vyzněla s normativním a hodnotícím denotátem. V tomto ohledu vystupoval důraz na *respekt* (#11, #12, #14) v rámci mezilidských vztahů, který je dle psychologů klíčový při vztahování se k ostatním i sám k sobě. Tento normativ je tak prostřednictvím médií distribuován k širokému publiku a funguje jako určitá forma edukace a způsob přistupování k okolí i sobě.

V analogickém kontextu vystupuje v rozhovorech i slovo *hranice* (#04, #06, #07, #10, #11, #16), které se zde vyskytuje především v normativním ladění. Psychologové v rámci rozhovorů zdůrazňují důležitost vytyčení hranic v rámci mezilidských vztahů především mezi dětmi a rodiči.

### **10.1.5 Edukace a vývoj (žádoucí stav)**

Tato kategorie zahrnuje pojmy, které se vážou k žádoucím stavům či edukaci veřejnosti směřující ke správným postupům.

Slova jako *varovné signály* (#03), *úleva* (#01), *nebagatelizovat* (#03), *přizpůsobení* (#05), *symptomy* (které může vidět i laik) (#06), *emoční regulace* (#07), *copingové strategie* (#09), *prevence* (#13, #14), *edukovat* (#14) souvisí s konkrétními radami a nabízejí široké veřejnosti alternativy a vhodný přístup, jaký k jednotlivým situacím a tématům zaujmout. V tomto ohledu nepřináší média pouze teoretické uchopení témat s odborníky, ale také praktické rady pro

zvládání obtíží na denní bázi, které mohou potkat každého člověka a skrze média předávají doporučení pro široké publikum.

Pojmy *ideální a ideálně* (#03, #09, #10, #16, #17) padají v kontextu dotazování moderátorů i v odpovědích samotných psychologů. Slova mají hodnotící charakter a vyjadřují jakýsi optimální stav. Psycholog je tak staven v rozhovorech do pozice odborníka, který zná správné možnosti fungování a dokáže je předat širokému publiku.

V kontextu s normativy se v rozhovorech vyskytuje slovo *citlivý* (normativ – jaký být vůči problémům ostatních) (#12). Ve stejné kontaci se v rozhovorech pracuje s pojmem *pozitivní motivace* (#15) i slovem *pozitivní* (#05, #10, #13, #15). V tomto ohledu se klade akcent na kladné stránky různých problematik a posluchačům je předáván úhel pohledu, ve kterém negativní aspekty ustupují do pozadí.

Obraz psychologie v těchto konotacích tak odkazuje na odvětví pozitivní psychologie, která se zabývá seberozvojem, silnými stránkami člověka a kladnými emocemi namísto zkoumání psychopatologií a konkrétních diagnóz. Zabývá se také kvalitou mezilidských vztahů, společně s jeho vlivem na psychické zdraví jedinců. Tomuto kontextu odpovídají i slova *individuálně* (#15), *individualita dítěte* (#07) a *identita* (#09).

### 10.1.6 Ostatní

Tato kategorie zahrnuje veškeré ostatní pojmy, které zaznívaly v rozhovorech, pojí se s oborem psychologie a nebyly zařazeny do předcházejících kategorií.

V rozhovorech se dále objevovala odborná terminologie a slova typická pro obor psychologie – *anonymita* (#03), *oběť* (#03), *rituál* (#04, #07), *rigidní* (#05), *chování* (#05), *stereotypy* (#05), *inteligence* (#06), *exekutivní funkce* (#07), *somatizovat* (#15), *tělesná autonomie* (#11), *tabu* (#11), *trend* (#02), *hormony* (#06), *drogy* (#18). Výrazy odkazují na psychologické fenomény, názvosloví, pramení z odborného jazyka psychologie na základě předmětu, jímž se psychologie zabývá, čímž je lidská psychika.

Zároveň se v rozhovorech tematicky hojně opakovala terminologie spjatá s vývojovými obdobími lidského života. Akcentovány byly aspekty sociálního a psychologického vývoje jednotlivce směřující především k zdárnému zdravému vývoji jedince. Například slovo *odmalička* (#11) vnesla psycholožka a moderátorka si žádala vysvětlení o přesném časovém zařazení do vývoje dítěte. Mezi další pojmy odkazující na vývojová stadia člověka patřily –



*puberta* (#12), *vývoj* (#05, #08, #09, #16), *děti/dětství* (#04, #05, #07, #08, #09, #10, #11, #12, #13, #14, #15, #16, #17).

Celkově lze konstatovat, že na rovině jazyka se v rozhovorech vyskytují odborné pojmy typické pro psychologickou profesi a předmět jejího zájmu. Objevují se polarizace ve smyslu hodnotového oddělování na správné a špatné postupy. Jazyk je protkáán emocemi a psychickými stavy, které stojí v těžišti zájmu psychologické profese. S profesí psychologa pak souvisí normativní stanoviska a akcent na dávání správných rad a oddělení odchylek od psychopatologií ve smyslu ustanovení hranic. Na rovině jazyka je znát, že člověk jako sociální tvor žije ve spletité pavučině mezilidských vztahů, které se také odrážejí do přístupu a tematického zařazení psychologa jako odborníka na interpersonální vztahy, stejně jako na jednotlivé vývojové fáze člověka.

## **10.2 Instituce**

Další rovinu mé analýzy tvoří instituce ve smyslu intertextuálního odkazování na autority a nejrůznější organizace. Středem zájmu jsou především zdroje tvrzení, o které opíraly psychologové svá stanoviska, případně pokud z určitých zdrojů vycházeli sami moderátoři. Tato rovina pomůže zasazení do širšího kontextu, zároveň poslouží jako indikátor pro sledování legitimacy.

### **10.2.1 Data z výzkumů**

Tato kategorie se zaměřuje na data z výzkumů a studií, ze kterých bylo čerpáno při rozhovorech s psychology. Výzkumy se nejčastěji týkaly dílčích témat rozhovorů a byly využívány k poukazování na určité trendy ve společnosti

Poměrně často moderátoři pracovali s daty z výzkumů, které odkazovaly na trend v probíraném tématu bez toho, aniž by uvedli zdroje svých dat. S výsledky a závěry následně konfrontovali samotné odborníky, kteří se nikdy vůči závěrům neznámých studií a zadavatelů neohrazovali a nezajímali je ani původ těchto analýz. Prezentované výsledky ze stran moderátorů se tak nesly jen ve velice obecném duchu a čekalo se na reakci a zpracování psychologem. #02: *Data z výzkumu na Slovensku týkající se rehabilitačního programu.* (přináší moderátor) Psycholog reaguje: „Z mých informací je to více než o 1 třetinu pokles řízení pod vlivem alkoholu.“ V tomto případě ani jeden v rámci rozhovoru neuvedl přesný zdroj, odkud data čerpal. Psycholog se tak v tomto případě buď neopírá o žádnou pevnou instituci nebo ji nezmiňuje, ale pravdivost

prezentovaných výsledků zaštiťuje svou osobností v roli erudovaného odborníka, který se v oboru pohybuje, od čehož se implicitně předjímá znalost základních trendů a pravdivost sdělení, které v tomto ohledu nabízí.

Neuvádění přesného zdroje dat výzkumů se však hojně objevovalo i u samotných psychologů, kteří je neuváděli. Nabízí se otázka, zda se na daných studiích sami podíleli, a tudíž je brali jako součást své odbornosti, jež zastřešuje jejich osobnost nebo si zdroje jednoduše nepamatovali.

Neuvádění konkrétních zdrojů může být způsobeno několika možnými důvody. Vzhledem ke krátkosti rozhovorů a omezeným časovým vstupům je možné, že psychologové neměli dostatek prostoru, pro odprezentování přesného znění a omezili se na nejzásadnější informace, které směřovaly spíše k datům a výsledkům výzkumů nežli k jejich autorům. Dále je pravděpodobné, že si sami autory výzkumu nebyli jisti, a tudíž o nich radši nemluvili. Další z možností může být i předpoklad, že údaje jsou již ve veřejném diskurzu natolik rozšířené, potvrdilo je více studií, považují se za dostatečně zřejmé a psycholog je bere jako něco, co není třeba dále osvětlovat.

Pro ukázkou uvádím několik příkladů z rozhovorů - #03: „*U nás výzkumy ukázaly že 80 % kyberagresorů jsou žáci nebo spolužáci ze školy...*” Divák se tak pouze dozvídá, že výzkumy proběhly v České republice a data, která ze studií vyplývají. Nevíme však nic o aktuálnosti nasbíraných dat či původci daného výzkumu. V dalších případech se odkrývají jen dílčí aspekty kvantitativních výzkumů jako např. počet respondentů či rok, ze kterého prezentovaná data pochází.

#05: „*Vyšel výzkum, který oslovoval asi 3600 lékařů s tím, jaké psychické dopady na ně doba měla a vyšlo z toho, že u nich vzrostl počet úzkostí o 40 %. To je hodně, takže každý desátý lékař uváděl, že cítí střední až vysoké úzkosti.*“

#06: „*Když bychom vycházeli z **aktuálních studií**, tak oni zatím nenašli jediného člověka, který by humor vůbec neholdoval...Na téma úzkostí bylo děláno **spoustu klinických studií** a tam se vysloveně potvrdilo, že lidi, kteří používají zdravý sdružující humor, jejich úzkost klesla, a dokonce byla i **studie, myslím si, že z roku 2006**, kde úzkost byla pozorována u schizofrenních pacientů, myslím si, že to dělal Kop, ale tím se než teď úplně jistá...*”

Psychologové ve většině případů sami zdroj svých dat a poznatků neuvádějí. Publiku prezentovali pouze finální data a divák se nedozvěděl nic bližšího o jejich validitě či legitimitě. Těžko lze na základě takovýchto strohých a kouskovitých informací výzkumy dohledat a ověřit, neboť záběr je velice široký. Na rozhovoru #06 lze vidět, že se psychologka snažila svá tvrzení zastřešit exaktními daty, sama však přiznala, že si není jistá ani jejich zdrojem ani rokem, kdy daná studie probíhala.

Analogická situace se však objevila i u moderátorů, kteří před psychology předkládali data, aniž by uvedli jejich zdroj. #14: „**Já mám pocit, že 6 z 10 dívek ve věku 10-17 let na otázku, zda si upravuje fotky odpoví ano.**” #18: „*Četl jsem nějaké výzkumy, že závislost na sociálních sítích může být opravdu tak silná, jako kdybychom byli závislí na droze.*“

V médiích jsou tak prezentována data výzkumů, jejichž funkcí je především potvrzení trendu či určitého jevu ve společnosti. Jejich hodnotou je primárně to, že zastřešují exaktnost a odbornost zmiňovaných faktů. Nicméně divák si může jen těžce prezentované výzkumy dohledat a ověřit jejich validitu, neboť kromě sdělovaných výsledků se o jejich původu či termínu sběru dat a místě dozvídá jen kusé informace. Legitimizační funkci v tomto ohledu sehrává psycholog, co by odborník, který v rozhovoru vystupuje v roli autority, která je erudovaná ve svém oboru a kterou není nutné zpochybňovat. V tomto ohledu vystupuje i moderátor, který prezentovaná data považuje za fakta, se kterými následně pracuje v rámci rozhovorů, o jejich průkaznosti, nosnosti ani validitě či reliabilitě se nepochybuje.

Pro celkové dokreslení níže uvádím příklad z rozhovoru #07, kdy se moderátorka psychologu dotazuje na existenci výzkumů, které by přinášely data o trendu či aktuálním vnímání ve společnosti. Sama psychologka však tuto otázku ignoruje, neodpovídá na ni a odpověď zakládá na svých pocitech a zkušenostech, se kterými se setkává přímo ve své praxi.

M: „*Závěrem pozorují psychologové, nebo **existují už nějaké průzkumy, jak děti vnímají atmosféru současné společnosti, tedy válka na Ukrajině, běženci, nové děti z Ukrajiny ve třídách, energetická krize – šetření v domácnostech. Vnímají to i děti a jak se to na nich podepisuje?***”

P: „*Samozřejmě, že to, co se děje ve společnosti, se odráží v dětech a v tomhle je obrovská zodpovědnost nás dospělých, abychom děti nechávali stranou, nepřetěžovali informacemi, ale taky se netvářili, že děti informace nevnímají.*”

Data spolu se zdrojem výzkumů, odkud výsledky analýzy pochází uvedli ve vzorku pouze moderátoři z veřejnoprávních médiích. Konkrétně se jednalo o čtyři rozhovory, ve dvou případech byly prezentovány data studií agentury *Ipsos* (#10, #17), *České školní inspekce* (#03) a *Asociace logopedů ve školství* (#08).

Pokud jsou vyobrazovaná pouze data výzkumů bez bližších informací o zdroji či kontextu konkrétních studií, přináší to s sebou několik potenciálně pochybných implikací. Zaprvé je oslabena důvěryhodnost a ověřitelnost prezentovaných informací o povaze dat, což znesnadňuje příjemcům sdělení ověřit si validitu tvrzení. S tímto souvisí i fakt, že tato data nelze nahlédnout ani kritickou optikou, neboť posluchač ví pouze o jejich existenci, data však mohou být vytržena z kontextu a příliš zobecňována nebo používána v neodpovídajících situacích. Tímto se posiluje neprůstřednost faktů daných výzkumem, neboť se široká veřejnost nedozvídá dostatek informací, aby o nich mohla kriticky přemýšlet.

Veškeré vědecké zakotvení je tak směřováno pouze k autoritě samotného psychologa, který plní v rámci mediálních rozhovorů funkci odborníka ve svém oboru. Legitimita jeho tvrzení vyplývá pouze z jeho postavení, jeho tvrzení nejsou kriticky napadána. Sami moderátoři se na bližší informace o datech nedoptávají. Zároveň se však ukazuje, že prezentování čísel či konkrétních dat v rámci rozhovorů implicitně předpokládá dostatečnou vědeckost a validitu, neboť samotní moderátoři data předkládají, čímž se zřejmě snaží o legitimizaci vědeckého poznání v tématech, které prezentují veřejnosti. Divák se tak spokojí s prezentovanými čísly kvantitativních výzkumů, jež spolu s hostem v roli psychologa zajišťují dostatečnou validitu prezentovaných informací.

### 10.2.2 Školní instituce

Tato kategorie zastřešuje veškeré autority spojené se školou, na které je v rozhovorech odkazováno.

V rámci rozhovoru #04 odkazuje sama moderátorka na informace, které čerpala z letáku katedry psychologie: „Četla jsem leták, který vznikl v rámci výuky na katedře psychologie fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity.“ Toto ukazuje na propojení akademické a aplikované psychologie, navíc se zde spojuje mediální diskurz s odborným, psychologickým. Materiály vyprodukované na univerzitní půdě tak pronikají k široké veřejnosti pomocí médií. Psycholog má prostor se k těmto datům vyjádřit, odprezentovat je srozumitelnou formou, tyto poznatky pak mají šanci ovlivnit širší diskusi o přístupech a dílčích tématech.

V kontextu školního poradenského pracoviště jsou pak zmiňováni především pozice *školních psychologů* (#02, #13) a *školních metodiků prevence* (#03). Jejich funkce je skloňována především v kontextu možné pomoci a jejich oslovení, neboť se nachází blízko dětem, které často pomoc potřebují. Odkazy na tyto odborníky v rámci školství přinášejí rozšiřující pole psychologie. Ukazují, že psychologové mají své místo i na školní půdě, kde působí především poradensky a sehrávají klíčovou roli při prevenci nežádoucích jevů. Prezentace psychologů jako běžné součásti českého školství implikuje normalitu a snadnou dostupnost psychologických služeb a zároveň pomáhá k destigmatizaci návštěvy psychologa.

V rámci prezentování školních psychologů jako dostupné možnosti pomoci v případě vnímaných potíží však v rozhovoru #02 narážíme na určité limity. V rozhovoru byla prezentovaná zkušenost dívky, která byla obětí šikany, podle níž jí nedokázal pomoci ani školní psycholog. V tomto konkrétním případě se setkáváme se zpochybněním kompetence a efektivity psychologa ve své práci, což v mediálním obraze může vést k oslabení důvěry v pomáhající profesí.

### **10.2.3 Odborné organizace a podpůrné asociace**

Tato kategorie slučuje asociace a organizace, na které je v rámci rozhovorů odkazováno, organizace jsou specifické podle konkrétního zaměření a často odpovídají tématu jednotlivých rozhovorů, ve kterých se objevují. Jednotlivé organizace jsou pak také obvykle provázané s činnostmi psychologů, které jsou jejich součástí.

Samotné odkazy na nejrůznější organizace propojují mediální diskurz s diskurzy jiných odvětví jako je např. zdravotnictví, školství či sociální práce, čímž se utváří komplexnější obraz a uchopení dané problematiky nebo tématu.

V rámci odkazů na jednotlivé organizace a pracoviště, se v případě psychologů objevovalo jmenování institucí, ve kterých sami působí. Patřilo mezi ně *Dyscentrum* (#01) a *projekt sebedůvěry* (#14). Jelikož v organizacích psychologové sami působí, jejich vystupování vytváří obraz propojení teoretických a aplikovaných poznatků, neboť v rámci své praxe vykonávají opakovaně danou činnost, na kterou se dané organizace specializují.

Dále bylo zmiňováno *Národní centrum bezpečného internetu* (#03), *Safeinternet* (#03), *Nenech to být* (ze strany moderátorky) (#03), doporučení *WHO* – Světové zdravotnické organizace (#11), *Linka bezpečí* (#13). Odkazování na respektované a zavedené organizace dodává

tvrzením psychologů větší legitimitu a zastřešuje jejich stanoviska širší odbornou komunitou institucionální základny.

#### 10.2.4 Osobnosti, autority a jejich produkty a teorie

Do této kategorie spadají odkazy na autority a jejich teorie spolu s koncepty, které vyprodukovaly.

Psycholožka vnesla do debaty *Marii Terezii* (#01) v kontextu metodik a způsobu učení, které jsou přežitě a nevnímá je jako jediný způsob učení, nabízí alternativy, jak se jde učit v dnešní době a jakých pomůcek využívat v případě, že se jedná o žáka se specifickými poruchami učení. Moderátor tyto způsoby zastřešuje odkazem na *Komenského školu hrou* (#01). Psycholožka se vůči této analogii neohrazuje. Moderátor se tak dostává historicky dále než psycholožka, což na jednu stranu přispívá ke vnímání silně historicky zakořeněné teorii a tradici, která nabízí bohatou teoretickou základnu pro dnešní svět. Na druhou stranu však působí dojmem, že se přístupy a vědecké obohacení od Jana Ámose Komenského ze 17. století v kontextu psychologického a pedagogického smýšlení dále neposunulo.

V rozhovorech se objevil odkaz na *Abrahama Maslowa a jeho pyramidu potřeb* (#05), psycholožka v tomto případě reagovala na slova moderátora, který mluvil o nejistotě ve společnosti. Psycholožka přišla se zastřešující teorií, která je v populárně naučném diskurzu v celku rozšířená, tzn. široká veřejnost má povědomí o její existenci, pracuje se s jejími východisky i v rámci základního vzdělávání a vysvětlují se pomocí ní mechanismy lidské psychiky v souvislosti s konkrétními dopady a společenskými změnami. Probírané téma tak bylo zasazeno do širšího kontextu a podpořeno teoretickou základnou. Konkrétně Abraham Maslow se svou pyramidou potřeb pronikl z pole akademické sféry a stal se součástí obecného povědomí.

V kontextu odkazů na díla autorit do této kategorie řadím i knihu *Děti to chtějí vědět taky* (#11), napsala ji sama psycholožka, která byla pozvána k rozhovoru na téma sexuální výchovy mladistvých a dětí. V rámci rozhovoru se objevily zmínky o její knize, o které byla vyzvána mluvit, tato kniha současně figurovala jako výherní cena pro výherce soutěže zakomponované do ranní Snídaně s Novou. Fakt, že sama psycholožka je autorkou publikace implicitně posiluje její status odborníka ve svém oboru. Zároveň pro psycholožku a její knihu je výskyt v rozšířeném médiu možností, jak se zviditelnit a dostat se do povědomí široké veřejnosti.

Do této kategorie řadím i samotné oslovení psychologů v rámci jednotlivých rozhovorů, neboť samotný způsob oslovení také vypovídá o roli a pozici odborníka. Ve třech případech moderátoři využili oslovení *paní doktorko* (#04, #05, 07). Toto pojmenování implikuje příslušnost odborníka do oboru zdravotnictví, i když lze namítat, že humanitní obory mají mezi sebou celou řadu zástupců, jejichž titul odpovídá oslovení „doktor/ka“ a nemusí se tak jednat o lékaře.

V případě psychologie a psychologů se však nacházíme na „tenkém ledě,“ ve všeobecném diskurzu často splývají profese psychologa a psychiatra, lidé se velice často mylně domnívají, že léky může předepisovat právě psycholog. Ostatně tento problém v rozlišování profesí se ukázal i v případě vzorku této práce, kdy se moderátor domníval, že psycholog předepisuje svým pacientům léky (#05). Sama psycholožka ho v tomto případě opravila a doplnila, že se jedná primárně o léčbu slovem (viz kapitola *Narace*).

Všechna použitá oslovení odkazující na doktorský titul jsou v souladu s dosaženými tituly všech hostů. Ovšem za zmínku stojí fakt, že všechny ženy působí především na poli poradenské psychologie, tzn. nikdo z takto oslovených odbornic se nepohybuje v klinické psychologii, která je úzce provázána se zdravotnictvím, kde psychologové působí s největší pravděpodobností ve zdravotnických zařízeních.

Oslovení *doktor/ka* však také slouží k vyjádření respektu či uznání odbornosti. Moderátor tak může dávat najevo, že uznává odbornost psychologů v rámci vědecké disciplíny a tématu, které je probírané. Používání akademického titulu v mediálním diskurzu může vést k posilování autority a důvěryhodnosti daného hosta. Oslovování prostřednictvím akademických titulů zároveň reprodukuje stereotypy, jež jsou spojovány s profesemi a akademickým vzděláním. Status a postavení v rámci společnosti se tak promítá do jazyka a způsobu oslovení v rámci komunikace.

Ve dvou rozhovorech moderátoři psychology oslovovali křestním jménem (#11, #12), v dalších dvou případech příjmením (#1, #10) a v jednom rozhovoru *paní psycholožko* (#09). Ve zbytku rozhovorech se moderátoři přímému oslovení vyhnuli, pouze představili roli a funkci hosta a dále zůstali u vykání.

Oslovování křestním jménem naopak nasvědčuje určité neformálnosti a utváří dojem větší blízkosti. Hierarchie postavení v těchto případech tak nemusí být vnímána příliš striktně. Toto

pojmenování staví před publikum psychologa skrze jeho jméno a vlastní identitu, namísto jeho role odborníka a autority. Na druhou stranu toto označení může vést také ke snížení kredibility a důvěryhodnosti samotného odborníka, neboť lze uvažovat o obraze psychologa, který vystupuje spíše skrze své osobní názory s možnou absencí vědeckého poznání.

### 10.3 Narace

Na rovině narace se zaměřuji především na otázky, které moderátoři kladli psychologům, jež vedou celý vyprávěný příběh v rámci dialogů. Zajímá mě především motivace těchto otázek, která mi pomůže odhalit formování témat, implicitní předpoklady a očekávání samotných novinářů. Do otázek se také promítají zájmy širokého publika, neboť lze předpokládat, že moderátoři vybírají témata i otázky tak, aby byly dostatečně zajímavé a poutavé pro jejich cílovou skupinu diváků. Prostřednictvím analýzy kladených otázek nahlédnu do očekávání veřejnosti a potřeb, které jsou reprezentovány médii.

Otázky tedy v tomto případě anticipují jednotlivá tvrzení a témata probíraná v rozhovorech, čímž vytváří narativní dějovou linii celého vyprávění.

V rámci roviny narace jsem vytvořila kategorie sdružující otázky moderátorů, které obsahují společné motivy a atributy, pomocí kterých se podívám na mediální diskurz psychologů a jejich prezentaci v rámci médií. Ve všech níže uvedených kategoriích uvádím pouze typické příklady otázek, které jsem do dané kategorie zařadila. Na úvod každé kategorie pomocí číselných kódů uvádím všechny rozhovory, kde se podobné otázky objevily, blíže však nastiňuji jen několik z nich pro dostatečnou ilustraci dané kategorie a přiblížení charakteru jednotlivých otázek. Konkrétně představuji ty nejtypičtější a nejzásadnější vzhledem k cílům mé práce, kódovány však byly všechny otázky, které se v rozhovorech objevily.

#### 10.3.1 Otázky po příčině

Tato kategorie obsahuje veškeré otázky moderátorů (#01, #06, #07, #08, #09, #13, #14), které se zaměřovaly na příčinu určité problematiky či psychických poruch. Novináři si žádali vysvětlení konkrétních jevů v kontextu probíraného tématu.

#01: „Číslo jde rok od roku nahoru. **Čím to je?** Byla tu dyslexie nebo dysgrafie v podobném měřítku i v minulém století, jenom se o ní nemluvílo nebo nevědělo?“ Moderátor předpokládá, že psycholog je schopen odůvodnit výskyt a četnost psychologického jevu, který se aktuálně stává častějším a rozšířenějším ve společnosti. Analogicky tomu je i v případě rozhovoru #08:



„Podle těch statistik, ze kterých jsme citovali, vám letos v porovnání s loňskem přibyla čtvrtina klientů. Souvisí tohle jenom s pandemií koronaviru a tím, že lidé s různými vyšetřeními vyčkávali, nebo je za tím ještě nějaká jiná příčina?“ Otázka směřuje k příčině rostoucího počtu klientů, kteří potřebují odbornou péči. Stejně tak je položena otázka i v rozhovoru #09: „Když půjdeme k jinému tématu, ale vlastně zůstaneme u psychické pohody nebo nepohody, prý velmi vzrostl počet dětí a teenagerů, kteří chtějí terapii nebo kteří potřebují terapii, čím to je?“ Moderátor se v tomto případě odklání od avizovaného tématu a zaměřuje se na aktuální problém z odvětví psychologie, ptá se na příčiny zhoršení psychického stavu u dětí. Se zhoršením psychického zdraví dětí a snahou o nalezení příčiny souvisí i otázka v rozhovoru #13: „Je to problém, který je tady několik uplynulých let nebo je to tím, že během covidu se počet těch psychicky nemocných dětí zvýšil?“ V tomto případě moderátor vytváří vlastní hypotézu a předkládá ji ke konfrontaci před psychologa.

Otázky směřující k příčinám vzhledem k narůstajícím aktuálním společenským trendům pomáhají k vybudování příběhu, kde je přítomno kauzální vysvětlení a interpretace zrodu a vývoje nejrůznějších fenoménů. Zároveň však v sobě tento narativ obsahuje i určitou naléhavost, kdy publikum na základě těchto otázek a tvrzení nabývá dojmu všudypřítomnosti a akutnosti dané problematiky.

Přestože nikde nezazníávají přesná čísla a data, samotná frekvence těchto otázek akcentující vzrůstající trend ve výskytu daných problematik implicitně dodává divákům pocit, že se jedná o hojně se vyskytující palčivý problém ve společnosti. To přispívá k prezentování závažného společenského fenoménu, jemuž musí být věnována pozornost a zároveň vynaloženo úsilí pro jeho řešení. Celkově je tak tématům dodána náležitá dramatická síla, která je dále předávána široké veřejnosti.

Psycholog je v těchto případech staven do pozice odborníka, jenž by měl být schopen vysvětlit kauzalitu a příčiny jednotlivých problematik. Moderátor vystupuje v roli zvědavého a informovaného člověka, který má přehled o dění ve společnosti a klade tak adekvátní a zvědavé otázky, aby porozuměl problému do větší hloubky a toto chápání následně předal i publiku.

V souvislosti s příčinou se objevila i otázka směřující k odhalení důvodů lidského chování v rozhovoru #06: „**Proč** takový humor člověk používá?“ Lidské chování je chápáno jako předmět zájmu psychologické profese. Moderátor předpokládá, že psycholog rozumí zákonitostem lidské psychiky a je schopen předat tyto znalosti široké veřejnosti. Narativ se posouvá od

pouhého popisu k hledání kořenů a odůvodnění, což se předpokládá, že je v kompetenci psychologa a jeho odbornosti.

### 10.3.2 Diagnostika patologií

Tato kategorie zahrnuje otázky směřující k rozlišení poruch od normálních stavů (#01, #05, #09, #12, #13, #14, #15, #16, #18), zahrnuje také kritéria diagnostiky, možné projevy a symptomy doprovázející psychopatologie, zároveň kategorie obsahuje i dotazy týkající se nezvyklého chování, kterého si může všimnout i laik, kdy problém překračuje hranice normy a je potřeba vyhledat odborníka.

Pro ilustraci přikládám několik přímých citací z konkrétních rozhovorů. #01: „*A pokud chce rodič vědět, jestli jeho dítě trpí nějakou **poruchou učení**, existuje způsob, jak to pozná i laik?*“ Otázka míří na diagnostiku a zároveň se pokouší o zjednodušení problematiky pro veřejnost, jak poznat zjevné příčiny i bez vysokoškolského vzdělání. V podobném duchu se nese i otázka i v rozhovoru #09: „*Kdy se začínáme bavit o tom, že to jsou pouze obavy, které přejdou a je to jenom chvilková záležitost, **kdy to jsou opravdu úzkosti**, které je potřeba řešit s terapeutem a jak to vlastně můžu jako rodič poznat?*“ Moderátor se i v tomto případě snaží o vymezení odchylek od normálního stavu, které může v běžném životě rozklíčovat i člověk bez psychologického vzdělání.

Tento narativ staví psychologa do role detektiva, který na základě několika indicií je schopen identifikovat správnou diagnózu a své „know-how“ je schopen předávat ve zjednodušené podobě i široké veřejnosti. Očekává se od něj přehledný návod s jasně definovanými vodítky, která by divákům pomohla se přiblížit této roli a učinila by z nich „amatérské detektivy“. Toto se projevuje i v rozhovoru #09: „***Jak poznat první signály**, kterých si můžu všimnout a nemusí to být jenom v rodině, může to být i v nějakém kolektivu?*“ Otázka směřuje přímo k varovným symptomům, kterých si může všimnout i blízké okolí.

Takový narativ na jednu stranu posiluje pozornost lidí vůči určitým symptomům a vybízí je k všímavosti v kontextu péče o duševní zdraví, na stranu druhou však může vést i k přeceňování uvážlivého laického úsudku, což může vést k opomíjení komplexní nutnosti diagnostiky společně se všemi drobnými nuancemi, jež obnáší a podporovat zkratkovité postupy a nálepky.

V dalších otázkách se moderátoři vyptávají na hranice související s problémy, které si již žádají odbornou pomoc a návštěvu psychologa. V tomto kontextu se jedná o odlišení běžných

problémů, se kterými si člověk poradí sám a možnou intervencí ze strany psychologa, který je schopen odhalit potenciální psychopatologie. Objevuje se to např. v rozhovoru #05: „*Jak poznáme sami na sobě, že potřebujeme péči psychologa, protože nikdy předtím jsme jeho péči nepotřebovali, tak jak si máme uvědomit, že teď už je opravdu správný čas?*“ Předpokládá se, že psycholog má vědomosti o limitech lidské psychiky. Moderátor předpokládá, že je psycholog schopen odhadnout a postihnout univerzální hranici, kdy už si člověk není schopen pomoci sám a potřebuje odbornou pomoc. O podobné nastavení hranice se snaží i moderátor v rozhovoru #12: „*Kdy je vlastně v pořádku už jít za profesionálem. Jako jste vy – za psychologem terapeutem, aby pomohl a nebrali jsme to jako selhání?*“ Moderátor hledá hranici mezi normou a problémem, kdy už je potřeba se poradit s odborníkem a člověk sám nedokáže problémy adekvátně vyřešit. Analogicky tomu je tak i v rozhovoru #13: „*Je důležité, v jakou chvíli se obrátit na odborníky, jak rozpoznat, že bych to měl řešit, že bych se na to měl zaměřit?*“ Otázka opět směřuje na rozpoznání hranice, kdy už je nutná pomoc odborníka a žádá si návod, jak rozlišit normu od potenciální patologie.

Tento narativ představuje poměrně silné dichotomické pojetí, kdy se moderátoři snaží o hledání ostrých hranic mezi normou a odchylkou, která značí psychopatologii a nahrává ke klinické diagnóze. V naraci se tak vytváří obraz dvou separátních světů – normy a nemoci, které lze snadno rozlišit na základě několika očividných příznaků, které může pozorovat i laik.

Toto striktní pojetí však příliš nekoresponduje s kontinuitou a pestrostí lidské psychiky, kterou nelze hodnotit na podkladu jasně definovaných tabulkových kritérií, byť se v rámci sjednocení diagnostických nástrojů a pomůcek vytváří zjednodušená diagnostická kritéria, na každého člověka je v psychologické optice nutno pohlížet komplexně a vzhledem k jeho individualitě. V médiích se tak objevuje snaha o jasné zaškatulkování, kdy je na člověka následně nahlíženo především skrze diagnózu, která je ohraničena zřetelnými příznaky.

Za zajímavé formování narativu stojí otázka v rozhovoru #16: „*To znamená, nejsou to jenom zážitky, které se budeme snažit vytěšňovat, ale může to mít i dopad na duševní zdraví zkrátka, že to vyvolá diagnózu?*“ Otázka moderátorky míří na potenciální tvorbu psychopatologií vznikající z každoroční tradice návštěvy Mikuláše a čerta. Tato otázka přispívá narativu, ve kterém běžná událost, kterou jedinec prožívá nelibě, může člověku způsobit psychické onemocnění. Vytváří tak kauzální závislost mezi traumatickou zkušeností a rozvojem psychického onemocnění, čímž se implicitně zesiluje závažnost a role traumatu. Jedná se však

o velice zkratkovité vnímání, které může v médiích vzbuzovat dojem, že nevyhnutelným důsledkem traumatu je rozvoj duševní poruchy.

V narativu je velice dramaticky vnímaný pojem „diagnóza,” který představuje potenciální hrozbu i pro dosavad psychicky zdravé jedince. Psychopatologie vytváří odvrácenou stranu, která je ostře oddělována a vyčleňována od normy. Moderátoři hledají co nejjasnější hranice, jež by explicitně oddělily normy a odchylky, které znamenají problém, jenž je potřeba řešit s erudovaným odborníkem. Tento apel zároveň posiluje autoritu psychologa, coby odborníka na diagnostiku psychopatologií. Moderátor staví psychologa do výjimečné pozice zachránce, kdy dává najevo, že existují problémy, se kterými dokáže pomoci jen psycholog a člověk sám je v tomto ohledu bezmocný. Narace tak akcentuje nenahraditelnou roli psychologa jako experta na lidská příkoří a duševní onemocnění.

### 10.3.3 Péče o děti

Tato kategorie zahrnuje otázky (#01, #04, #07, #08, #11, #12, #13, #14, #15, #16, #17), které se zaměřují na děti, jejich výchovu, komunikaci s nimi a vhodnou péči o ně. V případě těchto otázek se moderátoři zaměřovali konkrétně na dětskou psychiku nebo žádali rady šité na míru rodičům.

V rámci rozhovorů se s ohledem na děti probírala role školáka v souvislosti s rolí rodičů v tomto procesu a jejich přístup ke školnímu výkonu, např. otázka v rozhovoru #07: „*Jak by mělo vypadat domácí pracovní prostředí pro školáka?*“ Otázka směřující k vybavení domácnosti, nastavení vhodného prostředí, kde je dítě schopno se soustředit. Moderátor vyžaduje radu směřující k rodičům, jak pečovat o své potomky. V podobném duchu se také nesl rozhovor #12: „*Jak děti vést, že škola není jen o známkách, aby výkony byly v pořádku, abychom byli spokojeni my i oni?*“ Otázka se týká výchovy v rámci školní docházky, jak by rodiče správně měli k dětem přistupovat. Analogicky míří na správnou rodičovskou přípravu s ohledem na jejich děti otázka z rozhovoru #15: „*Jak je to tedy s prvním školním dnem a prvňákama, co by měli rodiče dělat, jak na to svoje dítě připravit?*“ Otázka směřuje také na rodiče a postupy, které by měli uplatňovat směrem k vlastním dětem.

Tento narativ akcentuje roli školy jako důležité instituci v životě dětí, na jejichž školní úspěšnosti mají znatelný podíl právě rodiče, jimž jsou směřovány ony rady. Otázky moderátora

formují roli rodiče jako klíčovou pro školní úspěšnost žáka. V narativu je kladen akcent na volbu vhodných strategií rodičů, které jsou směrodatné a určují výkon dětí ve škole.

Implicitně se tak klade nátlak na rodiče v angažování ve školní docházce svých dětí. Už jen samotný fakt, že jsou do médií zváni psychologové, v pozici odborníků, aby předali rady na správné rodičovství ve vztahu ke škole, napomáhá ke konstrukci odbornosti rodičovství. Diváci v roli rodičů pak mohou nabýt dojmu, že nemají potřebné vzdělání a kompetence, aby tuto roli plnili dostatečně kvalitně.

Média v tomto ohledu mohou plnit společenskou funkci, ve smyslu zajištění dostatku směrodatných informací pro vhodnou výchovu dětí, které jsou směřovány primárně rodičům. V kontextu školy dochází k sekundární socializaci, která by v ideálním případě měla plynule nasedat na tu primární, která probíhá právě v rodině. Je tak ve celospolečenském zájmu, aby si děti odnesly potřebný základ již v rámci rodin a nedocházelo tak k obtížím v rámci školní instituce. Média v tomto narativu tak fungují jako populárně naučný zdroj informací, které zprostředkovávají skrze odborníky.

Objevuje se však i narace, která více akcentuje samostatnost dítěte v rámci školní docházky v případě otázky v rozhovoru #07: „*V prvních dnech týdnech jistě je **na rodičích**, aby pomohli svému prvňáčkovi s organizací a přípravou do školy. Jak rychle by se mělo **dítě** už v první třídě naučit, že je za to zodpovědné samo, co si připraví na druhý den do školy, aby na to samo myslelo?*“ Otázka směřuje k adekvátnímu vedení ze strany rodiče. Předpokládá znalost vývojových období a specifík u dětí. Zaměřuje se na práci se zodpovědností, plánováním a rozdělením úkolů.

V případě této otázky je připuštěna narace přechodu dítěte k samostatnosti, což svědčí o přirozeném vývoji člověka, o kterém by měl mít přehled právě psycholog. Moderátoři od psychologa očekávají znalosti vývojové psychologie a jednotlivých vývojových období. Zároveň by psycholog měl být schopen teoretické poznatky aplikovat do konkrétních doporučení pro rodiče, které zajistí řádný vývoj a prospívání dítěte. Obecně však dochází ke generalizaci jednoho vhodného přístupu, ve kterém je opomíjeno odlišné vývojové tempo jednotlivých dětí společně s odlišným průběhem adaptace na školní podmínky.

V souvislosti s dětmi se objevují i otázky směřující na problematiku jejich duševního zdraví v souvislosti s nejrůznějšími hrozbami, které na ně v dnešní době číhají. Otázky jsou na první pohled směřovány cílové skupině rodičů. Např. otázka v rozhovoru #03: „Poznají **rodiče**, že

jejich dítě může být obětí kyberšikany?“ Moderátor se zajímá o znaky konkrétní problematiky, chce po psychologovi, aby popsal projevy, tak, aby je poznal laik v roli rodiče. Ve stejném duchu se nese otázka v rozhovoru #08: „*Praktická rada pro rodiče, jak poznají, že jejich dítě už potřebuje logopeda, kdy vyhledat odbornou pomoc a kdy je třeba lepší počkat?*“ Opět jsou vyžadovány konkrétní rady pro rodiče pouze v jiném tématu, směřující k adekvátní péči o jejich dítě, aby nezanedbali případné prohlubující se obtíže.

Tyto otázky konstruují narativ ohroženosti a zranitelnosti dětí v současném nebezpečném světě, který může být potenciálně nebezpečný pro jejich zdravý vývoj. Staví rodiče do role, ve které musí být neustále ostražití vůči sebemenším odchylkám a strážít tak duševní zdraví dítěte. V narativu je posilován obraz psychologa jako zdroje funkčních a platných řešení a návodů pro rodiče, které se dají okamžitě aplikovat.

Další otázky pak směřovaly k obecným dotazům vztahujícím se k dětské psychice a výchově dětí. Například v rozhovoru #04: „*Co pomůže snížit denní stres, když jsou **děti** na novém místě v ubytovnách, je na místě vytvořit nějaké rituály, které bývaly doma, byť jsou v jiném provizorním prostředí?*“ Otázka se týká dětské psychiky a mechanismů, které mohou dospělí využít, aby zlepšili jejich psychický stav. Dále v rozhovoru #14: „*Pojďme si říci, **co můžeme udělat my jako rodiče**. Jak můžeme pomoci a potom, co když jsou rodiče, kteří dělají to samé, že si upravují ty fotky, anebo jsou rodiče, kteří zase nemají sociální sítě a nezajímá je to. **Jak se máme k dětem postavit**, abychom je podpořili, aby měly sebevědomí a byly takové, jaké jsou?*“ Moderátor se dotazuje psychologa na vhodný postup ze strany běžného rodiče, jak se k tématu postavit a jak ho uchopit, aby pomohl vlastním dětem. V podobném duchu se nesl i rozhovor #17: „***Jak mluvit s dětmi**, které věří na Ježíška, že letos Ježíšek přinese méně dárků. Má smysl to dopředu říkat?*“ Otázka směřuje na adekvátní komunikaci s dětmi.

Celkově lze říci, že je v naraci rámováno svébytné období dětství, které je implicitně předáváno divákům jako důležité pro vývoj člověka a pro jeho správný vývoj hrají klíčovou roli rodiče. Období dětství je předáváno jako formativní důležité období pro psychické zdraví jedince. Zároveň je i rodičovství prezentováno jako náročná úloha, která si žádá rady z řad odborníků.

V tomto kontextu bych ráda zdůraznila otázku z rozhovoru #13: „*Když si představím, že bych měl dítě, které má takové problémy a mělo čekat půl roku na pomoc, tak člověk to chce vzít do vlastních rukou. Jsou nějaké knihy, které byste **rodičům doporučila**, čím třeba začít, protože přece jenom více s nimi komunikovat, to je hrozně široký pojem.*“ Moderátor v tomto případě naráží na systémový nedostatek psychologické péče, se kterým souvisí i dlouhé čekací doby.

V tomto případě se obrací k jakési možnosti svépomoci, aby se situace mohla zlepšit, co nejdříve. Psycholožka žádnou konkrétní literaturu neuvedla, namísto toho se ohradila proti tomu, aby se rodiče stávali terapeuty a nechali vše v rukách odborníků, i za cenu toho, že si budou muset počkat. Staví tak odborníky do pozice nejlepších řešitelů problémů, kterým se rodiče nemohou rovnat.

Celkově v narativu médií vystupuje psycholog jako odborník na vývojovou psychologii a dětskou psychiku. Psycholog je rámován do role průvodce a experta na rodičovské kompetence. Rodiče jsou v médiích stavěni do role odpovědných za psychické zdraví svých dětí, na kterém se podílejí. Psycholog je skrze dotazy na vhodný vývoj a péči o děti stavěn do pozice odborníka na výchovu dětí, je vyzýván k prezentování doporučení a praktických rad, s čímž souvisí i následující kategorie.

### 10.3.4 Správné postupy

Tato kategorie zahrnuje otázky směřující na správný postup v dané situaci, jak se zachovat v případě výskytu obtíží, případně, co dělat, jak problémům předejít, míří na konkrétní doporučovanou činnost (#01, #03, #04, #05, #06, #07, #08, #09, #10, #11, #12, #14, #15, #16, #17, #18).

Zde nastiňuji konkrétní otázky, které se odkazují na správné postupy. V rozhovoru #10 se objevila otázka na konkrétní doporučení - „*Dobře, když už se dostanu do této situace, uvědomím si, že se řítím do té spirály stresu, který mě svírá stále víc a víc, co je ta první věc, kterou mám udělat?*“ Moderátor předkládá konkrétní situaci a ptá se na přesný postup, který může pomoci. Také v rozhovoru #09 se vyskytuje otázka po ideálním postupu – *Paní psycholožko, dalo by se říct, jak se ideálně nastartovat takhle po ránu, když zazvoní ten budíček, ať z toho nechytne rovnou špatnou náladu.*“ V tomto případě se objevuje i slovo *ideálně*, které odkazuje na správnost a normu, na což má být expertem právě psycholog.

Snaha o praktické a srozumitelné návody může v naraci odpovídat potřebám cílové skupiny a publiku. Média se snaží psychologické poznání prezentovat v co nejsrozumitelnější a nejpraktičtější podobě, aby se diváci mohli vše představit dosti názorně a doporučení následně aplikovat přímo do svých životů. Tímto dochází k redukci teoretického hlubokého poznání psychiky na souhrn tipů a rad do života.

V naraci tak dochází k vyobrazování psychologů v roli expertů na životní rady, které spíše připomíná koučování. Moderátoři předpokládají, že psychologové mají k dispozici řadu ověřených efektivních univerzálních rad na nejrůznější životní problémy, které bývají však často velice komplexní. Tato komplexita je redukována a dochází tak k simplifikaci pro potřeby publika, což může vést k větší atraktivitě psychologa, neboť se jeví jako lidštější a dostupnější. Odborník, který se jazykově blíží laikům a dokáže odborné poznatky předat praktickou a jednoduchou formou budí u diváků větší zájem.

Psycholog se tak ale dostává pod tlak ukojení požadavků publika, které jsou zprostředkovány právě skrze moderátora a jeho otázky. Je nucen ke zjednodušování a zkratkám a tím může docházet k nabízení nerealistických očekávání.

Zároveň dochází k posilování narativu, ve kterém je osvojování správných technik a postupů předpokladem pro psychické zdraví.

V rozhovoru #16 se přímo objevuje slovo *správně* - „*Jak vy to vnímáte, když zůstaneme u té návštěvy doma, o té si přece se jenom budeme bavit nejvíc, jak by správně taková návštěva podle vás měla vypadat?*“ Narace tak implicitně posiluje protiklady „správných“ a „špatných“ postupů, vytváří se tak dojem existence jednoznačně správných postupů, které jsou jako jediné přijatelné, vše ostatní je automaticky řazeno do škatulky „špatné“. Vytváří se tak prototyp ideální situace, která symbolizuje normu a vše ostatní jsou odchylky, které nesplňují představu psychologa, jemuž je dána kompetence určovat globální správná doporučení, kterými by se měli lidé řídit, pokud chtějí vést spokojený život, být psychicky zdraví a vychovávat spokojené děti.

### 10.3.5 Zjednodušení pro diváky

Tato kategorie zahrnuje otázky, jejichž cílem je danou problematiku a témata zjednodušit pro širokou veřejnost a odborné termíny přenést srozumitelnou cestou do laické podoby, aby bylo vše dostatečně pochopitelné, po psychologizích je vyžadováno vysvětlení pojmů (#02, #06, #08, #09, #14).

Vysvětlení pojmu pro diváky, objasnění procesu a přiblížení široké veřejnosti se objevilo v rozhovoru #02: „*Rehabilitační program, co to je, co se tam dělá?*“ Dochází také k vysvětlení a přiblížení psychologických teorií, např. v rozhovoru #06: „*Jak psychologie nahlíží na typologii humoru nebo je jen jeden humor, jak to je?*“ V rozhovorech se také objevil požadavek



na upřesnění slov a frází, které použil psycholog. Moderátor se následně doptával na bližší vysvětlení, jako např. v rozhovoru #09: „*Inventura vlastní hlavy, vlastních myšlenek, co to znamená, jak to může vypadat?*”

Otázky tohoto typu staví psychologa do narativní role určitého překladatele, který má za úkol přeložit vědecké poznání do řeči široké veřejnosti, aby lidé měli možnost pochopit psychologické zákonitosti a teorie. Tyto tendence mohou být důkazem o snaze popularizovat vědecké poznání a zpřístupnit ho tak i laickému publiku. Psycholog tak v médiích působí jako průvodce, který toto poznání zprostředkovává ostatním mimo obor psychologie. Toto pojetí také nahrává k zvyšování atraktivnosti psychologie.

Moderátoři tak staví psychology do pozice mediálních osobností, po kterých je požadován poutavý obsah pro publikum. Žádány jsou jednoduchá vysvětlení a zajímavé poznatky, jež posluchače zaujmou. Toto jde však poměrně proti obrazu seriózního odborníka. Pokud psycholog přistoupí na tento narativ, hrozí, že tím pádem dojde k devalvací psychologického oboru, protože nebude působit dostatečně důvěryhodně a odborně.

### 10.3.6 Anticipace a dění ve společnosti

Po psychologizích je v tomto kontextu vyžadována určitá predikce do budoucna, která souvisí s děním ve společnosti. Jedná se o věci, které se staly, změnil trend v určitém směru, po psychologizích se chce, aby popsali dopady společenských událostí (#02, #07, #08, #10, #13, #14).

K tomuto účelu jsou nejčastěji využívány data z výzkumů a statistik, které jsou schopny dobře postihnout trend určitým směrem (viz *Instituce*). Po psychologizích se tak neočekává pouhá reprodukce dat, nýbrž vysvětlení – proč se tomu tak děje.

Ukazuje se tak např. v rozhovoru #08: „*Podle statistik, ze kterých jsme citovali, vám letos v porovnání s loňskem přibyla čtvrtina klientů. Souvisí tohle jenom s pandemií koronaviru a tím, že lidé s různými vyšetřeními vyčkávali, nebo je za tím ještě nějaká jiná příčina?*” Otázka směřuje k příčině rostoucího trendu vad řeči, moderátor předpokládá, že psychoterapeutka je schopna trend vysvětlit a zasadit do souvislostí s probíhajícími událostmi.

Psycholog je tak v rámci narace stavěn do role soudce doby, v kontextu aktuálního dění. Prožívání a chování lidí je prezentováno v závislosti na situaci ve společnosti. Kompetence

hodnocení dopadů doby z psychologa činí odborníka, který má vhléd do souvislostí a důsledků společenských jevů.

V otázkách se také projevuje tlak na predikce do budoucna a možný vývoj nejrůznějších fenoménů. Například otázka v rozhovoru #10: „*K těmto vánočním svátkům se přidají i další tlaky, zejména finanční. Žijeme v době inflace a vysokých cen energií. Podle agentury Ipsos 60 % Čechů chce šetřit na vánočních svátcích. Bude tohle znamenat dodatečný stres, možná zdroj studu, hanby před vlastními dětmi, před příbuznými, že jim nemohu dopřát míru luxusu a komfortu, jak byli zvyklí v minulých letech?*“ Moderátor vychází z dat výzkumu, ze současných trendů a situace ve společnosti, po psychologovi chce, aby vyhodnotil, jak se tyto události promítnou do lidské psychiky. Analogicky se objevuje požadavek na predikci i rozhovoru #13: „*Takže je naděje, že by se to opět začalo zlepšovat. Ten problém by nemusel být takový následujících měsících letech?*“ Otázka souvisí s nedostatkem dětských psychologů, v tomto případě se moderátor snaží o zmírnění dramatickosti a naléhavosti této problematiky.

Psycholog je médií stavěn do role proroka, který je schopen na základě svých odborných znalostí a aktuálního dění predikovat dění budoucí. V tomto ohledu moderátor staví psychologa do pozice, ve které je nucen k určitým spekulacím, neboť nikdo nemůže s jistotou předpovědět budoucí dění. Psycholog nedisponuje věšticí koulí a není na místě popularizovat tento narativ, neboť hraničí s etickými pravidly psychologie. Psycholog ze své podstaty nemůže lidem zaručovat pozitivní budoucí vývoj v žádných ohledech.

V tomto ohledu dochází k přeceňování kompetence psychologa, navíc jsou v tomto kontextu využívána data z výzkumů, které implicitně předznamenávají a zastřešují vědeckost a exaktnost daných tvrzení. Psycholog může na základě vývoje statistik pojmenovat trend, nicméně hádání souvisejících kauzalit o vývoji do budoucna leží na hraně s etickými konvencemi. I když se toto jeví jako mediálně atraktivní, dochází k přitáhnutí zájmu publika, protože lze předpokládat, že zájem o vědění budoucí je značný. Dochází však k úpadku vědeckého poznání a odbornosti, na úkor popularizace a ztraktivní vědy. Psycholog je tak nucen pečlivě balancovat mezi mediálním a psychologickým diskurzem, aby se zachoval v souladu s etickým kodexem a vycházel jen z poznání, které je skutečné a na úkor snahy o senzaci neopustil roli odborníka.

V naraci se promítá také tlak na interdisciplinaritu, kdy dění ve společnosti a chování větší skupiny obyvatel spadá spíše do pole sociologie. Změny v tržní ekonomii a válečné konflikty pak spíše evokují obory ekonomie a politologie. Implicitně se předpokládá, že psycholog má povědomí o dění v těchto odvětvích a je schopen z něj vyvodit odpovídající závěry. Společným

jmenovatelem zůstává dopad na psychiku jednotlivce, který nežije ve vakuu, nýbrž v sociálním kontextu, který spoluutváří jeho prostředí, v němž existuje.

### 10.3.7 Kompetence psychologa

Tato kategorie zahrnuje otázky mířící na činnost psychologa s jeho klienty a působení v praxi v souvislosti s informacemi, které by mohl na základě svého fungování v oboru předat široké veřejnosti (#02, #05, #07, #08, #09, #13, #14, #16, #17).

V rozhovoru #05 se moderátor snažil o přiblížení psychologické profese a vymezení náplně činnosti - „*Paní doktorko, dobrá rada nad zlato, co tedy doporučujete, když už k vám přijdeme, co se děje jako první, jsou to ty léky hned. To znamená, že dostáváme nějakou kúru léčebnou nebo spíše tam radíte slovem?*“ Moderátor se snaží vymežit, co může očekávat klient od psychologa a první návštěvy. Sám přitom neakcentuje rozdíl mezi psychiatrem a psychologem a předpokládá, že i psycholog může pacientům předepsat medikaci. Oslovení *paní doktorko* navíc nahrává implicitnímu zařazení psychologie pod sektor zdravotnictví.

Rozhovor #09 zahrnuje otázku směřující ke konkrétním problémům a zkušenostem z praxe psycholožky. „*S čím, tedy k vám přicházejí rodiče se svými dětmi, co jsou tedy teď ty nejčastější věci, které řešíte?*“ Moderátory v rozhovorech zajímaly problémy lidí, se kterými se nejčastěji obrací na psychologa. Tento narativ vytváří pocit zákulisního dění, který není nikdy plně přístupný očím veřejnosti, probíhá „za oponou“ a je zahalen pomyslným tajemnem, které vyvolává zvědavost a touhu nahlédnout za onu pomyslnou oponu. Co se odehrává v terapii za zavřenými dveřmi zůstává veřejnosti nepřístupné, moderátoři se snaží o přiblížení problémů klientů a témat, které je tíží, aby publiku zprostředkovali představu o práci psychologa.

Otázka v rozhovoru #17 míří na konkrétní proces, kde se promítá kompetence psychologa a jeho možné limity - „*Umíte vy to těm dětem jaksi vlastně možná vysvětlit tak, že oni to potom zase vysvětlí rodičům?*“ Moderátor se snaží postihnout, co vše psycholog v rámci své praxe dokáže a čím se zabývá. Ptá se konkrétně slovem *umíte*, což implikuje schopnosti a zároveň i vnímání určitých omezení v rámci náplně práce.

Psychologové si v tomto kontextu snaží zachovat dostatečný odstup – přiblížit náplň práce a průběh terapie široké veřejnosti, aby měla zájem pečovat o své duševní zdraví, nebála se odborníky navštívit a nebyla vůči psychologii skeptická, tedy nezaměňovala ji se šarlatánstvím. Na druhou stranu míra otevřenosti musí být redukována vzhledem k tajemství a dostatečné

důvěryhodnosti, kterou musí psycholog zachovat s ohledem na své současné klienty, aby neporušil etický kodex.

### 10.3.8 Systém a normy

Otázky z této kategorie směřují k fungování systému v rámci psychologické profese a určování norem, které moderátoři předpokládají, že psychologové znají (#02, #05, #08, #09, #11).

Moderátor ve druhém rozhovoru naráží na systémové nedostatky v porovnání se Slovenskem - #02: „*Proč jsme zatím u nás ve fázi zkušebních projektů a už to nefunguje v praxi?*“ Určitým způsobem dochází ke zpochybnění systému ze strany moderátora – něco, co funguje jinde, je stále u nás pouze ve zkušební fázi, moderátor předpokládá, že psycholog má hlubší znalosti celkového systému a dokáže identifikovat překážky, které brání v novějších a účinnějších postupech.

Otázky mířily také na aktuální nedostatky systému v souvislosti s nedostatkem psychologů a dlouhou čekací dobou. Konkrétně například v rozhovoru #09: „*Nicméně, jak je to s dostupností odborníků, protože někteří pacienti čekají dlouhé měsíce a samozřejmě tady ten čas hraje asi zásadní roli.*“ Moderátor v tomto případě vychází z informací z veřejné diskuze.

Otázky se také týkaly normy z hlediska návštěvy odborníka. Moderátor předpokládá, že psycholog ví, kdy již je potřeba obrátit se na odborníka. Například v rozhovoru #05: „*Je dobré vyhledávat psychologa hned, když vím, že se to po dvou, třech měsících nelepší, že mě doba poznamenala tak moc, že si s tím nevím rady a potřebuju vaši pomoc?*“ Psycholog vystupuje jako znalec nejen na diagnostiku, ale i funkční intervenční metody, které pomáhají zlehčit průběh pomoci.

Média předpokládají, že psychologové v rámci své praxe mají hluboké znalosti o fungování systému, tím pádem znají dobře i jeho nedostatky. Nedostatek psychologů jakožto slabina systému se dostala i do mediální diskurzu, kde vyvolává rozruch mezi širokou veřejností a vytváří naléhavý obraz. Psychologové jsou v tomto kontextu dotazováni na široké otázky k fungování systému, se kterým sami často nic nezmůžou. V narativu se tak implicitně klade odpovědnost na jejich bedra, neboť jsou to právě oni, kteří v rámci mediálního diskurzu fungují jako symboličtí reprezentanti psychologického systému.

### 10.3.9 Moderátor nabízí své hypotézy

V této kategorii moderátor přichází s vlastními hypotézami, které vnímá jako platné a předkládá je psychologům ke konfrontaci, čeká, zda je potvrdí, či vyvrátí (#05, #07, #09, #10, #11, #13, #17).

V rozhovoru #05 moderátor vkládá vlastní hypotézu ke konfrontaci s psycholožkou v kontextu koronavirové situace - „*Co lidé, kteří museli pracovat v té době opravdu více než obvykle, týká se to asi lékařů, hasičů a podobně. Neměli to 'jednodušší', že neměli čas myslet na to, že je ta situace tak špatná, že člověk, jak je v tom tzv. šrumci, tak nemá čas přemýšlet nad tím, že se cítí nějak psychicky špatně?*” Moderátor předpokládá, že psycholožka zná mechanismy lidské psychiky a je schopna jeho tvrzení vyvrátit či potvrdit.

Moderátor prostřednictvím prezentování vlastních hypotéz aktivně formuje narativ, předkládaná tvrzení fungují jako základ pro diskusi. Vytvářením vlastních teorií a domněnek se moderátor staví do role „amatérského experta”, kdy se jeví jako angažovaný laik se svébytným porozuměním jednotlivých témat a problematik. Tímto způsobem se do popředí dostává selský rozum, jenž je konfrontován s vědeckým poznáním.

V rozhovoru #10 moderátor přichází s vlastním řešením situace a předkládá ho před psychologa ke konfrontaci - „**Možná si přiznat, že ten letošní rok je výjimečný, že tu hojnost si můžeme pro jednou odpustit, protože situace je výjimečná. Pomůže tohle?**“ V případě otázky v rozhovoru #11: „**Je to tabu, říkám to správně? O tomhle tématu se moc nemluví. Je to, tak?**“ Moderátorka naléhá na odpověď, aby psycholožka vyvrátila či potvrdila její tvrzení. Zároveň otevírá téma sexu a sexuální výchovy vlastním tvrzením.

Konfrontace psychologů s osobními teoriemi psychologů mohou vést k výměně názorů, která se promítá do osobní roviny. Moderátor zároveň těmito otázkami také tlačí psychologa do jednoznačného verdiktu na bipolární škále s jasně vymezenými protichůdnými závěry. Toto s sebou může nést potenciální hrozbu simplifikace obrazu oboru psychologie.

### 10.3.10 Otázky na vývoj fenoménu v čase

Otázky kladené moderátorem vyžadují od psychologa postihnoutí vývoje daného tématu v čase s ohledem na probíraný fenomén, odráží se zde poznatky z vývojové psychologie, případně i vývoj nemoci a jiných obtíží a jejich časový rámeček (#05, #06, #07, #16).

Například v rozhovoru #06 se vyskytuje otázka po vývoji osobnosti v souvislosti s tématem humoru - „*Takže pokud já jsem nějak psychologicky nastavený od mládí, anebo postupem času vlastně otázka, **jestli se to může postupem času měnit**. Jestli já jsem mužů v určitém životním období přiklánět k tomuto typu humoru, naopak po 10 letech už mě tento typ humoru nebaví.*“ Moderátor předpokládá, že psycholog ví, zda a do jaké míry se lidé mění napříč časem i z hlediska jejich preference určitých věcí.

Otázky se také týkaly zvládnání vývojových úkolů a časových rámců, které by tomu měly adekvátně odpovídat – v rozhovoru #07: „*I když dnes většina dětí uvidí svoji paní učitelku v první třídě poprvé, **jak rychle si obvykle děti zvyknou?***“ Moderátor směřuje k procesu adaptace dětí, předpokládá, že psycholog zná tento proces i jeho časový rámec a je schopen vyvodit obecné závěry.

Tento narativ zobrazuje psychologii jako vědu o vývoji a časových souvislostech. Vyprávění o typických případech normálního fungování, vede k formování normativního pojetí psychologie, ve kterém psycholog hraje roli arbitra, při rozhodování a odlišování, co je a není normální v určitém časovém horizontu.

### 10.3.11 Osobní zkušenosti

V této kategorii se psycholog vymaňuje z pozice odborníka a dává příklady z běžného života, ve kterém vystupuje v roli normálního člověka (#06, #09, #15, #17).

Moderátor se ptá na osobní dětskou zkušenost psycholožky, kdy nebyla ještě psycholožkou ale pouhým dítětem, v kontextu probíraného tématu prvního školního dne. Rozhovor #15: „*Pamatujete si na svůj první školní den?*“ V tomto případě dochází k vymanění z role odborníka, psycholožka je na úvod rozhovoru přiměna k nostalgickému vzpomínání, ve kterém vystupuje ze své odborné role a přiznává, že se do školy netěšila.

V případě rozhovoru #06 psycholožka používá ilustrativní příklady ke znázornění a přiblížení pojmů veřejnosti. „*První, sdružující humor možná znáte třeba **Vladimír Menšík**, to jsou lidi, kteří dokážou pobavit a pak druhý typ humoru bych přirovnal **dobry voják Švejk** i ve špatných situacích najde to dobré, což je hrozně základní.*“ K tomu využívá veřejně známých osobností pro snadnější uchopení. Opakovaně se k nim vrací. Sama psycholožka balancuje, snaží se nabídnout odborné hledisko, zde naráží na absenci zdrojů k tomuto tématu, a tak se pokouší

nad tématem zamýšlet i z laického pohledu, aby alespoň takto odpověděla moderátorce a přiblížila téma divákům.

Psycholog tak vystupuje z narativní role odborníka a dostává se do podobné role jako široká veřejnost, která přijímá mediální sdělení. Tímto dochází k přiblížení se divákům a ke „zlidštění“ samotného odborníka i psychologické vědy.

Pomocí těchto výstupů psychologa z role odborníka dochází k jeho polidšťování, neboť zažívá stejné věci jako ostatní bez psychologického vzdělání. Do popředí jsou tak stavěny obecné univerzální aspekty lidskosti. Psycholog působí více dostupněji a přirozeně, vystupuje ze své role odborníka a je v roli lidského smrtelníka, který má ve svém životě celou řadu dalších rolí (např. rodič, sourozenec, dítě, kolega).

Prezentování psychologických konceptů na příkladech z osobního života psychologů či běžného života ve společnosti zjednodušuje dostupnost a pochopitelnost poznatků, neboť do těchto situací se může vžít i široká veřejnost. Nabízí se úvaha, že toto může potenciálně napomáhat k odbourání stereotypu odosobněné a odtažené autority.

## **10.4 Diskuse**

V rámci diskusí mě zajímala především témata, ke kterým byli psychologové do médií zváni. Zaměřila jsem se na ty původně avizovaná i na ta, která se vynořila v průběhu rozhovorů. Nahlédnutí do rozebíraných témat mi pomůže odhalit, jaká témata jsou s psychologií spojována a rozklíčovat ta, která média tlačí do popředí, což pomůže odhalit veřejný zájem publika, pro které jsou mediální výstupy určeny. Všechna rozebíraná témata jsou na základě společných znaků sdružena do kategorií, které blíže představím.

### **10.4.1 Psychologická problematika a patologie**

Tato kategorie obsahuje témata zabývající se psychopatologií, jednotlivými diagnózami a zvládáním obtížných každodenních i výjimečných situací. Zároveň jsem do této kategorie zahrнула i témata, která se jeví na první pohled běžně, nicméně je vyžadováno jejich psychologické zastřešení a určité ohraničení normy od patologie nebo je vysvětlen hlubší mechanismus fungování, což obnáší psychologické znalosti teoretických konceptů (#01, #02, #03, #04, #06, #07, #09, #10, #14, #15, #16, #18).

V rozhovorech se vyskytují psychopatologické rozpravy nad jednotlivými diagnózami jako např. *specifické poruchy učení – dyslexie a dysgrafie* (#01), *deprese* (#06), *závislost* (#18).

Prezentování diagnóz v rámci mediálního diskurzu může posloužit k destigmatizaci duševně nemocných jedinců. V tomto případě figuruje psycholog v médiích jako odborník na dané diagnózy, kterými trpí jeho pacienti a v rámci kterých probíhá jejich vzájemná spolupráce ve snaze provést účinnou intervenci. Psycholog překládá jednotlivá onemocnění a jejich příznaky do jazyka běžné populace, aby byla pro širokou veřejnost dostatečně představitelná.

Zároveň se však mluví o běžných činnostech nebo jejich specifickém vykonávání, které může být potenciálně problematické a předznamenávat obtíže či výskyt určitého onemocnění. Mezi ně se řadí *alkohol za volantem* (#02), *upravování fotek* (#14), *sociální sítě a častost jejich používání* (#18). Témata rozhovoru obsahují i patologické chování jako *šikanu a kyberšikanu* (#03, #15).

Obecně se v kontrastu s psychopatologií v rozhovorech vyskytuje protipól psychického zdraví a duševní pohody, kdy se rozebírá, jak o tento ideál adekvátně pečovat. To se promítá do těchto témat – *zvládání stresu* (#04), *práce s emocemi* (#06), *proces adaptace* (#07, #15), *spánková hygiena a ranní vstávání* (#09), *stres a jeho zvládání* (#10), *detox* (#18).

V kontextu těchto témat probíhá diskuse především směrem k odlišení normálních stavů a odchylek, které předznamenávají hlubší problém, právě v podobě psychopatie či problému, jenž je třeba řešit s odborníkem. Moderátor chce od psychologa slyšet jasné vymezení hranice zdraví versus nemoci a zároveň návody a doporučení, jak o své psychické zdraví a wellbeing pečovat. V rámci narace jsou však témata stavěna do vnímání ostrých bipolarit, kde patologie a obecně odchylky jsou vnímány jako velmi negativní. Zdraví naopak evokuje štěstí a dobro, kterého může člověk dosáhnout v případě, že se bude řídit radami odborníků.

#### **10.4.2 Systémová nastavení**

Tato kategorie zahrnuje témata zaměřující se na fungování psychologů v rámci systému, legislativní nastavení a jeho limity, čerpá z faktických zkušeností psychologů, kteří se v něm denně pohybují a jsou schopni postihnout jeho pozitiva i negativa (#02, #03, #08, #13).

V souvislosti s nedostatky v systému a jeho potenciálními potřebami změn se naráželo na *nedostatek dětských psychologů a psychiatrů v České republice* (#13), *dlouhé čekací lhůty na vyšetření* (#08), *přibývající případy šikany na českých školách* (#03) a *rehabilitační programy ve fázi pouhých zkušebních projektů*. (#03).



Systémová nastavení obsahovala ve svém důsledku pouze aspekt jejich nedostatečnosti a nefunkčnosti. Psychologové tak byli konfrontováni buď s negativními projevy ve společnosti, které byly dávány na vrub nefunkčnímu systému nebo přímo dotazováni na téma související s nedostatkem v rámci systémového nastavení.

Psycholog v tomto kontextu čerpá ze svých zkušeností, neboť pracuje v rámci systému, z tohoto hlediska lze říci, že má dostatek informací k zachycení jeho silných i slabých stránek. Ze strany moderátora je konfrontován s kritikou a v tomto narativu funguje jako jakýsi obhájce nastavených systémových opatření. Lze uvažovat, že toto může vytvářet mediální obraz o nutnosti nápravy a reformy celého systému, která je v rukou jednotlivých psychologů, kteří jsou jeho součástí, spíše než prezentování problému v celé jeho komplexnosti.

Opakované skloňování negativ a nedostatku psychologického systému v médiích pak vytváří obraz nutnosti rychlého řešení a přidává na dramatičnosti celé problematiky

### 10.4.3 Psychika dětí a mladistvých

Témata v této kategorii se zaměřují na práci s dětmi a mladistvými, jejich psychikou a vhodnou komunikaci s nimi. S dětmi se neodmyslitelně váže také instituce školy, kterou sem také zařazují (#01, #03, #04, #07, #08, #11, #12, #14, #15, #16, #17).

Zájem médií o témata spojená s dětstvím konstruuje obraz dětství jako klíčového období ve vývoji člověka. Do mediálního diskurzu se dostává v souvislosti se správnými postupy, které by měli zaujmout především rodiče směrem ke svým dětem a psycholog zde funguje jako překladatel a znalec adekvátního vývoje dítěte, který je schopen své znalosti předat široké veřejnosti.

V rámci mediálního diskurzu je však věnována pozornost i *instituci školy* (#03, #07, #12, #15), která se značnou měrou podílí na výchově a socializaci dětí a mládeže. Pole působnosti psychologa v tomto ohledu nezůstává jen v roli rádce rodičů a dětí ale i pedagogických pracovníků a všem, kteří zajišťují chod školy tak, aby se v ní děti cítily, co nejlépe. V kontextu školy jsou pak zmiňovány negativní atributy jako *šikana* (#03) a *stres ze školy* v souvislosti s každoročními milníky jako je začátek školy či předávání vysvědčení (#07, #12, #15).

Vše výše uvedené implikuje představu o psychologovi jako expertovi na dětskou duši a vývoj, který má hluboký přehled o jednotlivých vývojových obdobích a je schopen postihnout případné odchylky a předat rady o správném přístupu směrem k dětem. Vytváří se tak představa o dětství

jako svébytném životním období, jež předznamenává zásadní etapu, která má přesah do dalších fází života.

V souvislosti s dětstvím se do mediálních debat dostávají i konstrukty spjaté s nadpřirozenými bytostmi, ve které věří právě děti. Konkrétně se jedná o tradice spojené s návštěvou *Mikuláše a čerta a jejich vliv na dětskou psychiku* (#16) a *Ježíška*, který v důsledku ekonomické a energetické krize ve společnosti může přinést méně dárků, než jsou zvyklé a jak na toto děti připravit (#17). V tomto ohledu se dostáváme do zajímavého střetu nadpřirozených kulturních tradic, které mají být rámovány exaktními psychologickými poznatky, jež má přinést právě psycholog.

#### **10.4.4 Psychika v kontextu aktuálního společenského dění**

Do této kategorie jsem zařadila témata, která se týkají aktuálního dění ve společnosti a váží se na jednotlivá roční období či nečekané společenské události nebo reagují na určité trendy ve společnosti (#04, #05, #07, #09, #10, #13, #14, #17, #18).

Mezi událostmi, které ovlivňovaly dle médií psychiku lidí se vyskytly *válka na Ukrajině* (#04), *pandemie koronaviru* (#05), patřily mezi ně však i každoroční tradice jako *Vánoce či Mikulášská nadílka* (#10, #16, #17). Vliv na psychiku měly i trendy související především s *narůstáním digitálních technologií* a jejich hojného využívání (#09, #14, #18).

Obecně tato témata akcentují relevanci psychologického pohledu pro pochopení a zvládnutí společenského dění. Psycholog je stavěn do pozice, v rámci, které má na základě svého vědění vhodné nástroje pro analýzu a řešení aktuálních společenských problémů. Duševní zdraví se v narativu médií projevuje jako klíčové a zásadní pro kvalitu života, které však nelze odtrhnout od dění ve společnosti.

V tomto kontextu dochází tedy ke zvýraznění psychologa v roli společenského proroka, komentátora a poradce, který je ze své pozice a vědění schopen nabídnout široké perspektivy a rady pro jednotlivce a celé komunity, jak se vypořádat s dopady aktuálního dění ve společnosti.

## 10.4.5 Diagnostika a intervence

Témata se týkají diagnostiky, potřebné pomoci a postupů, které je vhodné aplikovat při výskytu potíží (#01, #02, #03, #04, #05, #09, #13).

Psycholog je v rámci těchto témat vnímán jako expert na adekvátní rady. Je vyzýván k předání konkrétních doporučení pro širokou veřejnost. Předpokládá se, že zná *správné postupy* a jejich podobu předává právě divákovi (#03, #05, #09, #13).

Diskuse o diagnostice akcentují obraz psychologa jako odborníka, jenž je schopen identifikovat psychologické problémy a onemocnění a nastavit nejlepší možné intervenční metody, které bude moci aplikovat i samotný divák.

Otázky směřující na konkrétní diagnostické metody jako v případě *specifických poruch učení* (#01) a *psychologických testů k řidičskému průkazu* (#02) zdůrazňují vědeckost a exaktnost psychologie jako vědy, která má k dispozici objektivní nástroje, na základě, nichž může kategorizovat a určovat normu a odchylky.

Psycholog v rámci svého vystupování v médiích je dotazován i na vhodné intervenční metody, které neaplikuje on samotný, ale jež může využít i laik. Očekává se, že disponuje širokou škálou odborných znalostí, ze kterých je na základě prezentace jednotlivých problematik a témat schopen čerpat a poskytnout konkrétní rady, jež budou dostatečně srozumitelné pro širokou veřejnost.

## 10.5 Diskurzivní modely

Nyní se zaměřím na stereotypy a hodnoty, které se pojí s profesí psychologa, jež se implicitně vyskytovaly v rozhovorech v médiích.

### 10.5.1 Stereotypy

V následujících kategoriích shrnuji stereotypy, jež představují sdílené společenské modely a klíčová zjednodušení, která se objevovala v pozorovaném vzorku.

#### **Psycholog jako odborník na psychiku a překladač poznání**

Psycholog byl v rámci rozhovorů vykreslován jako odborník na lidskou psychiku a fenomény s tím spojené. Moderátoři předpokládali znalost psychologů v oblasti nejrůznějších poruch a žádali bližší přiblížení mechanismů psychiky široké veřejnosti v jazyce, kterému by rozuměli.

Toto se projevilo na rovině jazyka v kategoriích *Psychické stavy a emoce* a *Diagnostika a patologie*. První ze zmiňovaných kategorií obsahovala především pojmy vztahující se k pocitům a vnímání protipólů „špatný” versus „dobrý,” přičemž psychická nepohoda a stavy s ní spojené se ukázaly jako předmět činnosti psychologa, který je spojován právě s nepříjemnými emočními stavy.

V kategorii *Diagnostika a patologie* na rovině jazyka se objevovaly nežádoucí stavy nasvědčující psychopatologii, kterou řeší psycholog se svými klienty. V souvislosti s touto terminologií se vyskytovaly pojmy a názvy diagnóz spadající do MKN (Mezinárodní klasifikace nemocí). Odborné termíny na rovině jazyka související s psychopatologickými stavy se promítly i do roviny narace, kdy kategorie *Diagnostika patologií* zahrnuje kritéria diagnostiky, možné projevy a symptomy doprovázející psychopatologie, zároveň kategorie obsahuje i dotazy týkající se nezvyklého chování, kterého si může všimnout i laik, kdy problém překračuje hranice normy a je potřeba vyhledat odborníka.

S tím se pojil i apel na konkrétní příklady a praktické situace v praxi, jež se promítly na rovinu narace v kategorii *Zjednodušení pro diváky*, která obsahuje otázky, jejichž cílem je danou problematiku a témata zjednodušit pro širokou veřejnost a odborné termíny přenést srozumitelnou cestou do laické podoby, aby bylo vše dostatečně pochopitelné. V tomto ohledu tedy působil psycholog jako překladatel odborných znalostí a poznatků do podoby srozumitelné široké veřejnosti.

Média se snaží psychologické poznání prezentovat v co nejsrozumitelnější a nejpraktičtější podobě, aby si diváci mohli vše představit dosti názorně a doporučení následně aplikovat přímo do svých životů.

Akcent na exaktní poznání a odbornost lze sledovat také na rovině institucí, kdy se rozhovory zastřešují *Daty z výzkumů*, které se snaží dodat validitu prezentovaným faktům. S tím souvisí i *Osobnosti, autority a jejich produkty a teorie*. Vše dohromady nasvědčuje formování obrazu psychologie jako vědy, která má svou terminologii, teorie a paradigmata, která jsou předávána v dostatečně srozumitelné podobě divákovi, který s nimi dále může pracovat s ohledem na svou situaci, tzn. aby poznatky byly co nejjednodušeji aplikovatelné na co nejširší skupinu obyvatel.

Ke zvýšení autority a vědeckého obrazu psychologů jako odborníků v médiích navíc přispívá i jejich oslovení, kdy moderátoři k jejich oslovení používají “pane/í doktore/ko.”

Na rovině diskusí byla také znatelná témata zabývající se psychopatologií, jednotlivými diagnózami a objasněním některých teoretických konceptů. Témata se týkala také diagnostiky a jejími kritérii.

Moderátoři předpokládali, že psychologové mají přehled o příčinách daných poruch a rozumí i jejich vývoji v čase, přičemž vychází z odborných znalostí psychiky a témat s ní spojenými. Mezi předmět práce psychologů moderátoři implicitně zařazovali emoce a lidské prožívání.

Vzhledem k nastíněným zjištěním se psycholog jeví být médiu prezentován jako nositel vědecké autority a znalec objektivního fungování lidské psychiky a chování. Psychologové jsou vedeni ke zprostředkování tohoto poznání a aplikaci poznatků ve prospěch společnosti. Tvrzení se snaží moderátoři i psychologové opřít o exaktní nasbíraná data z výzkumů či teoretické koncepty, které by zastřešily jejich validitu a legitimitu, přestože se divák dozvídá pouze kusé informace o těchto zdrojích, je třeba brát v potaz omezený časový formát výstupů a roli zjednodušování a potřebu atraktivity pro cílovou skupinu příjemců.

## **Psycholog jako znalec oboru a jeho systému**

Psycholog je vnímán jako zástupce psychologického oboru, s čímž se pojí i systémová nastavení, neboť psycholog pracuje v praxi na každodenní bázi a zná tak vnitřní mechanismy fungování systému v rámci České republiky. Zároveň se předpokládá, že má povědomí o systémových odlišnostech a rozdílných nastaveních v zahraničí. Psycholog je vyobrazován jako odborník z oboru, který se orientuje v jeho specifikách.

Toto se projevuje na rovině institucí, kde jsou jmenovány *Odborné organizace a podpůrné asociace*, ve kterých často vystupují samotní psychologové. Jednotlivé organizace jsou obvykle provázané s činností psychologů, které jsou jejich součástí.

Jelikož v organizacích psychologové sami působí, jejich vystupování vytváří obraz propojující teoretické a aplikované poznatky, neboť v rámci své praxe vykonávají opakovaně danou činnost, na kterou se jednotlivé organizace specializují.

V rámci narace se v médiích setkáváme pouze s negativními aspekty, které vypovídají o nefunkčních systémových nastaveních, jehož jsou psychologové součástí. Vzhledem k rozšíření informací o nedostatku psychologů mezi širokou veřejností, jsou pak psychologové vyobrazováni jako zástupci systému, jehož jsou součástí a jsou konfrontováni právě s jeho nedostatečností.

Moderátoři předpokládají, že psychologové mají hlubší znalosti celkového systému a dokáží identifikovat překážky, které brání v účinnějších postupech. Zároveň jakožto reprezentanti celého systému, jehož jsou součástí, lze brát v úvahu možnost, že je jim implicitně předávána určitá odpovědnost za současnou situaci v mediálním diskurzu, jelikož jsou součástí celku, který nefunguje optimálně a aktivně se nesnaží o nápravu k lepšímu.

V souvislosti s nedostatky v systému a jejich případnými potřebami změn se naráželo v diskusích zejména na: *nedostatek dětských psychologů a psychiatrů v České republice* (#13), *dlouhé čekací lhůty na vyšetření* (#08), *přibývající případy šikany na českých školách* (#03) a *rehabilitační programy ve fázi pouhých zkušebních projektů*. (#02).

Ze strany moderátorů jsou psychologové konfrontováni s kritikou a v tomto narativu fungují jako obhájci nastavených systémových opatření. Lze uvažovat, že toto může vytvářet mediální obraz o nutné nápravě a reformě celého systému, která je v rukou jednotlivých psychologů, kteří jsou jeho součástí, spíše než prezentování problému v celé jeho komplexnosti.

Vzhledem ke skutečnostem lze uvažovat o obrazu psychologa jako relativně unikátní, nedostatkové a žádané profesi, o jehož služby je ve společnosti vysoký zájem. Toto staví psychologii do obrazu prestižního a žádaného oboru, který je nutný vzhledem k vytvořenému narativu o důležitosti psychického zdraví a zhoršujícímu se psychickému stavu populace v kontextu s děním ve společnosti.

## **Psycholog jako soudce správnosti postupů a norem**

Psychologové jsou v médiích vyobrazováni jako soudci správných postupů a norem. Očekává se od nich přesně vytyčená a jasně definovaná prezentace hranic, kdy je implicitně kladen důraz na jasné ohraničení a kategoriální rozlišení – „dobré“ vs. „špatné“ nebo analogicky „norma“ vs. „psychopatie“.

Na úrovni jazyka se to projevuje především v kategorii *Edukace a vývoj*, kde se vyskytují pojmy *ideální a ideálně* (#03, #09, #10, #16, #17) v kontextu dotazování moderátorů i v odpovědích samotných psychologů. Tyto slova vyjadřují optimální stav. Psycholog je tak postaven do pozice odborníka, který zná správné možnosti fungování.

Snaha o praktické a srozumitelné návody na správné postupy se promítá i do narace. V tomto ohledu nezprostředkovávají média pouze teoretická uchopení témat s odborníky, ale také praktické rady pro zvládání obtíží na denní bázi, které mohou potkat každého člověka. V

médiích tak dochází ke konstrukci obrazu psychologa jako odborníka na správné postupy v konkrétních každodenních situacích, vhodné chování a adekvátní ventilaci emocí.

V naraci se vyobrazuje psycholog v roli experta na životní rady, což spíše připomíná koučink. Právě koučové se zaměřují na osobní rozvoj a konkrétní dovednosti u jednotlivců v rámci dosahování dílčích cílů. Moderátoři předpokládají, že psychologové mají k dispozici řadu ověřených univerzálních rad na nejrůznější životní problémy. Dochází tak k simplifikaci pro potřeby publika, což vytváří obraz psychologie jako dostupné a univerzální vědy, která je aplikovatelná na širokou škálu životních situací. Psycholog se tak nucen ke zjednodušování a zkratkám a tím může docházet k předání nerealistických očekávání skrze média.

Zároveň dochází k posilování narativu, ve kterém je osvojování správných psychologických technik a postupů předpokladem pro psychické zdraví. Nabízí se úvaha o obraze psychologů jakožto soudců a zároveň “životních kompasů,” kteří určují správný univerzální směr pro životy široké veřejnosti. V tomto ohledu je v médiích v rámci zjednodušování upozadřována role jedinečnosti každého člověka, který má svá specifika. I když psycholog se v rámci vyjednávání snaží o nastolení této roviny pohledu. Média vyvíjejí tlak na co možná nejobecnější rady pro širokou veřejnost, které má předávat právě psycholog. Dá se uvažovat o určité zkratce ke spokojenému životu, která tkví v řízení se radami psychologů, jež zprostředkovávají právě média.

Paradoxem zůstává možná určitý posun od role psychologa v rámci vztahu s klienty, neboť v přímé interakci psycholog, pokud se nepohybuje na poli poradenství či koučinku, nemůže poskytovat konkrétní rady klientům, spíše jim klade otázky, na které si musí odpovědět sami a najít tak svoji správnou cestu.

## **Psycholog jako zachránce a rádce**

Psycholog v mediálním prostředí vystupuje jako poradce pro lidi. Lidem poskytuje rady, předpokládá se, že psycholog nepomáhá jen svým klientům, ale obecně platné rady je schopen formulovat i pro širokou veřejnost a tomu přizpůsobuje i svůj jazyk. Zároveň psycholog v rámci své práce nabízí pomoc lidem v případě, že si sami nevědí rady.

Na rovině jazyka se objevovala slova jako *problém* (#01), *pomoc* (#04, #05, #08, #13). V rámci mediálního diskurzu se tak tvoří obraz psychologie jako pomáhající profese. Přispívá k tomu právě způsob užívání těchto slov. Tato terminologie v médiích přidává oboru psychologie pozitivní reputaci ve společnosti, jelikož psychologové jsou vyobrazováni jako prospěšní

odborníci na řešení problémů lidí. Jsou vyzdvihováni především v kontextech, kdy si samotní lidé s problémy nevědí rady a obracejí se právě na psychology jakožto odborné kapacity, které dokáží své znalosti uplatnit na problémy, jež lidi trápí a tím jim ulevit od jejich obtíží.

V souvislosti s vykreslováním psychologů jako odborných rádců souvisí i jejich institucionální zastřešení, kdy byly zmiňované organizace a asociace, v rámci, kterých psychologové působí.

V naraci se v kategorii *Správné postupy* promítají snahy o předání praktických a srozumitelných návodů, kde jsou právě psychologové vyobrazováni jako odborní rádcí, kteří jsou schopni poradit široké veřejnosti. Média se pokouší psychologické poznání prezentovat v co nejsrozumitelnější a nejpraktičtější podobě, aby diváci mohli doporučení následně aplikovat přímo do svých životů.

Do narace se také promítá rozlišení problémů na ty, které člověk zvládne vyřešit sám a na ty, se kterými je třeba se obrátit na odbornou pomoc psychologa. Psycholog tak vystupuje jako znalec nejen na diagnostiku, ale i na funkční intervenční metody. V tomto kontextu je tak stavěn do role zachránce, neboť se lidé obracejí právě na něho, v momentě, kdy si sami neví rady a dosavadní způsoby pomoci nebyly účinné.

V rámci kategorie *Kompetence psychologa* se projevila diskuse o činnosti psychologa, kde moderátory zajímal předmět práce psychologa, ať už se jednalo o konkrétní problémy či způsoby práce. Přesný způsob práce psychologa se staví do dění za oponou, neboť při odborných intervencích jsou vždy přítomni pouze klienti a psychologové samotní. Moderátoři v mediálním diskurzu aktivně směřují k předání popisu způsobu práce psychologů, i když sami v některých případech nerozlišují hranice mezi psychologii a psychiatrií či psychoterapií. Psychologové se snaží korigovat obraz psychologie v médiích, kdy uvádějí, že primárně se jedná o léčbu slovem.

Psycholog je v médiích dotazován na rovině diskusí na vhodné intervenční metody, které neaplikuje on samotný, ale jež může použít i laik. Očekává se, že disponuje širokou škálou odborných znalostí, ze kterých je na základě prezentace jednotlivých problematik a témat schopen čerpat a na základě nich poskytnout konkrétní rady, jež budou dostatečně srozumitelné pro širokou veřejnost.



## Psycholog jako odborník na dětskou psychiku

Velmi akcentovaná se v médiích jeví být psychika dětí a vše s ní spojené, ať se to týká rad směřující k rodičům či osvětlení mechanismů myšlení dětí a mladistvých. Implicitně se tak předpokládá, že dospělá psychika se liší od té dětské, a i na ni je odborníkem psycholog (bez toho, aniž by bylo specifikováno, že se jedná o dětského psychologa). Zároveň tak dochází k pomyslnému oddělení dospělých a mladistvých jedinců, neboť jejich myšlení je medií prezentováno jako odlišné, s čímž souvisí i rozdílné potřeby.

Na rovině jazyka se v rozhovorech hojně opakovala terminologie spjatá s vývojovými obdobími lidského života. Zdůrazňovány byly především aspekty sociálního a psychologického vývoje směřující zejména ke zdravému vývoji jedince.

Dětská tematika se promítla i do roviny institucí, kde se zmiňovaly školní instituce. Tento fakt akcentuje v mediálním diskurzu roli školy jako důležité instituce v životě dětí, na jejichž školní úspěšnost mají znatelný podíl rodiče, jimž jsou směřovány rady. Dále odkazy na odborníky ve školství přinášejí rozšiřující pole psychologie. Média ukazují, že psychologové mají své místo i na školní půdě, kde působí především poradensky a sehrávají klíčovou roli při prevenci nežádoucích jevů. Prezentace psychologů jako běžné součásti českého školství implikuje normalitu a snadnou dostupnost psychologických služeb a zároveň prostřednictvím médií dochází k destigmatizaci návštěvy psychologa.

V rámci narace otázky směřovaly k *Péči o děti*, jejich výchovu a komunikaci s nimi. Implicitně se tak klade nátlak na rodiče v angažování se ve školní docházce svých dětí. Už jen samotný fakt, že jsou do médií zváni psychologové, v pozici odborníků, aby předali rady na správné rodičovství, vede k vytváření odbornosti rodičovství. Vzhledem ke skutečnostem se dá uvažovat o konstrukci obrazu psychologa jako odborníka na rodičovské kompetence, který disponuje vědomostmi o dětské psychice a na jejich základě je medií vyzván k prezentaci vhodných rad a postupů pro jejich výchovu, které primárně směřují rodičům.

Nabízí se úvaha o médiích, která plní společenskou funkci, ve smyslu zajištění dostatku směřovaných informací pro vhodnou výchovu dětí, které jsou směřovány primárně rodičům. V kontextu školy dochází k sekundární socializaci, která by v ideálním případě měla plynule nasedat na tu primární, která probíhá právě v rodině. Média v tomto narativu fungují jako populárně naučný zdroj informací zprostředkovaných skrze odborníky.

## **Psycholog jako věstec a prorok**

Psycholog je v médiích vyobrazován jako odborník na znalost souvislostí, který žije ve sdílené kultuře, vnímá dění v rámci společnosti a je tak schopen odvodit příčiny určitých trendů a fenoménů. Zároveň od něj moderátoři očekávají, že je schopen pojmenovat příčinu problému a odvodit budoucí dění.

V tomto kontextu využívali moderátoři data z výzkumů, kterými demonstrovali daný trend nebo jev ve společnosti, který byl tématem rozhovoru. Moderátoři předpokládali, že psychologové jsou schopni odůvodnit výskyt a četnost psychologických jevů, jež se stávají rozšířenější ve společnosti.

Na rovině narace otázky směřovaly k příčině aktuálních problémů ve společnosti z odvětví psychologie. Prožívání a chování lidí je médií zobrazováno v přímé souvislosti se situací ve společnosti. Kompetence hodnocení dopadů doby z psychologa činí odborníka, který má vhled do souvislostí a důsledků společenských jevů. Média konstruuji obraz, ve kterém mají na psychiku jednotlivce a jeho život bezprostřední dopad celospolečenské události.

Vzhledem ke skutečnostem se nabízí úvaha, že psycholog je v médiích vyobrazován jako odborník s interdisciplinárním přehledem a jako součást sdílené kultury a společnosti, který vnímá její proměny a je schopen na základě své odbornosti tyto změny pojmenovat. Moderátoři od psychologů však očekávají i interpretační a anticipační schopnosti, pomocí kterých vše přiblíží široké veřejnosti, aby se mohla připravit na nadcházející budoucnost.

### **10.5.2 Hodnoty**

V následující sekci představím a popíši hodnoty, které se ve mediálním diskurzu pojí s profesí psychologie a oborem psychologie.

#### **Důvěra ve vědecké poznání**

Psychologie je vyobrazovaná v médiích jako obor, který staví na teoretických konceptech a empirických poznatech o lidské mysli a chování. Psycholog vystupuje jako reprezentant tohoto oboru a předpokládá se, že je konsensuální s ostatními psychology, neboť je pojí společná profese a slučuje je i psychologická komunita.

Důvěra v psychologii jako vědu i psychology samotné je zřejmá ze samotného faktu, že jsou psychologové do médií zváni, aby široké veřejnosti osvětlili psychologické koncepty a mechanismy.

Legitimita výroků psychologů je zastřešena jejich vzděláním, empirickými daty z výzkumů, s nimiž pracují sami psychologové a moderátoři a také institucemi na které se odkazují. Výsledky studií jsou zasazeny do aktuálního a historického společenského kontextu a fungují jako podpora jednotlivých argumentů a doporučení. Toto představuje v mediálním diskurzu záruku validity a reliability. I když odkazy na jednotlivé výzkumy jsou velmi strohé a posluchač se o jejich detailech příliš nedozví, dá se uvažovat, že samotné zmínky o jejich existenci v publiku implicitně vyvolávají obraz odbornosti oboru, který je doplňován o tvrdá data z výzkumů.

Kombinace dotazů na teoretické poznatky a propojení s historickou tradicí a empirii psychologické profese a praxe posiluje obraz psychologů jako solidních reprezentantů psychologického oboru.

Na rovinu jazyka jsou promítány odborné pojmy, které jsou nutnou základnou jakékoliv vědecké disciplíny, jejich přítomnost v médiích rozšiřuje povědomí o psychologické profesi a její činnosti mezi širokou veřejnost a její poznatky jsou tak zpřístupňovány běžné populaci.

Moderátoři v rozhovorech s psychology spoléhají na aplikovatelnost poznatků a vědomostí do praktického a reálného života. Důvěřují jejich radám a chtějí od nich slyšet vhodné návody, jak se v určitých situacích chovat.

Ve vzorku se také projevuje touha po jasně definovaných hranicích. Moderátoři po psychologích chtějí slyšet exaktní a kategorické informace, které budou dobře představitelné a dostatečně analytické a všeobjímající. Z tohoto lze usuzovat zájem o kvantifikovatelná data, jež by měla vědecká disciplína nabízet, aby byla průkazná a legitimní.

Ze samotného oslovení „paní/e doktorko/e” lze uvažovat o projevu úcty a respektu vzhledem k profesi a vzdělání, kterými psycholog disponuje. Přičteme-li neustále skloňovaný nedostatek psychologů a dlouhé čekací lhůty, psychologická profese je mediálně vykreslována jako nedostatková, z čehož plyne respekt a důvěra v poznatky, které nabízejí psychologové, kteří si udělají čas na rozhovor, jenž je směřován širokému publiku.

Moderátoři prezentují vlastní hypotézy a aktivně se tak podílejí na formování narativu. Předkládaná tvrzení fungují jako základ pro odbornou diskusi, kdy moderátoři čekají, zda odborník jejich hypotézu přijme či zamítne. Vytvářením vlastních teorií a domněnek se

moderátoři staví do role angažovaných laiků se svébytným porozuměním jednotlivým tématům a problematik. Tímto způsobem se do diskuse dostává selský rozum, jenž je konfrontován s odborným poznáním.

Psycholog v naraci vystupuje jako platný člen společnosti, který má znalosti a praxi k tomu, aby pomáhal ostatním v situacích, kdy si sami nevědí rady. O jeho zprostředkované rady je zájem i ze strany širokého publika, bereme-li v úvahu, že média uzpůsobují svůj obsah zájmům posluchačů a široké veřejnosti. Vzhledem k těmto skutečnostem vystupuje psycholog jako člen vědecké odborné obce, se kterou sdílí konsensuální pohled na psychologii a lidskou mysl, své poznání distribuuje pro laickou veřejnost, jelikož média vyjadřují zájem o jeho rady a pohled na probíraná témata.

### **Důležitost psychického zdraví a duševní pohody**

Samotný výskyt pojmů související s psychickými onemocněními a psychopatií v mediálním diskurzu přispívá k destigmatizaci a normalizaci duševních obtíží. Zároveň je v médiích akcentována důležitost péče o duševní zdraví na individuální úrovni, kdy psycholog předává veřejnosti vhodné rady, jak o něj pečovat.

V rámci jazyka se objevoval apel na kvalitní mezilidské vztahy, vzájemný respekt a udržení zdravých hranic v interpersonálních vztazích, které přispívají k zachování psychické pohody. Tento normativ je tak prostřednictvím médií distribuován k širokému publiku a funguje jako určitá forma edukace a způsob přistupování k okolí i sobě. V tomto ohledu se v médiích odráží důležitost kvalitních a dostupných sociálních vazeb, které přispívají k duševnímu zdraví.

Psychologové radí, jak zvládat mimořádné situace, jak o nich mluvit s dětmi, jak si zachovat duševní zdraví, případně na koho se obrátit, pokud se člověk necítí dobře. Prezentace těchto rad v mediálním diskurzu přispívá k akcentaci péči o duševní zdraví, kdy psycholog je vyobrazován jako dostatečně kompetentní odborník na předávání rad a zasazení duševních obtíží do teoretických konceptů.

V médiích se zároveň konstruuje obraz vlastní aktivity, kdy jsou jedinci prostřednictvím médií a psychologů vedeni k aktivnímu přístupu a všímavosti vůči svým pocitům i pocitům svých blízkých.

Zároveň i vzhledem k prezentaci nedostatku psychologů a zhoršování psychického zdraví dětí napříč společnostmi se vyobrazuje psychické zdraví v médiích jako poměrně vzácný ideál,

kterého je nutné si vážít a také o něj adekvátně pečovat. Mediální diskurz v tomto ohledu také apeluje na nedostatky v rámci systémových opatření, kdy je potřeba dostupnější péče.

V kontextu společenských událostí a s tím souvisejícím zhoršováním psychického zdraví dochází v médiích k vysvětlování mechanismů psychiky, které objasňuje právě psycholog. V mediálním diskurzu se psychologové vyobrazují jako odborníci na techniky a vhodné nástroje, které zlepšují psychický stav jednotlivců. Přítomností těchto témat v mediálním diskurzu dochází k legitimizaci potřeby podpory a péče o duševní zdraví.

V souvislosti s těmito tématy probíhá diskuse směrem k odlišení normálních stavů a odchylek, které předznamenávají hlubší problém, právě v podobě psychopatologie či problému, jenž je třeba řešit s odborníkem. Moderátoři chtějí od psychologů slyšet jasné vymezení hranice zdraví versus nemoci a zároveň návody a doporučení, jak o své psychické zdraví a wellbeing pečovat. V rámci narace jsou však témata stavěna do vnímání ostrých bipolarit, kde psychopatologie a obecně odchylky jsou vnímány jako negativní. Zdraví naopak evokuje štěstí a dobro, kterého může člověk dosáhnout v případě, že se bude řídit radami odborníků.

## **Významnost dětského období**

V mediálních obsazích se vyskytují pojmy ohraničující dětství jako unikátní vývojové období, ke kterému se váží i odlišné psychické mechanismy. Z tohoto lze usuzovat, že psychologové v jsou v médiích prezentováni jako odborníci na dětskou psychiku, kteří ze své obecné odborné pozice jsou schopni postihnout unikátní potřeby a mechanismy dětské psychiky, které vycházejí ze znalosti vývojové psychologie.

Období dětství a dospívání je v mediálním diskurzu ohraničeno jako svébytné období se svými specifiky, na základě čehož je potřeba k dětem a mladistvým přistupovat specifickým způsobem, aby se z nich staly duševně zdraví členové společnosti. V tomto ohledu je v mediálním diskurzu vyzdvihována především role rodičů a školních institucí, které děti formují.

Psychologové jsou v mediálním diskurzu vyobrazováni jako odborníci, kteří jsou kompetentní dávat platné rady jak rodičům, tak školním institucím, které pracují s dětmi a mladistvými.

V mediálním diskurzu je tak zdůrazňována role raných zkušeností a vztahů, což odpovídá psychoanalytickému paradigmatu. V rozhovorech bylo poukazováno na citlivá vývojová

období a důležitost správné stimulace. Dětství je v médiích vyobrazováno jako zásadní pro investici zdrojů a úsilí na individuální i společenské úrovni s ohledem na celoživotní důsledky.

Moderátoři od psychologů očekávají znalosti vývojové psychologie a jednotlivých vývojových období. Zároveň by psychologové měli v mediálním diskurzu být schopni teoretické poznatky aplikovat do konkrétních doporučení pro rodiče, které zajistí řádný vývoj a prospívání dítěte. Obecně však v médiích dochází ke generalizaci a zjednodušení na jeden univerzálně platný přístup, ve kterém je opomíjeno odlišné vývojové tempo jednotlivých dětí.

V médiích se konstruuje narativ ohroženosti a zranitelnosti dítěte v současném nebezpečném světě, který může být potenciálně nebezpečný pro jejich zdravý vývoj. Staví rodiče do role, kde musí být neustále ostražití vůči sebemenším odchylkám a strážít tak dětské duševní zdraví. V narativu je posilován obraz psychologa jako zdroje funkčních a platných řešení a návodů pro rodiče, které se dají okamžitě aplikovat.

Vše výše uvedené implikuje představu o psychologích jako expertech na dětskou duši a vývoj, kteří mají hluboký přehled o jednotlivých vývojových období a jsou schopni postihnout případné odchylky a předat rady o adekvátním přístupu směrem k dětem. V médiích tak dochází ke konstrukci představě o dětství jako svébytném životním období, jež předznamenává zásadní etapu, která má přesah do dalších fází života.

## **Závěr: Povaha diskurzu**

V této kapitole propojím zjištění z jednotlivých rovin a představím obraz psychologické profese a oboru psychologie. Na základě výše analyzovaných rovin se tedy pokusím nastínit celou povahu diskurzu.

Role psychologa je ve společnosti vyobrazována zejména jako odborníka na lidskou psychiku, chování a vztahy, který zprostředkovává rady v oblasti duševního zdraví a osobního rozvoje. Psychologové jsou zobrazováni jako důvěryhodné zdroje informací a návodů, jak zvládat konkrétní životní situace. Vystupují tak v roli popularizátorů vědeckých poznatků o lidské mysli, kteří přibližují odborné koncepty a výzkumy široké veřejnosti srozumitelným a zajímavým způsobem.

V mediálním diskurzu jsou s psychologií spojovány kompetence analyzátorů konkrétních situací, schopnost radit, diagnostikovat a řešit problémy týkající se prožívání a chování lidí.

Od psychologů je očekávána diskrétnost, ale i přímocíarost a praktičnost v poskytování rad a intervencí. Hodnoty připisované psychologům reflektují důvěru ve vědecké poznání, odpovědnost vůči klientům i společnosti, podporu duševního zdraví v souvislosti s kvalitou života, která zahrnuje wellbeing jednotlivce.

Psychologové v médiích probírají témata, která se týkají každodenních starostí a zájmů lidí, jež zahrnují oblasti jako – mezilidské vztahy, výchovu dětí, zdraví a osobní růst. Psychologové se v roli odborníků vyjadřují také k aktuálnímu společenskému dění a trendům. Moderátoři před ně staví otázky a úkoly, ve kterých je po nich požadován psychologický vhled, kdy musí zasadit téma do kontextu a navrhnout konstruktivní přístupy či řešení.

Psychologie je prezentovaná jako věda, jež přináší užitečné poznatky o člověku, ze kterých může jedinec čerpat ve svém životě na denní bázi. K psychologovi je přistupováno jako ke kvalifikovanému odborníkovi, jehož služby a rady jsou stále žádanější.

Psychologové jsou zároveň vnímáni jako součást systému, jenž má značné nedostatky, se kterými je moderátoři konfrontují. Vzhledem ke skutečnosti, že je v České republice nedostatek psychologů, což vede i k dlouhým čekacím dobám, je psychologie v médiích vyobrazována jako unikátní, potřebná a žádaná profese.

V rámci mediálního diskurzu však zůstává nejasná hranice mezi psychologem, psychoterapeutem, psychiatrem a koučem, kdy zůstává rozostřené pole působnosti jednotlivých profesí, ve kterém nemají jasno ani sami moderátoři. V mediálním diskurzu tak zůstává zachována určitá nejistota v kompetencích psychologa. Typicky mylná představa, že psycholog předepisuje svým klientům léky, se promítá i do vzorku této práce.

Posun od psychologického diskurzu k mediálnímu se projevuje větším důrazem na srozumitelnost, atraktivitu a aplikovatelnost sdělení. Toto vzniká především z iniciativy moderátorů, kteří apelují na co největší přenositelnost na široké publikum, kterému jsou sdělení určována.

Odborné termíny a teorie jsou zjednodušovány a vysvětlovány příklady z běžného života. Mediální diskurz také více pracuje s emocemi, příběhy a osobními zkušenostmi psychologů i klientů, s cílem nejen informovat, ale i zaujmout publikum.

Psychologové jsou vykreslováni jako součást společnosti, se kterou sdílí společné historické a kulturní dědictví. V tomto ohledu jsou k přiblížení některých teorií v rozhovorech zmiňovány osobnosti, které jsou známé široké veřejnosti.

Média vykreslují psychology jako experty na dětskou duši a vývoj, kteří mají hluboký přehled o jednotlivých vývojových obdobích a jsou schopni postihnout případné odchylky. Od psychologů se očekávají rady na správný přístup a jednání směrem k dětem. Zároveň se tak konstruuje představa o dětství jako svébytném životním období, jež předznamenává zásadní etapu, která má přesah do dalších fází života

Média se tak snaží zpřístupnit psychologické poznání širší veřejnosti, zvýšit povědomí o důležitosti duševního zdraví a podpořit lidi ve vyhledání odborné pomoci. Psychologové musí balancovat hned na několika úrovních – mezi odbornou precizností a mediální atraktivitou, mezi službou publiku a loajalitou k profesním standardům a etice.



## Summary

In my work I focused on the media image of psychologists created by traditional media, i.e. interviews with psychologists on television and radio. The aim of the thesis was to explore how the media present the role of psychologists in society, what topics psychologists are invited to discuss, what psychologists are asked about and what is the general journalistic awareness of the psychological profession. I started from the premise that the media does not function as a mere information broker, but that it plays an active role in shaping public discourse.

In the introduction of the thesis, I outlined the field of psychology and the profession of psychology along with its different branches and foci of interest. I then outlined the concept of the norm in relation to the diagnosis of deviance and disorders, professional ethics in the context of the appearance of professionals in the media, their very appearance and, lastly, the image of psychologists in the eyes of the public.

I analyzed the collected material through qualitative content analysis, which allowed me to deeply explore and interpret media content, revealing hidden meanings and contexts in the presentation of psychologists. Specifically, I used discourse analysis to explore the different themes, narratives, different perspectives and ideas in the interaction of different social actors, which in my case are the presenters and the psychologists.

Psychology is presented in the media as a science that provides useful insights about human beings that individuals can draw upon on a daily basis in their lives. The psychologist is treated as a qualified professional whose services and advice are increasingly in demand. The shift from psychological discourse to media discourse has resulted in a greater emphasis on clarity, attractiveness and applicability of messages. This was mainly the initiative of the presenters, who appealed for the greatest possible transferability of information to the general audience to whom the messages were addressed.

In this way, the media sought to make psychological knowledge more accessible to a wider audience, to raise awareness of the importance of mental health and to encourage the seeking of professional help. Psychologists had to balance on several levels - between professional precision and media appeal, between service to the audience and loyalty to professional standards and ethics.

## Použitá literatura

Baštecká, B. & Goldmann, P. (2001). *Základy klinické psychologie*. Portál.

ČAP: Česká asociace pro psychoterapii. (2023). *Etický kodex*. Dostupné z [https://czap.cz/resources/Documents/kl%C3%AD%C4%8Dov%C3%A9%20dokumenty%20kodex%20a%20z%C3%A1sady/ETICKY\\_KODEX\\_C%CC%8CAP\\_tisk.pdf](https://czap.cz/resources/Documents/kl%C3%AD%C4%8Dov%C3%A9%20dokumenty%20kodex%20a%20z%C3%A1sady/ETICKY_KODEX_C%CC%8CAP_tisk.pdf)

ČMPS: Českomoravská psychologická společnost. (2017). *Etický kodex psychologické profese*. Dostupné z <https://cmpsy.cz/files/EK/Eticky-kodex-psychologicke-profese-12-2017.pdf>

DiSalvo, D. (2011). *Why scientists and journalists don't always play well together*. New York: Forbes.com, August 8, 21-32. Dostupné z <https://www.forbes.com/sites/daviddisalvo/2011/08/08/why-scientists-and-journalists-dont-always-play-well-together/?sh=67d8fe581fd4>

Farberman, K., R. (2003). Strategies for Successful Interactions with the News Media. In Prinstein, M. J., & Patterson, M. D. (Eds.). *The portable mentor: Expert guide to a successful career in psychology*. Kluwer Academic (s. 293-300)

Gee, J. P. (2005). *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and method*. (2nd ed.) Routledge.

Gee, J. P. (2010). *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and method* (3rd ed.) Routledge.

Gee, J. P. (2010). *How to do Discourse Analysis: A Toolkit*. Routledge.

Goffman, E. (1999). *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Nakladatelství Studia Ypsilon.

Hall, S (ed). (1997). The work of representation. In *Representation: Cultural representations and signifying practices*. (s.13-63) Sage.

Hartl, P. & Hartlová, H. (2000). *Psychologický slovník*. Portál.

Hartwig, S. G., & Delin, C. (2003). *How Unpopular Are We? Reassessing Psychologists' Public Image with Different Measures of Favourability*. *Australian Psychologist*, 38(1), 68–72. doi:10.1080/00050060310001707047

- Hladká, Z., & Vaňková (2017). "Konotace". In: P. Karlík, M. Nekula, & J. Pleskalová (eds.), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*.  
<https://www.czechency.org/slovník/KONOTACE>
- Kaslow, N. J. (2015). *Translating psychological science to the public*. *American Psychologist*, 70(5), 361.
- Klonoff, E. A. (1983). *A star is born: Psychologists and the media*. *Professional psychology: Research and practice*, 14(6).
- Kuhn, T. S. (1997). *Struktura vědeckých revolucí*. (s.23-45) OIKOYMENH.
- Lemke, J. L. (1995). *Textual politics: Discourse and social dynamics*. (s.1-30) Taylor & Francis.
- Lilienfeld, S. O. (2012). *Public skepticism of psychology: Why many people perceive the study of human behavior as unscientific*. *American Psychologist*, 67, 111–129.
- Peters, P., H. (2008). Scientists as public experts. Expectations and responsibilities. In Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). *Handbook of public communication of science and technology*. Routledge
- Plháková, A. (2003) *Učebnice obecné psychologie*. Academia
- Podzimek, J. (2022). *Modularita jako vlastnost mediální sémiotiky a dalších metod*. Disertační práce. Univerzita Karlova.
- Procházka, R., Šmahaj, J., Kolařík, M., & Lečbych, M. (2014). *Teorie a praxe poradenské psychologie* Grada.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. Sage.
- Sillamy, N. (2001) *Psychologický slovník*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Vybíral, Z., & Roubal, J. (Eds.). (2010). *Současná psychoterapie*. Portál.
- Výrost, J., & Slaměnik, I. (2008). *Sociální psychologie*. (2., přepracované a rozšířené vydání). (s. 49-63) Grada Publishing.

## **Přílohy**

Seznam příloh č.1: Analyzované rozhovory (text)

### **Příloha č.1: Analyzované rozhovory**

K odlišení analyzovaných rozhovorů od ostatních zdrojů jsou tyto materiály označeny číslem, prostřednictvím kterého je na ně odkazováno v celém textu.

#01 *Dny dyslexie*, ČRO Radiožurnál, psycholog Lenka Krejčová (9.září 2018)

#02 *Když chce v Česku vybodovaný řidič získat zpátky řidičák, stačí mu udělat psychologické testy a znovu absolvovat autoškolu*, ČRO Radiožurnál, dopravní psycholog Pavel Řezáč (11.9. 2018)

#03 *Na českých školách přibývá případů šikany*, ČRO Radiožurnál, psycholog Michal Kolář (22.9. 2018)

#04 *Jak pomoci dětem zvládat stres z války*, ČT24, psychologka Galina Jarolímková (19.3. 2022)

#05 *Vztahy v rodině*, ČT2, psychologka Sylvie Navarová (22.8.2022)

#06 *Humor a psychologie*, ČT2, psychologka Livia Štvrtecká (1.4. 2022)

#07 *Psychologická podpora na začátku školy*, ČT24, psychologka Zuzana Masopustová (1.9. 2022)

#08 *Logopedická péče o děti*, ČRO Radiožurnál, členka Asociace klinických psychologů, psychoterapeutka Barbora Richtrová (4.10. 2022)

#09 *Lepší vstávání*, TV Nova, psychologka Markéta Čermáková (21.9.2022)

#10 *Měsíc do Vánoc*, ČT24, klinická psychologka Tamara Hrachovincová (24.11. 2022)

#11 *Děti to chtějí vědět taky*, TV Nova, sexuální psychologka Marcela Poláčková (10.2.2023)

#12 *Děti mají strach ze špatných známek na vysvědčení*, TV Nova, psychologka Martina Školníková (27.6.2022)

#13 *Akutní nedostatek psychologů a psychiatrů v ČR*, TV Nova, psychologka Galina Jarolímková (22.6.2022)

#14 *Jak nepodlehnout znepokojivým trendům*, TV Nova, psychologka Šárka Kučerová (19.12.2022)

#15 *První školní den*, TV Nova, psycholožka Martina Školníková (24.8.2022)

#16 *Mikulášské tradice a dětská psychika*, ČT24, psycholožka Olga Kučerová (5.12.2022)

#17 *Zchudne letos Ježíšek?* ČT24, psycholožka Veronika Pavlas Martanová (14.11.2022)

#18 *Digitální detox*, TV Nova, psycholožka Alžběta Protivanská (22.07. 2022)

SCHVÁLENO 25.3.2023

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>									
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>									
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Pánková Magdaléna, Bc.	<b>Razítko podatelny:</b>								
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2021/2022	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> <b>Univerzita Karlova</b>  <b>Fakulta sociálních věd</b> </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">14 -03- 2023 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">81 Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Přiděleno:</td> </tr> </table>	<b>Univerzita Karlova</b> <b>Fakulta sociálních věd</b>		Došlo dne:	14 -03- 2023 -1-	Čj:	81 Příloh:	Přiděleno:	
<b>Univerzita Karlova</b> <b>Fakulta sociálních věd</b>									
Došlo dne:	14 -03- 2023 -1-								
Čj:	81 Příloh:								
Přiděleno:									
<b>Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta:</b> <u>87166481@fsv.cuni.cz</u>									
<b>Studijní program/forma studia:</b> Mediální studia, prezenční									
<b>Název práce v češtině:</b> Mediální obraz psychologů v ČR									
<b>Název práce v angličtině:</b> Media image of psychologists in the Czech Republic									
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezí) ZS 2023/2024									
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků): Psychologie se stala v současné době běžnou a významnou součástí mediálních obsahů, v rámci kterých jsou psychologové tázáni na palčivá témata a vystupují v roli odborníků na lidskou mysl a duši. Psychologie se tak čím dál výrazněji dostává do povědomí široké veřejnosti a zároveň dochází ke stále častější akcentaci péče o duševní zdraví. Mediální obraz psychologů utváří především to, jaká témata jsou s psychologií řešena v mediálním prostoru a také vyobrazení obecných předpokladů novinářů o psychologické profesi.									
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků): Práce se zaměřuje na podobu mediálního obrazu psychologů v českých rozhlasových a televizních médiích. Cílem práce je prozkoumat, jakým způsobem média prezentují roli psychologa ve společnosti, k jakým tématům si psychology zvou, na co se psychologů ptají a jaké je obecné novinářské povědomí o psychologické profesi.									
<b>Předpokládaná struktura práce</b> (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teoretická část               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Popularizace psychologie</li> <li>1.2. Psychologové v médiích</li> <li>1.3. Novináři a rozhovory s odborníky – Komunikace novináře</li> <li>1.4. Analýza diskurzu – Roviny diskurzu</li> </ol> </li> <li>2. Výzkumná část               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Cíle výzkumu</li> <li>2.2 Výzkumné otázky</li> <li>2.3 Popis výzkumného vzorku</li> <li>2.4 Analýza dat                   <ol style="list-style-type: none"> <li>2.4.1 Probíraná témata</li> <li>2.4.2 Kladené otázky</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>									

- 2.4.3 Představy o psychologické profesi  
2.5 Výsledky – Jak jsou psychologové prezentováni v médiích  
2.6 Závěr  
2.7 Diskuze

Seznam literatury

Příloha: Seznam vzorků

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):  
Vybrané výstupy psychologů v televizním a rozhlasovém vysílání za posledních pět let.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**  
Nasbíraná data budou zkoumána za pomoci etnografické diskurzivní analýzy Jamese Paula Geeho s další oporou v konceptech T. A. van Dijka a T. van Leeuwena. Zaměřím se především na jazyk, diskuzi, diskurzivní modely i další roviny diskurzu.

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):

Farberman, K., R. Strategies for Successful Interactions with the News Media. In Prinstein, M. J., & Patterson, M. D. (Eds.). (2003). *The portable mentor: Expert guide to a successful career in psychology*. Kluwer Academic:

Tato práce poskytuje psychologům strategie pro úspěšnou interakci se zpravodajskými médii, včetně toho, jak rozvíjet vztahy s reportéry, jak se připravovat na rozhovory a jak efektivně sdělovat psychologické koncepty a výsledky výzkumu veřejnosti.

Fairclough, Norman. 1993. *Discourse and Social Change*. Polity Press.

Tato kniha poskytuje úvod do analýzy diskurzu, výzkumného přístupu, který zkoumá používání jazyka a komunikaci v sociálních kontextech. Zkoumá, jak diskurz utváří a odráží sociální změny, nabízí rámec pro analýzu diskurzu napříč různými doménami, včetně politiky, médií a kultury.

Gee, James Paul. 2005. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and method*. 2nd ed. New York: Routledge.

Tato kniha poskytuje úvod do analýzy diskurzu, včetně teoretických základů a metodologických přístupů. Nabízí návod, jak analyzovat používání jazyka a komunikaci v sociálních kontextech, včetně toho, jak identifikovat sociální a kulturní vlivy na diskurz.

Kaslow, N. J. (2015). Translating psychological science to the public. *American Psychologist*, 70(5), 361.

Tento článek zdůrazňuje důležitost sdělování výsledků psychologického výzkumu širší veřejnosti. Pojednává o některých výzvách spojených s překladem psychologického výzkumu do dostupného jazyka a znázorňuje úspěšné příklady.

Peters, P., H. Scientists as public experts. Expectations and responsibilities. In Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2008). *Handbook of public communication of science and technology*. Routledge. Tento titul se obecně věnuje roli vědců jako veřejných expertů, očekáváním a odpovědnosti, které s touto rolí souvisejí. Pojednává o důležitosti efektivní komunikace a angažovanosti s veřejností, stejně jako o potenciálních rizicích zapojení do kontroverzních témat.

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

NOVÁKOVÁ, Barbora. *Rámcování duševních nemocí ve vybraných novinářských výstupech zaměřených na destigmatizaci*. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Vranka, Marek.

SAROVÁ, Klára. *Obraz sociálního pracovníka v českých médiích*. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra sociální práce. Vedoucí práce Havránková, Olga.

SCHUBERTOVIÁ, Karolína. *Psychologové v médiích a jejich vnímání publikem*. Praha, 2022. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Kasík, Pavel.

Datum / Podpis studenta/ky

14.3.2023

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

Téma práce je podnětné a deklarovaná struktura výzkumu funkční. Pokud jde o techniku zpracování materiálu, pak vzhledem k tomu, že se jedná o kvalitativní obsahovou analýzu, doporučuji snahu o co nejhlubší rozbor malého vzorku. Vybraná literatura k metodologii jde v tomto smyslu správným směrem.

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

-

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Podzimek Jan

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

14.3.2023

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.**