

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Barbora Valentová

**Nové služby a management emocí  
v postindustriální společnosti**

*Diplomová práce*

Praha 2012

Autor práce: **Barbora Valentová**

Vedoucí práce: **Mgr. Jan Balon, PhD.**

Rok obhajoby: **2012**

## Bibliografický záznam

VALENTOVÁ, Barbora. *Nové služby a management emocí v postindustriální společnosti*. Praha, 2012. 92 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jan Balon, PhD.

**Rozsah práce:** 145 615 znaků

## Abstrakt

Diplomová práce *Nové služby a management emocí v postindustriální společnosti* se zabývá „novými službami“, které začínají zaujímat důležitou pozici v těch nejintimnějších sférách lidského života, jako je partnerský život, výchova nebo dokonce rození dětí. S rozvojem těchto služeb se společnost ocitá na hranici komodifikace, kdy stále větší prostor lidského života ovládají tržní mechanismy a věci, které pro nás dříve byly osobní záležitost, se stávají pouhým zbožím. Hranice mezi těmito dvěma oblastmi jsou propustnější, a to se odráží v propůjčování rétorik a diskurzů napříč těmito sférami. S tím, jak se hranice komodifikace posunuje, se mění i naše vnímání, cítění a jednání a dochází k určitému odosobnění. Náš vztah k vlastnímu osobnímu životu a jeho významu se stává zprostředkovaným právě skrze tyto služby a osoby, které je vykonávají, s čímž se jedinci vyrovnávají zapojením emoční práce. V rámci diplomové práce jsou zkoumány tyto procesy a jejich vliv na prožívání a jednání na subjektivní úrovni a utváření self. Zkoumáno je také fungování protichůdných mechanismů dekomodifikace, které se zapojují ve chvíli, kdy tržní logika překročí určitou hranici a jedinec se začíná cítit příliš odcizen svému self a své identitě. Práce také poskytuje jakýsi úvod do sociologie emocí, která je v českém prostředí zatím nepříliš známým podoborem sociologie.

## Klíčová slova

emocionální práce, management emocí, emoce, sociologie emocí, self, komodifikace, dekomodifikace

## **Abstract**

The diploma thesis *New services and emotion management in postindustrial society* concerns about the new kind of services, which started to occupy a very important position in the most intimate and personal spheres of human life (partner life, bringing up or even giving birth to children). With the development of these services the society finds itself on the border of „commodification“, when more and more realms of human life is governed by market mechanisms and things, which used to belong to personal life, are becoming just goods for us. The borders between these two areas are more permeable and that reflects upon borrowing of rhetorics and discourses across these realms. With shifting of boarders our ways of thinking, feeling and acting change. Some kind of depersonalization arises and our relationship to our own personal life and to its meaning is becoming mediated by those services and those, who provide them. With these changes individuals deal through involvement of emotion labor. In the thesis these mechanisms and their influence on feeling and acting on the personal level and formation of self are explored. Explored are also the functioning of contradictory mechanisms of decommmodification, which are being involved when the logic of market goes too far and individuum begins to feel too estranged from its identity and its self. The thesis provides an introduction into sociology of emotions, which is not very well known subfield in Czech republic.

## **Keywords**

emotional labour, emotional management, emotions, sociology of emotions, self, commodification, decommmodification

## **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 18. 5. 2012

Barbora Valentová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu své diplomové práce Mgr. Janu Balonovi, PhD. za užitečné a podnětné připomínky a rady.

# **Projekt diplomové práce**

## **Název v jazyce práce**

Nové služby a management emocí v postindustriální společnosti

## **Název v anglickém jazyce**

New services and emotional management in postindustrial society

## **Klíčová slova**

emocionální práce, management emocí, emoce, sociologie emocí, self, komodifikace, dekomodifikace

## **Klíčová slova v anglickém jazyce**

emotional labour, emotional management, emotions, sociology of emotions, self, commodification, decommmodification

## **Zásady pro vypracování**

Práce bude převážně teoreticky zaměřena a bude vycházet jak z teoretické literatury, tak výsledků výzkumů prováděných v rámci sociologie emocí, managementu emocí a emocionální práce. Literatura bude použita pro výstavbu a podporu vlastní argumentace týkající se ústředního problému řešeného v rámci diplomové práce. Práce by zároveň měla být uvedením do problematiky sociologie a managementu emocí a emocionální práce, která je velice moderním směrem v rámci zahraniční sociologie, v českém prostředí však zatím není příliš rozšířena.

## **Seznam odborné literatury**

Jack Barbalet (Ed): Emotions and Sociology, Oxford 2002: Blackwell.

Stephen Fineman: Understanding Emotion at Work, London 2003: Sage.



Jürgen Habermas: *The Theory of Communicative Action*, Boston 1985: Beacon Press.

Arlie Russel Hochschild: *Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure*, in: *American Journal of Sociology*, Vol. 85 (1979), No. 3, 551-575.

Arlie Russel Hochschild: *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkley 1983: Univ. Calif. Press.

Debra Hopkins et al. (Eds): *Theorizing Emotions. Sociological Explorations and Applications*, Frankfurt/New York 2009: Campus.

Eva Illouz: *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Adorno-Vorlesungen 2004*, Frankfurt 2006: Suhrkamp.

George Herbert Mead: *Mind Self and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist* (Edited by Charles W. Morris), Chicago 1997: University of Chicago Press.

Daniela Rastetter: *Zum Lächeln verpflichtet. Emotionsarbeit im Dienstleistungsbereich*, Frankfurt/M. 2008: Campus.

Georg Schreyögg/Jörg Sydow (Hg.): *Emotionen und Management* (Managementforschung 11), Wiesbaden 2001: Gabler.

Rainer Schützeichel (Hrsg.): *Emotionen und Sozialtheorie. Disziplinäre Ansätze*, Frankfurt/M., New York 2006: Campus.

Barbara Sieben: *Management und Emotionen. Analyse einer ambivalenten Verknüpfung*, Frankfurt/M. 2007: Campus.

Amy S. Wharton: *The Sociology of Emotional Labor*, in: *Annual Review of Sociology*, Vol. 35 (2009), 147-165.

### **Předběžná náplň práce**

Diplomová práce se bude zabývat novými službami, které začínají zaujímat důležitou pozici v těch nejosobnějších a nejintimnějších sférách lidského života, jako je partnerský život, výchova nebo dokonce rození dětí. S rozvojem těchto služeb se společnost ocitá na hranici „komodifikace“, kdy stále větší prostor lidského života ovládají tržní mechanismy a věci, které dříve byly osobní záležitostí, se pro nás stávají pouhým zbožím. Hranice mezi těmito dvěma oblastmi jsou propustnější, a to se odráží na mnoha oblastech života v postindustriální společnosti. S tím, jak se tyto hranice neustále posunují, se mění i naše vnímání, cítění a jednání a dochází k určitému odosobnění a náš vztah k vlastnímu osobnímu životu a jeho významu se stává zprostředkovaným právě skrze tyto služby a ty, kteří je vykonávají. V rámci diplomové práce by měly být prozkoumány tyto mechanismy a jejich vliv na prožívání a jednání na subjektivní úrovni a utváření self a řešena otázka, zda existují a jak případně fungují protichůdné mechanismy, které se jedince opět snaží navázat na jeho „žitý svět“.

### **Předběžná náplň práce v anglickém jazyce**

The diploma thesis is going to concern about the new kind of services, which started to occupy a very important position in the most intimate and personal spheres of human life (partner life, bringing up or even giving birth to children). With the development of these services the society finds itself on the border of „commodification“, when more and more realms of human life is governed by market mechanisms and things, which used to belong to personal life, are becoming just goods for us. The borders between these two areas are more permeable and that reflects upon many realms of life in postindustrial society. With shifting of borders our ways of thinking, feeling and acting change. Some kind of depersonalization arises and our relationship to our own personal life and to its meaning is becoming mediated by those services and those, who provide them. In the thesis these mechanisms and their influence on feeling and acting on the personal level

and development of self should be explored. Also the question, if the contradictory mechanisms, which are trying to bound the individuum to his „life world“ again, exist and how they work.

# Obsah

<b>Úvod</b>	<b>13</b>
<b>1. Sociologie emocí</b>	<b>17</b>
1.1 Sociologie emocí jako interdisciplinární přístup	17
1.2 Utajená historie sociologie emocí	21
1.3 Návrat emocí zpět do sociologie	33
<b>2. Služby a emoce v postindustriální společnosti</b>	<b>40</b>
2.1 Emoční práce, management emocí a emoční pravidla	41
2.2 Emoční směna	46
2.3 Emoční práce v komerčních vztazích	50
2.4 Důsledky managementu emocí	54
<b>3. Komodifikace intimního života</b>	<b>59</b>
3.1 Hranice komodifikace	60
3.2 Nové služby	66
3.3 City a emoční management dnes	75
<b>Závěr</b>	<b>80</b>
<b>Summary</b>	<b>83</b>
<b>Použitá literatura</b>	<b>85</b>

# Úvod

Na to nemám čas, to nestíhám, jsem v jednom kole. Fráze, které v poslední době slyšíme čím dál častěji, téměř od všech lidí v našem okolí. Trávíme stále více času v práci a na ostatní věci nám ho nezbyvá tolik, kolik bychom chtěli. Řešení je snadné. Jsem v práci tak dlouho, že nestihnu včas vyvenčit psa? Stačí strávit pár minut na internetu, několik set korun a o vašeho psa bude skvěle postaráno profesionální „psí chůvou“.<sup>1</sup> Nebo nemáte čas uvařit dětem večeři? Žádný problém. Stačí zvednout telefon, nadiktovat, na co dnes máte chuť a dorazit k už osobním kuchařem prostřenému stolu.<sup>2</sup> Chcete uspořádat dětem krásnou narozeninovou oslavu, ale nezbyvá vám čas na její přípravu? Jediné, co budete muset vyřešit vy, je téma chystané party, všechno ostatní zařídí profesionálové, od občerstvení přes zábavný program až po zabalení dárku.<sup>3</sup> Začali jste přemýšlet, jaký má smysl si pořizovat psa, když ani nemáte čas ho venčit, nebo vám tato řešení situací připadají naprosto standardní a běžná? A proč by nás vůbec mělo něco takového zajímat?

Domnívám se, že tyto a jim podobné služby ukazují na zásadní změnu, kterou naše společnost v posledních letech prochází. Jedná se o služby, které za peníze nabízejí vykonání činností, které byly dříve prováděny pouze námi samotnými nebo členy rodiny, popřípadě blízkými přáteli či sousedy, a to z jediného důvodu. Jedná se totiž o činnosti, které nám byly tak blízké a záleželo nám na nich tolik, že bychom je nechtěli svěřit někomu cizímu, někomu, s kým nemáme žádný vztah a kdo nás nezná, patřily do „posvátné“ sféry našeho intimního života, od které byla sféra trhu striktně oddělena. To se však v posledních letech mění. Tržní mechanismy začínají okupovat i tuto oblast, která je neodmyslitelně spjata s našimi osobními symboly, s našimi emocemi, s naším vnitřním já, a my se tak ocitáme na hranici komodifikace,

---

<sup>1</sup> Nabídka této služby viz: <<http://www.dogdream.cz/10i82/hlidani-psu/Hlidani-psu.html>>

<sup>2</sup> Nabídka této služby viz: <<http://www.osobnikuchar.com/>>

<sup>3</sup> Nabídka této služby viz: <<http://www.mojeparty.cz/>>

kdy se významy, které si s touto oblastí spojujeme, mění právě pod vlivem tržní logiky, která je začíná spoluutvářet. Jak se pod vlivem těchto změn proměňuje naše jednání a emocionální prožívání je hlavním předmětem předkládané práce. Na jednom konkrétním příkladu se tak snažím o zachycení a demonstraci obecnějších změn, kterými dnešní společnost prochází. Zároveň by Tato práce by měla zároveň posloužit jako uvedení do problematiky sociologie a managementu emocí, jelikož toto téma nahlížím právě touto optikou. Představení sociologie emocí v rámci své práce považuji za o to důležitější, že navzdory skutečnosti, že v rámci zahraniční sociologie je sociologie emocí v současnosti velice moderním směrem, v českém prostředí zatím není příliš rozšířena.

V první části práce představím sociologii emocí jakožto samostatnou a svébytnou subdisciplínu sociologie, která se přes své relativní mládí v poslední době ukazuje jako velice perspektivní obor přinášející poznatky významně přispívající k lepšímu pochopení společenských změn. Nejprve se budu zabývat podstatou emocí jako takových, jejich utváření a působení na člověka z pohledu nejen sociologie, ale i dalších věd, které mají k tomuto tématu co říci. Následně se pokusím nastínit vývoj konceptualizace emocí v rámci tradiční sociologie, jež, ač zůstala skryta pod povrchem klasických teorií, které se zabývaly spíše procesy racionalizace a individualizace, tedy nadindividuálními procesy, jež souvisely s přechodem od tradiční společnosti ke společnosti moderní, se dá zpozorovat u všech myslitelů, kteří jsou dnes konsensuálně řazeni do kánonu klasické sociologie. Na závěr první části představím stěžejní důvody, proč byly v minulosti emoce ze sociologie vytlačovány jako nevhodné téma pro analýzu a poté osvětlím, které společenské změny následně přispěly k tomu, že sociologové začali svou pozornost k emocím obracet a začali je nově vnímat jako kategorii hodnou zkoumání.

Na úvod další části představím koncept emoční práce či emočního managementu a emočních pravidel, které do sociologie zavedla americká socioložka Arlie Hochschild. Tyto pojmy ukazují na důležitou skutečnost, že naše emoce nejsou pouze něčím, co cítíme nebo prožíváme, ale že je vědomě

i nevědomě přetváříme, a to na základě vodítek, které nám poskytuje naše sociální prostředí, instituce a kultura. V důsledku přechodu od industriální společnosti ke společnosti postindustriální, která je charakteristická rozrůstáním servisního sektoru a jeho přebíráním dominantní role v rámci ekonomiky, pak narůstá počet pracovníků, kteří musí ve svém zaměstnání komunikovat se zákazníkem a v důsledku toho do své práce zapojovat i emoce. Pravidla regulující emoční směnu mezi lidmi se tak často proměňují podle požadavků zaměstnavatelů a firem a zaměstnanci jsou nuceni využívat emoční práci, tedy vědomě přetvářet vlastní emoce, aby těmto nárokům vyhověli. Co všechno tyto změny mohou znamenat pro jedince, jeho emoční prožívání a vztah k jeho identitě, jeho vnitřnímu já, je hlavním předmětem druhé části diplomové práce.

V závěrečné části práce se zabývám fenoménem „nových služeb“. Tímto pojmem označuji nově vznikající služby, které nabízejí komerční náhradu za aktivity a činnosti, jež byly v minulosti neodmyslitelně spjaty se sférou intimního života. Vznik a rozšiřování těchto služeb považuji za ukazatel trendu, který by se dal nazvat komodifikací či komercializací intimního života, kdy stále větší prostor této osobní sféry ovládají tržní mechanismy a věci a činnosti, které dříve byly osobní záležitostí, se pro nás stávají něčím, co si jednoduše můžeme koupit nebo si najmout někoho, kdo je vykoná za nás. Zabývám se otázkou, jak se tato propustnost mezi sférou trhu a intimního života odráží na našem vnímání, cítění a jednání. Na příkladu několika těchto služeb nastiňuji způsob, jakým dochází k určitému odosobnění a jak se náš vztah k vlastnímu osobnímu životu a jeho významu stává zprostředkovaným právě skrze tyto služby a ty, kteří je vykonávají. V úplném závěru pak zkoumám, jestli existují a jak případně fungují protichůdné mechanismy, které mají při překročení určité hranice v rámci komodifikace tendenci navázat jedince zpět na jeho „žitý svět“, jeho self, tedy ho opětovně dekomodifikovat.

Předkládaná práce je prací teoretickou, založenou na studiu odborné literatury. V českém prostředí se tímto tématem doposud nikdo nezabýval, proto jsem vycházela téměř výhradně z cizojazyčných zdrojů. Úvodní část

práce, která má sloužit jako uvedení do sociologie emocí, představuje kompilaci stěžejních poznatků o emocích a jejich konceptualizaci v dílech nejvýznamnějších myslitelů klasické sociologie. Ve zbytku své diplomové práce jsem poznatky načerpané z různých zdrojů použila pro výstavbu a podporu své vlastní argumentace týkající se ústředního řešeného problému. Má práce si neklade nároky na definitivní zodpovězení otázek týkající se tohoto tématu. Vzhledem k jeho novosti by mělo jít spíše o jakési nastínění témat, jež jsou pro tuto oblast významná, a naznačení směru, kterým by se mohlo ubírat další uvažování o něm.



# 1. Sociologie emocí

Mohlo by se zdát zvláštní, že subdisciplína sociologie zabývající se studiem emocí má sama problém definovat předmět svého zájmu. Emoce však fungují na tolika úrovních reality – biologické, neurologické, behaviorální, kulturní, strukturální a situční – že konkrétní definice vždy vychází ze skutečnosti, které aspekty jsou pro konkrétního výzkumníka či teoretika relevantní.<sup>4</sup> Tento problém je ještě závažnější pro vědu jakou je sociologie, která se ze své podstaty pokouší o zachycení širších souvislostí a nezabývá se pouze individuálními procesy a aspekty emocí, ale snaží se je zasadit do kontextu společnosti a kultury a zkoumat, jak tyto nadindividuální společenské struktury ovlivňují vznik a působení emocí na jednotlivce. Dalo by se tedy říci, že existuje tolik definic toho, co jsou to emoce, kolik existuje přístupů k jejich zkoumání a že k jedné jediné, universální definici emocí by bylo velmi těžké dojít.

## 1.1 Sociologie emocí jako interdisciplinární přístup

Jelikož se sociologie zabývá tím, jak lidé konstruují kulturu a sociální systémy, není příliš překvapivé, že i zkoumání emocí z hlediska sociologie je doprovázeno diskuzí na téma, nakolik jsou emoce sociokulturními produkty, do jaké míry jsou sociálně konstruovány. Nejsilnější verze sociálního konstruktivismu<sup>5</sup> tvrdí, že biologické základy a fyziologické projevy emocí jsou natolik nejasné a nespécifické, že všechny emoce jsou sociálně

---

<sup>4</sup> Jonathan H. TURNER, „The Sociology of Emotions: Basic Theoretical Arguments.“ *Emotion Review*, roč. 1, 2009, č. 4, s. 341.

<sup>5</sup> Claire ARMON-JONES, „The social functions of emotion.“ In: HARRÉ, R. (ed.), *The social construction of emotions*. Oxford: Basil Blackwell 1986, s. 57–82; James R. AVERILL, „A constructivist view of emotion.“ In: PLUTCHIK, R. – KELLERMAN, H. (eds.), *Emotion: Theory, research and experience, vol. 1*. New York: Academic Press 1980, s. 305–339; Steven L. GORDON, „Social structural effects on emotions.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 145–179; Rom HARRÉ, (ed.), *The social construction of emotions*. Oxford: Basil Blackwell 1986.

konstruovány a emoce jako taková neexistuje do té chvíle, kdy ji jedinec pojmenuje jako konkrétní cit, náladu nebo pocit. Skrze proces socializace se členové společnosti učí „slovníku emocí“, který jim následně umožňuje označovat niterné pocity spojené s událostmi a objekty, s nimiž se setkávají, konkrétními názvy. Tyto slovníky se vyvíjejí v rámci společností, mohou se proměňovat v průběhu času a lišit se jak mezi jednotlivými kulturami, tak i mezi subkulturami jednotlivých společností. V průběhu socializace se jedinec neučí pouze jednotlivé lingvistické výrazy, ale také způsoby vyjadřování emocí prostřednictvím chování i spontánních reakcí a sdílené významy jednotlivých emocí spojených s různými typy společenských vztahů.<sup>6</sup> Méně radikální verze sociálního konstruktivismu sice zdůrazňuje existenci ideologií, norem, pojmenování a dalších symbolů v rámci kultury, které určují, co by měl jedinec v konkrétních sociálních situacích cítit a jak by měl tyto emoce vyjadřovat, uznává ale, že emoce mají nějaký biologicky daný základ i univerzálnost některých emocí a dokonce i některých jejich projevů.<sup>7</sup> Kulturní omezení vztahující se k pocítování emocí i jejich projevům však zůstávají v centru jejího zájmu.

Přesto, že by dnes asi nikdo netvrdil, že emoce a jejich projevy nejsou kulturou ovlivněny, sociální konstruktivismus opomíjí dvě důležité skutečnosti. První z nich je fakt, že i kdyby byly pojmenování a vyjadřování emocí odkázány plně na kulturní normy a symboly, aktivace, prožívání i projevy emocí jsou těsně spojeny s tělem a jeho fyziologickými vlastnostmi

---

<sup>6</sup> Jonathan H. TURNER – Jan E. STETS, *The Sociology of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press 2005, s. 2–3. Autoři odkazují na dílo Stevena Gordona, který jako příklady uvádí žárlivost jakožto reprezentaci narušení intimního vztahu další osobou či zármutek jako výraz ztráty významného druhého. Viz GORDON, „Social structural effects on emotions.“

<sup>7</sup> Viz Candace CLARK, „Emotions and micropolitics in everyday life.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 305–335; Peggy A. THOITS, „Emotional deviance: Research Agendas.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 180–203; Arlie R. HOCHSCHILD, „Emotion work, feeling rules, and social structure.“ *American Journal of Sociology*, roč. 85, 1979, č. 3, s. 551–575.

a funkcemi.<sup>8</sup> Tento argument navíc podporuje skutečnost, že lidé se občas dostávají do situací, kdy „se neudrží“, přestanou se kontrolovat a jejich emoce tak překročí hranici vymezenou společenskými normami. Druhým faktem oslabujícím přísně sociálně-konstruktivistický pohled na emoce je to, že existuje mnoho důkazů o tom, že několik základních emocí i jejich vyjádřování je univerzální napříč kulturami, což odkazuje k jejich biologickému základu, jenž se vyvíjel v průběhu evoluce.<sup>9</sup>

Důvodem velkého množství sociálně-konstruktivistických konceptualizací otázky lidských emocí je jistě i skutečnost, že většina sociologů má tendenci odmítat vysvětlení sociálních procesů skrze biologické vlivy a každou takovou snahu považovat za sklon k redukcionismu. Jak už ale bylo řečeno výše, v případě emocí je nezbytné biologické vlivy uznat jako důležitou součást klíče k lepšímu pochopení toho, jak emoce sociální život ovlivňují.

Pokud bychom se tedy měli dívat na problematiku emocí i z biologického hlediska, je třeba začít u lidského mozku, kde emoce vznikají. Pro tuto potřebu by se dal lidský mozek rozdělit na dvě části – neokortikální a subkortikální, přičemž subkortikální část je uložena hlouběji a je vývojově starší, zatímco neokortikální část ji obklopuje a u lidí je v porovnání s jinými savci také mnohem větší.<sup>10</sup> V subkortikální části emoce vznikají působením hormonálních a muskuloskeletálních systémů a vzniklé podněty jsou pak nervovými drahami přenášeny do neokortexu. Teprve ve chvíli, kdy

---

<sup>8</sup> Viz Jonathan H. TURNER, *On the origins of human emotions: A sociological theory of interpersonal behavior*. Standord: Standford Univeristy Press 2000; William M. WENTWORTH – Darrell YARDLY, „Deep sociality: A bioevolutionary perspective on the sociology of human emotions.“ In: WENTWORTH, W. M. – RYAN, J. (eds.), *Social perspective on emotion*. Greenwich: JAI Press 1994, s. 21–55.

<sup>9</sup> Asi nejznámější prací v tomto směru je Ekmanova srovnávací analýza výrazů tváře u různých kultur, na jejichž základě vytvořil seznam sedmi základních emocí, jejichž vyjádření je univerzální bez ohledu na věk, rasu, pohlaví, vzdělání i kulturu. Viz Paul EKMAN, *Darwin and facial expressions*. New York: Academic Press 1973; Paul EKMAN – Wallace V. FRIESEN, *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Oxford: Prentice-Hall 1975.

<sup>10</sup> Tento popis lidského mozku i toho, co se v něm při vzniku emocí odehrává, je samozřejmě velmi zjednodušený a z hlediska neurologie naprosto nedostačující. Smyslem této části práce ale je tyto procesy spíše nastínit a dát je do kontextu úvah ostatních věd (především sociologie) a bylo by tedy zbytečné zabíhat do přílišných podrobností.

je emocionální vzruch dopraven do neokortexu, si naše emoce uvědomíme. Proto naše reakce někdy předchází plnému uvědomění si toho, co v danou chvíli cítíme a také okamžiku, kdy jsme schopni emoci pomocí kulturních symbolů pojmenovat. Pro některé emoce se v subkortikální části nacházejí konkrétní místa, kde se tyto emoce aktivují, a velká část emocionálních vzruchů vznikající v subkortikální části je následně vedena do té části neokortexu, která je zodpovědná za racionální myšlení, plánování a také kontrolu emocí. Schopnost produkovat emoce je pevně uložena v mozku a nelze ji tedy vysvětlit pouze za pomoci socializace a omezujícího působení sociálních struktur. „(...) emoce jsou generovány vzájemným působením neokortexu, kde je ukotvena kultura a jazyk, a satrších subkortikálních oblastí mozku, kde jsou emoce původně vytvářeny. (...) Oblasti mozku produkující emoce se vytvořily dlouho předtím, než se u zvířat vyvinul viditelný neokortex, nemluvě o neokortexu disponujícím schopností vytvářet kulturu. Zdá se tedy velmi nepravděpodobné, že by kultura mohla tak snadno nahradit biologické struktury, které se u savců vyvíjeli několik milionů let.“<sup>11</sup> Sociálně konstruktivistický přístup se zdá být ve světle těchto zjištění příliš jednostranný. Emoce jsou důsledkem složitého propojení všech těchto vlivů a pro pochopení jejich fungování je tedy nezbytné brát v potaz všechny faktory.

Přesto, že v rámci sociologie neexistuje žádná jednoznačná definice emocí, většina sociologů se shoduje na tom, že emoce zahrnují několik elementů: fyziologické změny pocitů způsobené aktivací tělesných systémů; sociálně konstruované kulturní definice a vodítka pro to, jaké emoce by měl jedinec v dané chvíli pociťovat a jak je vyjadřovat; aplikace kulturních pojmenování; vnější fyzické projevy za pomoci gest, hlasu, obličejových výrazů a procesy reflexe a hodnocení podnětů daných situací.<sup>12</sup> Lidé zastávají určité pozice v sociální struktuře, v jejichž rámci předvádějí role určené kulturními scénáři. Toto zapojení do společenského života jim umožňuje jejich kognitivní

---

<sup>11</sup> TURNER – STETS, *The Sociology of Emotions*, s. 7.

<sup>12</sup> Peggy A. THOITS, „The Sociology of Emotions.“ *Annual Review of Sociology*, roč. 15, 1989, č. 1, s. 318; TURNER – STETS, *The Sociology of Emotions*, s. 9

schopnost vnímat a hodnotit situace, ve kterých se nacházejí, hodnotit sebe samotné, druhé i své vlastní fyziologické reakce. Emoce jsou podníceny aktivací tělesných systémů a tyto podněty často plynou z kognitivního hodnocení self ve vztahu k druhým, k sociální struktuře nebo kultuře. Aktivované emoce jsou pak dále působením kultury a sociální struktury do určité míry omezovány. Je tedy jasné, že žádný z jednotlivých elementů není sám o sobě zodpovědný za to, jak emoce vznikají a jak jsou prožívány. Sociologie je disciplínou, která by se měla snažit propojit všechny tyto elementy, a být tak schopná poskytnout komplexní a integrující obraz utváření a působení lidských emocí. Žádná ze současných sociologických teorií emocí však zatím nepojímá dostatečně všechny zmíněné elementy. Během nedlouhého fungování sociologie emocí jakožto samostatné subdisciplíny v rámci sociologie byl však učiněn velký pokrok a je tedy možné doufat, že se v budoucnu podaří takovou teorii vybudovat.<sup>13</sup>

## 1.2 Utajená historie sociologie emocí

Sociologie emocí jakožto samostatná disciplína je zatím velmi mladá. Její vznik by se dal zařadit do poloviny 70. let 20. století, kdy se začaly objevovat první práce, jejichž autoři si za své hlavní téma zvolili právě emoce. Podle amerického sociologa Theodora Kempera, který je sám považován za jednoho z jejích zakladatelů, pak „na počátku 80. let byla sociologie emocí připravena na svůj vývojový vzlet,<sup>14</sup> který se v následujících letech projevil v zájmu dalších sociologů o tuto nově vznikající subdisciplínu a narůstajícím

---

<sup>13</sup> TURNER – STETS, *The Sociology of Emotions*, s. 9–10. Názor na vybudování jedné všeobecné a zastřešující teorie emocí není všeobecně přijímán a u jednotlivých teoretiků se samozřejmě liší. Například podle Barbaleta „to, co je v rámci sociologie potřeba, není další obecná teorie emocí, ale hlubší porozumění jednotlivým emocím, především těch, které jsou pro sociální procesy centrální.“ Jack BARBALET (ed.), *Emotions and Sociology*. Oxford, Malden: Blackwell Publishing 2002, s. 2.

<sup>14</sup> Theodor D. KEMPER, „Themes and Variations in the Sociology of Emotions.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 4.

množstvím publikací, jež považují emoce a jejich působení za hlavní předmět svého zkoumání. Za nejvýznamnější by se z této doby daly považovat práce Hochschild *The Managed Heart* (1983) a *The Second Shift* (1990), Denzinovo *On Understanding Emotion* (1984), Franksova a McCarthyho *The Sociology of Emotions* (1989), Kemperovy *Research Agendas in the Sociology of Emotions* (1990) a z pozdějších Finemanovy *Emotion in Organizations* (1993), Jamesové a Gabeovo *Health and the Sociology of Emotions* (1996), Bendelowy and Williamsovy *Emotions in Social Life* (1998) a Barbaletovy *Emotion, Social Theory and Social Structure* (1998).<sup>15</sup> Tento zájem nakonec vyústil i v její institucionální ustavení, když byla v roce 1986 založena sekce pro sociologii emocí v rámci Americké sociologické asociace. Přestože byl od jejího vzniku učiněn velký pokrok, je podle sociologů zabývajících se touto subdisciplínou třeba ještě hodně úsilí, aby došlo k nápravě tradičního zanedbávání emocí charakteristického pro celý předchozí vývoj sociologie.

Jednu z hlavních příčin tohoto vytlačování emocí z centra pozornosti většiny dřívějších sociologických úvah jsou samotné podmínky, za nichž sociologie jakožto věda vznikla a které také určovaly její primární zájem. Sociologie vznikala a vyvíjela se na pozadí průmyslové revoluce a radikálních společenských změn, které směřovaly k racionalizaci a odkouzlení tradiční společnosti, kdy se začal prosazovat individualismus. Lidé se stali nezávislími na tradičních pospolitostech, které svým členům poskytovaly emocionální zázemí, a ty byly nahrazeny více veřejnými, racionálními a instrumentálními

---

<sup>15</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press 1983; Arlie R. HOCHSCHILD (with Anne MACHUNG), *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. London: Piatkus 1990; DENZIN, *On Understanding Emotions*; David D. FRANKS – E. Doyle McARTHUR (eds.), *The Sociology of Emotions: Original Essays and Research Papers*. Greenwich: JAI Press 1989; Theodor D. KEMPER, (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990; Stephen FINEMAN, *Emotion in Organizations*. London: Sage 1993; Veronica JAMES – Jonathan GABE (eds.), *Health and the Sociology of Emotions*. Oxford: Blackwell 1996; Gillian BENDELOW – Simon J. WILLIAMS (eds.), *Emotions in Social Life: Critical Themes and Contemporary Issues*. London: Routledge 1998; Jack BARBALET, *Emotion, Social Theory and Social Structure. A Macrosociological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press 1998 podle Simon J. WILLIAMS, *Emotion and Social Theory: Corporeal Reflections on the (Ir)Rational*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications 2001, s. 2.

institucemi moderní společnosti. Jelikož se sociologie soustředila právě na tyto procesy, není nijak překvapivé, že emoce, podvědomě spojené spíše s tradiční společností, zůstaly na okraji jejího zájmu. Současní sociologové emocí však upozorňují na skutečnost, že i přes absenci explicitní konceptualizace v rámci tradiční sociologie jsou emoce natolik centrální kategorií, že se v určité „utajené“ podobě dají nalézt i v klasických textech, a přesto, že není možné mluvit o nějakém přesně vymezeném kánonu sociologie emocí, v nesystematické podobě se emocemi zabývali všichni významní myslitelé, kteří jsou dnes konsensuálně do kánonu klasické sociologie řazeni.

I když se současné pokusy o systematizaci raných sociologických tematizací problému emocí pokoušejí prokázat kontinuitu specifických přístupů, je na první pohled zřejmé, že centrálním zájmem sociologických klasiků bylo především téma racionalizace a modernizace, tedy procesů, které emocionální a afektivní způsoby jednání v rámci svých nároků spíše odsouvaly do pozadí nebo je z nich přímo vytěsňovaly. Velice dobře je to vidět kupříkladu na práci Maxe Webera, který mezi svými typy jednání jmenoval také jednání afektivní, nicméně analytickou přednost zcela evidentně dával svým racionálním typům jednání (účelově racionálnímu a hodnotově racionálnímu), protože zbylé dva typy, tedy afektivní a tradiční jednání, jsou sociologickým přístupem, který on sám propagoval, v zásadě nezkoumatelné. Jeho přístup také velice dobře a sebereflexivně odkrývá základní dilema jakéhokoliv způsobu práce s emocemi a emocionálním jednáním a problematičnost jeho jednoznačného oddělení od racionálních způsobů jednání v jiné než analytické rovině, neboť, jak říká, „reálné jednání probíhá ve většině případů v nejasném povědomí nebo nevědomí svého „míněného smyslu“. Spíše než aby o něm věděl nebo „si ho ujasnil“, „cítí“ ho jednající neurčitě, ve většině případů jedná pudově anebo ze zvyku... Skutečně efektivní, tzn. úplně vědomé a jasné, svým smyslem určené, jednání je v realitě vždy jen mezním případem.“<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Max WEBER, *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: Oikoymenth 1998, s. 153.

Většina současných sociologů se shoduje na tom, že celá Weberova analýza kapitalismu je postavena na skutečnosti, že je kapitalismus založen na hluboce zakořeněných náboženských a emocionálních postojích. Pro sociology zabývající se emocemi je však problematické, že to podle Webera platí pouze pro období vzniku kapitalismu, protože poté, co se kapitalismus stane hlavní silou ovládající moderní společnost, není podle něj již těchto emocionálních postojů a náboženských motivů třeba. Naopak, pro emoce a pocity zde již nezbývá místo, emocionalitu je nutno ovládat a kontrolovat a pokud možno ji udržet v soukromé sféře individuálního života. Jak sám tvrdí, čím více kapitalismus postupně prorůstá do byrokratických struktur moderní společnosti, tím více se dehumanizuje a tím více „se mu daří z úředních záležitostí vyřadit lásku, nenávisť a všechny čistě osobní, iracionální a emocionální záležitosti, které unikají čisté kalkulaci.“<sup>17</sup> Emoce jsou tedy sice nezbytné pro vznik kapitalismu, pro jeho další vývoj jsou ale nežádoucí a jsou tudíž racionálním principem modernity vytlačovány. Dalšími oblastmi, v nichž Weber přisuzoval emocím a iracionální významnou roli, jsou jeho analýzy charismatu a vojenské disciplíny. Charismatický vůdce podle Webera následuje cíle svého poslání a ctí povinnost vůči těm, kterým svou misi zasvětil, s naprostou a vášnivou oddaností, usilování o naplnění jeho poslání je pro něj bez ohledu na okolnosti to nejpodstatnější. A jelikož tím nesleduje žádný vykalkulovaný zisk, staví jeho jednání Weber ve své teorii do protikladu k veškerému racionálně ekonomickému jednání. Emoce jsou pak podle něj významné i jako prostředky využívané pro nastolení vojenské disciplíny. Avšak i zde Weber poukazuje na provázanost emocí s racionalitou, když tvrdí, že „sociologicky rozhodujícím bodem však je, že (...) vše a obzvláště tyto ‚nepředvídatelné‘ a iracionální emocionální faktory jsou racionálně promyšlené“ a že „oddanost je ve své účelovosti (...) objektivního charakteru, (...) tedy oddaností společnému účelu, racionálně plánovanému

---

<sup>17</sup> Max WEBER, *From Max Weber: Essays in Sociology* (translated and edited by H.H. Gerth and C. Wright Mills). New York: Oxford University Press 1948, s. 216.



úspěchu.<sup>18</sup> Tento pohled by se dal možná uplatnit i na počínání charismatického vůdce.

Jak je vidět, emoce se v práci Webera objevují v různých kontextech, což znesnadňuje jednoznačné určení toho, jakou roli jim vlastně přisuzoval. V důsledku toho se v pracích současných sociologů emocí objevují různé názory na to, jakou roli Weber v „utajené“ historii sociologie emocí vlastně sehrál. Podle Scheffa a Hochschild<sup>19</sup> například Weber naprosto podcenil význam emocí pro vnitřní fungování sociální struktury. Také Barbalet<sup>20</sup> řadí Webera mezi myslitele, kvůli kterým byly emoce po dlouhou dobu vyřazovány z centra pozornosti sociologického zájmu. Poukazuje však i na to, a na mnoha příkladech to také dokládá, že Weber správně uznává význam emocí v určování cílů a formování orientací a motivací jednání, nicméně svým neadekvátním označením emocí jakožto postojů se vyhýbá tomu, aby uznal, že i emoce mohou být tím, co definuje cíle, jež se mohou stát účelem racionálního jednání. Emoce jsou tedy z důvodu nepřiměřeného označení u Webera opět racionálním jednáním odsouvány do pozadí.

Zřejmá preference racionality ovšem neznamenal, že by si otcové zakladatelé nebyli vědomi toho, že i ty nejčistší typy racionálního jednání jsou, stejně jako v případě hodnot, nasyceny také emocemi. Zřejmě nejpřesvědčivější vyznavač vědeckého konceptu sociologie, Auguste Comte, pro kterého existoval jediný možný cíl – vědecké, a pokud možno také univerzální a objektivní vysvětlení, viděl v pozitivismu, který pro tento účel vybudoval, nejen nástroj k získání vědecky relevantních dat, ale také možnost posílení morálního obsahu společnosti, která kromě schopností intelektuálních zahrnuje i emoční schopnosti jejích členů. Celý vývoj společnosti podle Comta směřuje k vytvoření pozitivistické společnosti, která

---

<sup>18</sup> WEBER, *From Max Weber: Essays in Sociology*, s. 254.

<sup>19</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, „The Sociology of Feeling and Emotion: Selected Possibilities.“ *Sociological Inquiry*, roč. 45, 1975, č. 2–3, s. 284–285 a Thomas J. SCHEFF, *Catharsis in Healing, Rituals and Drama*. Berkley and Los Angeles: University of California Press 1979, s. 5 podle Norman K. DENZIN, *On Understanding Emotions*. New Brunswick: Transaction Publishers 2007, s. 34.

<sup>20</sup> BARBALET, *Emotion, social theory and social structure*, s. 37–38.

nejen otevírá možnost poznávání založeného přísně na vědeckých základech, ale umožní i vznik sofistického „náboženství humanity“, jež má schopnost v jednotlivcích stimulovat emoce, které je vážou ke společnosti smyslem pro jednotu zahrnující minulé a současné generace a které naplňují jejich potřebu milovat něco více než jen sami sebe.<sup>21</sup> Comtovo pojetí emocí úzce souvisí i s jeho pohledem na lidskou povahu, která se podle něj skládá ze dvou složek – srdce a mysli, přičemž je to mnohem spíše srdce (a tedy emoce) než mysl nebo inteligence, které vysílá impulsy k jednání. „Cit je motorem, který inspiruje naše jednání, zatímco inteligence toto jednání řídí a kontroluje. Vývoj spěje k růstu inteligence a každé zvýšení inteligence znamená nárůst altruismu a sociability,“ [jelikož] „dějiny lidské afektivity jsou [...] dějinami postupného rozvoje altruistických dispozic.“<sup>22</sup>

Celé toto pojetí postupného nárůstu pozitivních emocí, které jednotlivce čím dál tím intenzivněji svazuje k sobě do jedné společnosti, pro Comta řeší otázku sociální soudržnosti a řádu. Už na takto raných úvahách tedy můžeme pozorovat, že emoce nehrají pouze subjektivní roli pro jednotlivce, ale mohou také poskytovat prostředek k řešení makrosociologických otázek takového významu, jako je problém společenského řádu. Z podobného úhlu pohledu se na emoce díval i další ze sociologických klasiků, Émile Durkheim. Ač by se na první pohled mohlo zdát, že práce sociologa, podle kterého by se sociologie měla soustředit na studium sociálních faktů nezávislých na svých konkrétních a individuálních manifestacích, aby byla schopna splňovat nároky na exaktnost a objektivnost již ustavených přírodních věd, nemůže poskytovat mnoho vodítek pro porozumění osobní interakci a sociologii emocí, je to ze sociologických klasiků právě Durkheim, na jehož myšlenky dnešní teoretici často explicitně odkazují a navazují ve svých úvahách.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Chris SHILLING, „The two traditions in the sociology of emotions.“ In: BARBALET, J. (ed.), *Emotions and Sociology*. Oxford, Malden: Blackwell Publishing 2002, s. 17.

<sup>22</sup> Jan KELLER, *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství 2004, s. 75–76.

<sup>23</sup> TURNER – STETS, *The Sociology of Emotions*, Chapter 3 – Ritual theorizing on emotions, s. 69–99.

Pro Durkheima bylo ústřední otázkou to, jak vzniká společnost. Ta sice nemůže existovat bez jedinců, ze kterých se skládá, ale pokud nemají jednotlivci strávit celý život v osamění nebo jen v malých skupinkách, musí se jich shromáždit dostatečně velký počet na to, aby mohli propojení v kolektivní jednotě prožít i emocionálně.<sup>24</sup> V tomto ohledu hraje podle Durkheima ústřední roli prožitek silného kolektivního emocionálního vybuzení, které způsobuje změny v individuálním emocionálním prožívání a ve vnímání sociálního světa. Tento stav vzniká při provádění kolektivních rituálů a je vyjádřen sdílenými způsoby zdobení těla, gestikulace a jednání, které napomáhají jeho šíření.<sup>25</sup> Zážitek takto silného emocionálního nabuzení dává jednotlivcům pocit, že nad nimi existuje nějaká vnější síla, kterou pak symbolizují v podobě totemů a jiných posvátných předmětů. Od chvíle, kdy jsou tyto předměty přijaty jako posvátné, mají rituály, které je oslavují, schopnost vzbuzovat v jednotlivcích silné emoce, čímž poslují jejich víru v nadpřirozený svět. Výsledkem těchto procesů je pak ustavení symbolického řádu, tedy kolektivních reprezentací symbolů, mýtů a idejí, které si jedinci se společností spojují a které se pro ně stávají jedním ze základních zdrojů identity a chápání okolního světa. Ty také umožňují, aby se skupina stala vědomou sama sebe jakožto morální komunity, poutá jedince k sobě a strukturuje jejich vnitřní životy právě kolem těchto kolektivních symbolů. Jelikož jsou tyto symboly reprezentací posvátného, mají kromě schopnosti silně emocionálně působit na jedince také sílu motivovat jedince k jednání v souladu s morálními normami symbolického řádu. Proto podle Durkheima nemůže žádná společnost existovat bez smyslu pro posvátné. Oslavováním posvátného v podobě rituálů však domorodci podle Durkheima oslavují pouze sami sebe a vlastní společnost, protože síla přisuzovaná bohům a manifestující se v podobě emocionálního nabuzení při provádění rituálů není ve skutečnosti ničím jiným než silou vyvěrající právě z jejich vlastního setkávání a interakce. Původ náboženství a také nejzákladnější formy sociální

---

<sup>24</sup> Gene A. FISHER – Kyum K. CHON, „Durkheim and the Social Construction of Emotions.“ *Social Psychology Quarterly*, roč. 52, 1989, č. 1, s. 2.

<sup>25</sup> SHILLING, „The two traditions in the sociology of emotions,“ s. 18.

solidarity tedy vycházejí z interakce jedinců a zintenzivněného prožitku emocí, který je vyjádřen jako síla nadpřirozeného.<sup>26</sup> Emoce vznikající v průběhu rituálů jsou tedy podle Durkheima pro vznik i udržení společnosti naprosto nezbytné.

Durkheimův odkaz pak vstupuje do sociologie emocí především prostřednictvím práce Ervinga Goffmana, podle nějž mají všechna setkání a vzájemná interakce jedinců charakter rituálu, který ovlivňuje cirkulaci emocí v rámci daného setkání a slouží k opětovnému potvrzení morálních hodnot společnosti. Na individuální úrovni se pak v průběhu těchto „každodenních rituálů“ jednotlivci snaží udržet či posílit svůj status předváděním sebe sama v co nejlepším světle. Tyto dva aspekty Goffmanových úvah, které však mají svůj základ právě v Durkheimově pojetí významu a působení rituálů, inspirovaly dva odlišné teoretické proudy v rámci sociologie emocí. Prvním z nich jsou rituální teorie, zaměřující se především na roli emocí při vytváření skupinové solidarity, druhým pak dramaturgické a kulturní teorie, jež se soustředí především na působení kulturních pravidel týkajících se emocionálního prožívání a vyjadřování.<sup>27</sup>

Přesto, že se u všech klasiků sociologie dají nalézt jisté odkazy k problematice emocí, ani pro jednoho z výše jmenovaných sociologů nebyly centrální, v rámci jejich teoretických koncepcí hrály spíše vedlejší roli a rozhodně nebyly uvažovány samostatně jako kategorie zasluhující si jejich vědecké soustředění. Proto fakt, že Georg Simmel obrátil svou analytickou pozornost právě k tomuto tématu, byl ve své době skutečnou výjimkou. Pokud totiž byly emoce v této době vůbec systematicky vědecky pojímány, dělo se tak ještě možná na poli psychologie, ale rozhodně ne v sociologii. Pro Simmela se však od sebe sociologie a psychologie nelišily ve svém předmětu zájmu, ale způsobem a metodami zkoumání, a proto má i v sociologii emoce smysl zkoumat, jen je třeba zvolit odlišnou metodu. Ze sociologické perspektivy by se tedy podle něj měla analýza zaměřit na zkoumání emocí v kontextu jejich vzájemného působení mezi individui.

---

<sup>26</sup> TURNER – STETS, *The Sociology of Emotions*, s. 72.

<sup>27</sup> *Ibid.*, s. 99.

Podle Simmela se dají odlišit dva aspekty emocionální sféry. Emoce jsou na jedné straně samy o sobě formou vytváření interakcí, na druhou stranu jsou ale také výsledkem těchto interakcí v podobě psychických účinků, které prožitek těchto interakcí na jedince má.<sup>28</sup> V prvním případě mluví o emocích primárních, ve druhém pak o emocích sekundárních. Primárními emocemi jsou ty, které sociální interakci podněcují, které jedince směřují vůči sobě navzájem, erotické, náboženské či agresivní impulsy.<sup>29</sup> Primární emoce jsou zásadní pro utváření sociální reality, protože na základě těchto emocionálních dispozic jedinci pocítují vzájemnou blízkost a vstupují spolu do interakce. Mezi sekundární emoce, které také považuje za emoce sociální, řadí Simmel například vděčnost, stud či lojalitu. Tyto emoce vytvářejí mezi jedinci pevné sociální vazby a zajišťují stabilitu a pokračování interakcí v budoucnu.<sup>30</sup> Sociální emoce poskytují základy pro rozvoj osobnosti jednotlivců, jelikož mezi nimi vytvářejí stabilní vztahy, které odolávají chvilkovým a pomíjivým impulsům.

Stejně jako ostatní sociologové, i Simmel pojímá moderní dobu jako období racionalizace a s ní souvisejících radikálních změn, a to i co se emocionálního života jednotlivců týká. V této souvislosti poukazuje především na slábnoucí vliv emocí způsobený nástupem peněžní ekonomiky a životem v moderním velkoměstě. Na rozdíl od života na venkově či v malém městě, který byl spojen s emocionálně naplněnými intimními vztahy, jichž byl jedinec součástí, život v metropoli má podle Simmela intelektualistický charakter spojený s neustálými a rychlými změnami a hlavně narůstajícím množstvím smyslových podnětů, které na jedince působí. Proti této přílišné nervové stimulaci vnějším prostředím, která je pro něj vyčerpávající, si jedinec nakonec vytváří ochranný orgán v podobě blaseovaného, cynického postoje. Místo emocionálně reaguje jedinec žijící v metropoli hlavně racionálně, jelikož sféra duševních procesů je méně citlivá.

---

<sup>28</sup> Jürgen GERHARDS, „Georg Simmel’s contribution to a theory of emotions.“ *Social Science Information*, roč. 25, 1986, č. 4, s. 903.

<sup>29</sup> SHILLING, „The two traditions in the sociology of emotions,“ s. 21.

<sup>30</sup> GERHARDS, „Georg Simmel’s contribution to a theory of emotions,“ s. 903–910.

Tento stav ještě zintenzivňuje peněžní ekonomika, která redukuje kvalitu a individualitu věcí i osob na jejich čistě kvantitativní hodnotu.<sup>31</sup> Vztahy založené na emocích jsou tak nahrazeny racionálním ekonomickým egoismem. Cynismus a blaseovaný postoj poskytují jedinci ochranu před ohrožujícími vlivy modernity, ale signalizují také konflikt mezi emočními schopnostmi jedinců a moderními formami. Lidé se nemohou zapojit do rostoucího množství kulturních forem takovým způsobem, aby mohli rozvíjet svou osobnost, ale svou individualitu nejsou schopni vyjádřit ani prostřednictvím již zastaralých forem, a proto jsou odsouzeni k frustraci z nemožnosti skutečně realizovat a naplnit své životy.<sup>32</sup> I Simmel, podobně jako Weber, tedy spojuje moderní dobu s postupným převládáním racionality nad emocionalitou, a to v důsledku narůstající komplexnosti vztahů, která je způsobena rozpouštěním tradičních vazeb jednotlivců na menší skupiny, jež byly spojené s tradiční společností a životem na venkově.

Přestože Simmel v žádné ze svých prací explicitně nevyjádřil záměr vytvořit sociologii emocí a také ani jednu kapitolu ve své ‚Sociologii‘ nevěnoval analýze nějaké konkrétní emoce, můžeme v jeho práci nalézt mnoho konkrétních dokladů jeho zájmu o zkoumání emocí ze sociologického hlediska.<sup>33</sup> O to více se pak zdá zvláštní, že na Simmelův odkaz ze současných sociologů téměř nikdo explicitně nenavazuje. Asi největší zájem o rekonstrukci Simmelových myšlenek vztahujících se k sociologii emocí

---

<sup>31</sup> Georg SIMMEL, *The Metropolis and Mental Life* [online]. 1903. Dostupné z <[http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content\\_store/Sample\\_chapter/0631225137/Bridge.pdf](http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content_store/Sample_chapter/0631225137/Bridge.pdf)> [citováno 16. 11. 2011].

<sup>32</sup> SHILLING, „The two traditions in the sociology of emotions,“ s. 23.

<sup>33</sup> Brigitta NEDELMANN, „‘Psychologism‘ or Sociology of Emotions? Max Weber’s Critique of Georg Simmel’s Sociology.“ In: FRISBY, D. (ed.), *Georg Simmel: Critical Assessments, Vol. 1*. London: Routledge 1994, s. 95. Nedelmann uvádí například Simmelův Exkurs o věrnosti a vděčnosti, Fragment o lásce nebo jeho eseje o studu či diskrétnosti.

můžeme nalézt u německých sociologů, u nichž se dá předpokládat tím spíše, že se jedná o jejich vlastní národní sociologickou tradici.<sup>34</sup>

Jak se tedy ukazuje, emoce jakožto předmět sociologického zkoumání nebyly z klasické sociologie úplně vytěsněny, jejich přítomnost je však až na výjimky implicitní, dalo by se říci „utajená“. Důvodem této okrajové role, kterou emoce v rámci sociologie v jejích počátcích sehrály, bylo především její zaměření na abstraktnější sociální procesy, na jejichž pozadí sociologie vznikala. Přestože někteří autoři ukazují, že emoce mají své významné místo i v rámci makrosociologického zkoumání sociální struktury a řádu a ukazují se především jako propojující článek mezi strukturou a jednáním, převažující část teorií emocí by se dala i dnes zahrnout spíše pod mikrosociologii. Z tohoto úhlu pohledu pak není nijak překvapivé, že klasická sociologie do svého zájmu emoce příliš nezahrnovala, když, jak to vyjádřil Bryan Turner, předpokládala, že industriální společnost bude charakterizována mnohem spíše racionalizací a byrokratizací a když „otázka ontologického statusu sociálních aktérů zůstávala spíše pod povrchem, a pokud se klasičtí sociální teoretikové obrátili k těmto otázkám, definovali aktéry v pojmech jednání, které v praxi znamenalo racionální volbu cílů v termínech užitku nebo obecných hodnot“<sup>35</sup> a které bylo pokládáno za protiklad jednání pod vlivem emocí.

Tento důraz na racionalitu, ať už jako součást procesu racionalizace moderní společnosti nebo jako převažující princip, ke kterému se váže orientace lidského jednání, byl jedním z dalších důvodů, proč byly emoce

---

<sup>34</sup> Viz například NEDELMANN, „‘Psychologism‘ or Sociology of Emotions? Max Weber’s Critique of Georg Simmel’s Sociology“; Brigitta NEDELMANN, „Strukturprinzipien der soziologischen Denkweise Georg Simmels.“ *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, roč. 32, 1980, s. 559–573; Brigitta NEDELMANN, „Georg Simmel – Emotion und Wechselwirkung in intimen Gruppen.“ In: NEIDHART, F. (ed.), *Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1983, s. 174–209; Jürgen GERHARDS, „Georg Simmel’s contribution to a theory of emotions.“ *Social Science Information*, roč. 25, 1986, č. 4, s. 901–924; Christoph URWYLER, *Georg Simmel – Über Emotionen in Liebesbeziehungen: Darstellung und Kritik*. München: GRIN Verlag GmbH 2004.

<sup>35</sup> Bryan S. TURNER, „Recent Developments in the Theory of the Body.“ In: FEATHERSTONE, M. – HEPWORTH, M. – TURNER, B. S., *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: Sage 1991, s. 7.

(nejen) ze sociologie vyřazovány jakožto nevhodná kategorie pro vědeckou analýzu. Emoce a racionalita byly v podstatě v celé historii západního myšlení považovány za dva neslučitelné protiklady, kdy emoce a afekty, pokud nebudou jedincem kontrolovány a ovládány, mohou ohrozit racionální úsudek, jenž byl pokládán za žádoucí cíl. Pohled na emoce a racionalitu jakožto protiklady nemá jen filosofické kořeny,<sup>36</sup> ale je dodnes součástí některých sociologických úvah i častým způsobem každodenního uvažování o vztahu emocí a rozumu. Jelikož bylo na emoce často pohlíženo spíše jako na afekty, které mají v jeho slabé chvíli moc člověka ovládnout, aniž by on sám byl schopen s tím mnoho dělat, byly připisovány fyziologickému fungování těla, a s tímto oddělením emocionality od racionality souvisí i tendence k oddělování těla a mysli a definování aktérů v „odtělesněných“ pojmech. Za podstatné byly považovány spíše kognitivní, vědomé a racionální než emocionální základy jednání, takže pro živoucí, emocionálně expresivní a „tělesné“ aktéry v sociologii nezbylo mnoho místa. Jak uvádí Bryan Turner v jedné z kapitol knihy *The Body*, věnující se vývoji a různým pojmáním těla a tělesnosti v rámci sociologie, „(...) tělo (...) bylo buď odsunuto do jiných disciplín (...) nebo se stalo součástí podmínek jednání, omezením daným prostředím. Tělo se tedy stalo aktérovi vnějším, a ten se zdál být, takříkajíc, [čistě racionálním] rozhodnutí činícím aktérem.“<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Původ „tradičního“ přístupu ke vztahu mezi emocemi a racionalitou jakožto vztahu dvou protikladů se často připisuje Renému Descartovi, který ve svém spisu *Vášně duše*, vydaného roku 1649, radikálně odděluje tělo od duše, a tím i emoce od racionálního myšlení, protože emoce připisuje zásadně tělu a myšlení duši. Člověk podle něj nemůže být zodpovědný za své emoce a afekty, protože ty nejsou jeho vědomou činností ale naopak něčím, co je mu způsobováno jeho tělem a co si dobrovolně nevolí. Vášně jsou pro člověka překážkou na cestě k pravdě, protože narušují jeho schopnost racionálního myšlení. Řešením těchto situací je pro Descarta snažit se škodlivé silné afekty ovládnout pomocí důvtipu a vůle, tedy prostřednictvím duše a jejích činností. Člověk by podle Descarta měl za pomoci vůle odložit rozhodnutí, k nimž ho vede afekt a směřovat k následování důvodů, jež jsou k těmto afektivním v protikladu. Viz René DESCARTES, *Vášně duše*. Praha: Mladá fronta, 2002.

<sup>37</sup> TURNER, „Recent Developments in the Theory of the Body,“ s. 9.



### 1.3 Návrat emocí zpět do sociologie

Jak je vidět, sociologové měli po dlouhou dobu sklon spíše udržovat a posilovat než kritizovat a napadat dualistické dědictví minulosti, které od sebe uměle oddělilo emocionlitu a racionalitu, tělo a mysl. Bylo tedy třeba určitého vývoje a změn, ať už v rámci sociologie jakožto vědy nebo v rámci celé společnosti, aby se zájem sociologů obrátil směrem ke všemu tělesnému, iracionálnímu a emocionálnímu, směrem, od kterého byla do té doby jejich pozornost nenustále odvracena.

Britský sociolog Simon Williams uvádí ve své knize *Emotion and Social Theory: Corporeal Reflections on the (Ir)Rational* několik faktorů, které v poslední době podpořily nárůst zájmu o emoce na akademickém poli i mimo něj, a které by se daly shrnout pod tři hlavní důvody, proč se pozornost sociologů tímto novým směrem obrací.<sup>38</sup> Prvním důvodem je výzva oslabit nebo v ideálním případě úplně odstranit dichotomii mezi emocemi a racionalitou, která je dominantní v západní myšlenkové tradici, o což se postupně zasluhují nové poznatky nejen ze sociologie, ale i dalších věd. Druhým, s prvním relativně úzce souvisejícím důvodem je pak „návrat“ těla a narůstající zájem o tělesnost napříč téměř všemi společenskovědními disciplínami. Posledním důvodem, který reflektuje spíše společenské změny než nové trendy v rámci vědeckého zkoumání, je pak rozvoj konzumní společnosti a narůstající komodifikace a komercializace téměř všech forem emocionální zkušenosti.

Jak již bylo řečeno výše, protikladný vztah emocí a racionality má v západním filosofickém myšlení dlouhou tradici, avšak, jak uvádí Barbalet, „skutečná opozice emocí a rozumu je mnohem méně udržitelná, než samotná idea této opozice.“<sup>39</sup> Proto není nijak překvapivé, že se paralelně k tomuto přístupu, i přes jeho velice silnou pozici, rozvíjely i alternativní přístupy. Ty tento vztah vidí v úplně jiném světle a snaží se poukázat na to, že obraz, který o vztahu emocí a racionality tento „tradiční“ přístup poskytuje, je

---

<sup>38</sup> WILLIAMS, *Emotion and Social Theory*, s. 11–12.

<sup>39</sup> BARBALET, *Emotion, social theory and social structure*, s. 30.

pouze částečný a že emoce mohou zastávat v rámci racionálního myšlení důležitou roli. Napříč všemi vědami se objevily přesvědčivé důkazy o tom, že emoce nejenže rozum neoslábují, ale naopak ho posilují a že rozhodování a efektivní používání rozumu jako takového se při zkoumání, třídění a výběru mezi alternativními možnostmi spoléhá právě na emocionální hodnoty a kritéria. Tento pohled zastává například kanadský filosof Ronald de Sousa, který ve své knize *The Rationality of Emotions*<sup>40</sup> oponuje typickému předsudku, že rozum a emoce jsou v přirozeně antagonistickém vztahu a že veškeré emoce představují hrozbu pro racionální myšlení. Naopak, emoce jsou podle de Sousy jedním z mechanismů, které určují významnost toho, co by bez jejich působení bylo pouhou změť nepřeborného množství objektů žádajících si naši pozornost a vyvolávajících mnoho různých způsobů interpretace, závěrů, a tudíž i možností jednání.<sup>41</sup> Stejný názor obhájí ve své knize *Descartesův omyl: emoce, rozum a lidský mozek* i portugalský neurolog Antonio Damasio, podle kterého „nedostatek jakýchkoli emocí a pocitů ničí a zrazuje racionalitu, jež nás odlišuje jako lidské bytosti a umožňuje nám rozhodovat se v zájmu naší vlastní budoucnosti, společenských konvencí a morálních principů.“<sup>42</sup> Konvenční přístup ke vztahu emocí a racionality předpokládá, že racionální aktér o svém jednání rozhoduje na základě uvažování o podmínkách situace, ve které se nachází a informací, které o ní má. Snaží se odprostit se od svých emocí, tužeb a očekávání a při rozhodování používá čistě racionální analýzu a s její pomocí porovnává náklady a výnosy potenciálního jednání. Podle Damasia je ale tato představa naprosto mylná, jelikož i v těch nejjednodušších podmínkách, kdy máme například pouze dva reálné scénáře následného jednání, se s nimi pojí tolik dalších otázek, že kdybychom opravdu měli zvážit každou, zabralo by nám jakékoli rozhodnutí ohromné množství času. To, co tento problém řeší, jsou právě emoce, které nám říkají,

---

<sup>40</sup> Ronald DE SOUSA, *The Rationality of Emotions*. Cambridge, London: MIT Press 1987.

<sup>41</sup> *Ibid.*, s. xv.

<sup>42</sup> Antonio R. DAMASIO, *Descartesův omyl: emoce, rozum a lidský mozek*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 8 (kurzíva v originále).

zda pro nás budou dané podmínky či události s větší pravděpodobností příznivé či nikoli a pomáhají nám vyhnout se budoucím ztrátám a neúspěchům. Emoce jsou tedy zásadní v tom smyslu, že naše vědomosti, a potažmo jednání, se samy nedokáží organizovat, a právě tuto organizační funkci vykonávají emoce. Rozum a racionalita potřebují být emocemi vedeny a směřovány a emoce nám v důsledku pomáhají volit mezi možnostmi, které se zdají být stejně racionální.

V oslabování tradičního způsobu nahlížení na emoce a racionalitu jako dva protipóly sehrála důležitou roli i feministická kritika. Z feministického pohledu totiž nejde pouze o zpochybnění stavění emocionálního a racionálního do opozice, ale také o oslabování dalších, s tím spojovaných dichotomií, protože racionalita byla tradičně spojována se vším kulturním, univerzálním, rozumným, veřejným a hlavně mužským, zatímco emoce byly spojovány s iracionálním, fyzickým, přírodním, soukromým, a tedy ženským. A jelikož rozum byl považován za žádoucí ideál, mužům, s ním spojovaným, automaticky patřilo i lepší postavení. Feministická kritika se tak snažila poukázat na patriarchální kořeny a maskulinní předsudky tohoto výlučně racionalistického pohledu na svět a odmítla další přehlížení role emocí s apelem, že je „třeba znovu promyslet vztah mezi věděním a emocemi a zkonstruovat konceptuální modely, které budou demonstrovat vzájemně konstitutivní spíše než opoziční vztah mezi rozumem a emocemi.“<sup>43</sup> V rámci feministické kritiky byl odmítnut pohled na emoce jakožto instinktivní a automatické reakce na události a situace, kterým pouze pasivně podléháme, a váha byla kladena na skutečnost, že to, co v dané situaci cítíme, nutně souvisí s naším vnímáním dané situace a tím, jak ji hodnotíme, a emoce pro nás tudíž mohou být cenným zdrojem informací. Ukazuje se tedy, že tradiční pohled na emoce a racionalitu jako dva vzájemně soupeřící principy je nadále neudržitelný, jelikož brání adekvátnějšímu pochopení sociální reality, do které emoce jednoznačně patří.

---

<sup>43</sup> Alison M. JAGGAR, „Love and knowledge: emotion in feminist epistemology.“ In: BORDO, S. – JAGGAR, J. M. (eds.), *Gender/Body/Knowledge: Feminist Reconstructions of Being and Knowing*. New Brunswick/London: Rutgers University Press 1989, s. 157.

Feminismus a všechny směry, které problematizují gender a sexualitu přispěly také k dalšímu důvodu, proč emoce v posledních letech získávají v rámci sociologie na významu, a tím je narůstající zájem o tělo a tělesnost, a to jak uvnitř, tak i mimo akademické prostředí. Tento trend dokazuje narůstající množství publikací na toto téma, od Turnerovy přelomové knihy *The Body and Society* (1984), přes O’Neillových *Five Bodies* (1985), třísvazkové *Fragments for a history of the human body* (1989), editované Feherem, Naddaffovou a Taziovou, Shillingovo *The Body and Social Theory* (1993) až po Falkovo *The Consuming Body* (1994).<sup>44</sup> Tito a další autoři začali svou pozornost soustředit na „skrytý“ význam, který byl tělu v rámci tradiční sociologie připisován a snažili se z těla učinit plnohodnotný a perspektivní objekt své disciplíny. Tento trend byl v podstatě nevyhnutelný a tělo a tělesnost už nebylo možno nadále vyčleňovat z pozornosti (nejen) sociologů, protože „na pozadí významných společenských, kulturních, politických a technologických změn se tělo a tělesné zkušenosti zdají být podstatně viditelnější než kdy předtím,“<sup>45</sup> jak to vyjádřili Dennis Waskul a Phillip Vannini ve své knize *Body/Embodiment: Symbolic Interaction and the sociology of the Body*. Mezi tyto změny, které formovaly nový kontext pro konceptualizaci těla v rámci sociologie, by se podle Shillinga daly zařadit „vznik ‚druhé vlny‘ feminismu; demografické změny, které zaměřily svou pozornost na potřeby starších v západních společnostech, vzestup spotřební kultury související s měnící se strukturou moderního kapitalismu a (...) ‚krize‘ naší jistoty ohledně toho, čím těla ve skutečnosti jsou.“<sup>46</sup> Tento ‚návrat‘ těla a tělesnosti zpět do sociologie

---

<sup>44</sup> Bryan S. TURNER, *The Body and Society*. Oxford: Blackwell 1984; John O’NEILL, *Five Bodies: The Human Shape of Modern Society*. Ithaca: Cornell University Press 1985; Michel FEHER – Ramona NADDAFF – Nadia TAZI, *Fragments for a history of the human body*. New York: Zone 1989; Chris SHILLING, *The Body and Social Theory*. London: Sage 1993; Pasi FALK, *The Consuming Body*. London: Sage 1994.

<sup>45</sup> Dennis D. WASKUL – Phillip VANNINI, Introduction: The Body in Symbolic Interaction [online]. 2006. Dostupné z <[http://royalroads.academia.edu/PhillipVannini/Papers/416820/Body\\_Embodiment\\_Symbolic\\_Interaction\\_and\\_the\\_Sociology\\_of\\_the\\_Body](http://royalroads.academia.edu/PhillipVannini/Papers/416820/Body_Embodiment_Symbolic_Interaction_and_the_Sociology_of_the_Body)> [citováno 22. 11. 2011], s. 1.

<sup>46</sup> SHILLING, *The Body and Social Theory*, s. 39.

s větší intenzitou opět poukazuje na jádro tradičních sociologických otázek, jako je role ‚biologického‘ v sociálním vysvětlení, které se pomalu začínaly zdát být bezpečně usazené a odsunuté do pozadí, a proto neprovokovaly k další problematizaci. V poslední době však podle Bentona<sup>47</sup> nové způsoby chápání vědy a jejího vztahu ke kultuře a nová vlivná sociální hnutí (od ekologických hnutí po hnutí za práva zvířat) apelují na nové způsoby myšlení o vztahu biologie a humanitních věd. V tomto novém kontextu začínají být konceptuální opozice jako mysl a tělo, kultura a příroda, společnost a biologie, objekt a subjekt chápány jako intelektuální překážky v cestě k utkání se s těmito novými výzvami. To, společně s narůstajícím zájmem o otázky dětství a problematiku stárnutí západních společností, posloužilo k proměně a novému začlenění těla a tělesnosti do agendy sociologického výzkumu posledních let.<sup>48</sup> V této souvislosti se pak otevírá i prostor pro to, aby se v rámci sociologie začaly objevovat i emoce, které jsou s tělem a tělesným prožitkem bezpodmínečně spojeny a které byly právě kvůli své ‚tělesnosti‘ často ze sociologických konceptualizací vyčleňovány, protože se nezdály být vhodnou kategorií, jež by mohla pomoci k pochopení a vysvětlení sociálních souvislostí a jevů.

Posledním důvodem, proč se pozornost sociologů začala v 70. letech k emocím obracet, byl rozvoj konzumní společnosti a narůstající komodifikace a komercializace téměř všech forem emocionální zkušenosti. Rozšiřování sektoru služeb a narůstající počet povolání spadající pod tuto kategorii, vyžadující od těch, kteří ji vykonávají navození emocionálně příjemného prostředí, nové přístupy v managementu lidských zdrojů považující emoce za cenný nástroj, který lze využít jak k získání loajality zaměstnanců, tak i konkurenční výhody na trhu a obrát k ‚flexibilnějším‘ postfordovským způsobům ekonomické organizace učinily v průběhu posledních desetiletí z emocionální práce dobře prodejnou a obchodovatelnou komoditu. Na pracovníky se začalo pohlížet jako na emocionální subjekty, což

---

<sup>47</sup> Ted BENTON, „Biology and social science: why the return of the repressed should be given a (cautious) welcome.“ *Sociology*, roč. 25, 1991, č. 1, s. 1–29.

<sup>48</sup> WILLIAMS, *Emotion and Social Theory*, s. 9.

změnilo i původní pohled na organizace jakožto formální struktury, které okupují racionální vykonavatelé jednotlivých úřadů. Nový přístup tvrdí, že také organizace mají pocity a že pracovníci ke své práci emoce využívají. To do značné míry odráží společenské změny. Pokles výroby, rozrůstání odvětví služeb a restrukturalizace pracující populace, to vše mělo za následek změnu v požadavcích na kvalifikaci – klesající poptávka po kvalifikovaných manuálních pracovnících vyškolených v oboru kompenzovaná narůstající poptávkou po pracovnících, kteří jednají se zákazníky a používají častěji interpersonální dovednosti, jsou nevýznamnějšími z těchto klíčových změn.<sup>49</sup> Od letušek přes prodejce a obchodníky až po vymahače dluhů, „průmyslově zpracované“ pocity a emoce začaly být zapojovány v práci a využívány pro celou řadu komerčních cílů, sloužících kapitalistickým zájmům.<sup>50</sup> Zároveň se objevuje čím dál tím více povolání, která přenášejí tržní principy do oblastí, které byly považovány za intimní a soukromou sféru těmito principům nepřístupnou a která jsou na zacházení a práci s vlastními emocemi také velmi náročná. Jak se zdá, kapitalismus si přivlastnil všechny naše emoce, takže už nezbylo žádné místo pro pocity, nálady nebo reakce, které by nebyly tvarovány a komodifikovány prostřednictvím „komercializace intimního života“.<sup>51</sup> Tyto procesy jsou navíc samy o sobě posilovány a podporovány prostřednictvím nového vzkvétajícího průmyslu „terapeutického expertního vědění“ a „technické intervence“ týkající se našich emocí. Od psychiatrů přes psychoterapeuty, sociální pracovníky, svépomocné příručky až po sloupky v různých novinách a časopisech, popřípadě celé časopisy věnujících se tomuto tématu, ze všech stran jsme zahlcováni radami, podporováním, přemlouváním a instruováním, jak nejlépe zvládnout své emoce, vyřešit své problémy, vytěžit maximum ze svého života a dosáhnout tak naplnění svého potenciálu. Toto expertní vědění ohledně emocí prorůstá do laických způsobů

---

<sup>49</sup> Sharon C. BOLTON, *Emotion Management in the Workplace*. New York: Palgrave Macmillian 2005, s. 13.

<sup>50</sup> WILLIAMS, *Emotion and Social Theory*, s. 10.

<sup>51</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, *The Commercialization of Intimate Life. Notes from Home and Work*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press 2003.

přemýšlení o emocích a hraje v našich životech stále důležitější roli, kdy o svých problémech mluvíme právě v pojmech těchto diskurzů a řešení svých emocionálních a osobních problémů často hledáme právě v radách předkládaných experty. To, že se emoce dostávají tak intenzivně do středu zájmu, je nemalou částí zásluhou i těchto množících se diskurzů.<sup>52</sup>

Všechny tyto změny probíhající ve společnosti i na akademické půdě a nové přístupy k mnoha sociálním jevům se tedy odrazily i ve vnímání toho, jak důležitou roli emoce hrají v rámci individuálního života i ve společnosti. Emoce již nadále nebylo možno přehlížet jako okrajovou kategorii, kterou lze zkoumat pouze v psychologii jako emocionální prožitek jednotlivce, jelikož se ukázalo, jak významně se jejich působení odráží ve všech oblastech společenského života. V tomto kontextu se začali sociologové od konce 70. let emocemi zabývat, zkoumat jejich dřívější konceptualizace v rámci svého oboru i důvody, na základě kterých byly původně vyřazovány, a především vytvářet nové přístupy k jejich zkoumání, a to ve všech oblastech od každodenní sociální interakce a intimních vztahů přes pracovní vztahy až po zkoumání role emocí pro vytváření sociální struktury a její změny. Se stejnou intenzitou, s jakou byly do té doby přehlíženy či dokonce vyřazovány z jejich zájmu, začaly emoce pro mnoho sociologů v rámci jejich disciplíny nově nabývat centrální postavení.

---

<sup>52</sup> WILLIAMS, *Emotion and Social Theory*, s. 10.

## 2. Služby a emoce v postindustriální společnosti

Postindustriální společnost, následující po společnosti industriální, se vyznačuje, jak to poprvé charakterizoval Daniel Bell ve své knize *The Coming of Post-Industrial Society*<sup>53</sup>, především přechodem od ekonomiky založené na sekundárním sektoru v podobě průmyslové výroby zboží k ekonomice založené na sektoru terciárním, tedy na poskytování služeb. Trend rozšiřování oblasti služeb a přesun radikálního množství zaměstnanců z průmyslu do toho odvětví měl za následek i změnu v požadavcích na kvalifikaci zaměstnanců. Jelikož v současné době většina zaměstnání vyžaduje schopnost pracovat s lidmi spíše než s věcmi, převládá poptávka po pracovnících disponujících interpersonálními a komunikačními dovednostmi, kteří musí při výkonu svého zaměstnání určitým způsobem zacházet s emocemi druhých i s těmi vlastními, tedy pracovnících, kteří při své práci využívají management emocí.<sup>54</sup>

S postupujícím časem se pak sektor služeb stále více rozšiřuje a postupně přerůstá do oblastí, které byly dříve výlučně zahrnovány do sféry mimo ekonomiku, mimo trh a jeho principy, do sféry osobního a intimního života. Dřívější přesvědčení, že určité sféry našeho soukromého života jako partnerský život, péče o děti (obzvláště děti v tom nejujtější věku) a jejich výchova nebo dokonce i jejich rození jsou ekonomickým principům nedostupné, že existují mimo trh a ten na ně nemá žádný vliv, se ukazuje jako dále neudržitelné. Hranice mezi tím, co leží mimo trh a uvnitř něj, se čím dál více posouvá ve prospěch trhu, a i na nejosobnější sféry našeho intimního života se začínají uplatňovat principy komodifikace a komercializace. Čím dál časteji řešíme své partnerské problémy za asistence

---

<sup>53</sup> Daniel BELL, *The Coming of Post-Industrial Society: a Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books 1973.

<sup>54</sup> Bell do sektoru služeb zahrnoval služby ve všech oblastech od přepravy, distribuce a obchodu přes finance a pojištění po zdravotnictví a vzdělávání. Je evidentní, že v tomto rozsahu ne úplně všechny služby vyžadují management emocí ve stejné míře a některé ho nemusí vyžadovat vůbec.



odborníků, kterým platíme za pomoc při hledání životního partnera, najímáme si chůvy a au-pair a svěřujeme jim výchovu svých dětí a v tom možná nejextrémnějším případě si najímáme dělohy nebo kupujeme vajíčka jiných žen, abychom mohli mít děti vlastní. Nejde pak už pouze o emoční práci, kterou vykonávají lidé pracujících v těchto povoláních, ale i o emoční práci vyžadovanou od těch, kteří si takovéto služby platí a musí se vyrovnávat s úplně novými výzvami týkající se jejich emocionálního prožívání.

## 2.1 Emoční práce, management emocí a emoční pravidla

Pojmy emoční práce a emoční management zavedla americká socioložka Arlie Hochschild, jež je považována za jednu ze zakladatelů sociologie emocí jakožto samostatného odvětví v rámci sociologie. Jako první poukázala na skutečnost, že emoce nejsou pouze něčím, co cítíme, prožíváme nebo máme, ale že je vědomě i nevědomě přetváříme. Sociální psychologie po dlouhou dobu trpěla představou, že proto, že jsou emoce samovolné, spontánní a nekontrolovatelné, nepodléhá jejich prožívání žádným sociálním normám ani pravidlům.<sup>55</sup> Když se ale zamyslíme nad tím, jak často v běžném životě mluvíme o tom, že necítíme něco, co bychom měli nebo naopak cítíme něco, co bychom neměli, a že se často svoje emoce a pocity snažíme těmto svým představám přizpůsobit, je evidentní, že tento pohled není tak úplně správný a že sociální struktura a instituce mají na prožívání emocí značný vliv.

Pojem emoční práce či management emocí<sup>56</sup> odkazuje právě k této skutečnosti a popisuje vědomou snahu člověka změnit intenzitu nebo kvalitu

---

<sup>55</sup> HOCHSCHILD, „Emotion work, feeling rules, and social structure.“

<sup>56</sup> Hochschild někdy rozlišuje mezi pojmy emoční práce a emoční management ve smyslu, že emoční práce je specifická pro situace, které se odehrávají v rámci práce a kdy je snaha změnit své emoce nebo výraz kompenzována platem, který za danou práci jedinec dostává. V jiných případech ale používá oba pojmy jako synonyma. Nastává zde také problém překladu z angličtiny, protože jako totožné používá Hochschild výrazy „emotion management“ a „emotion work“, a když chce zdůraznit komerční využití, používá nejčastěji výraz „emotion labor“. Viz ibid, s. 551, pozn. pod čarou 2.

svých emocí a pocitů, a to i v případě, kdy tato snaha není úspěšná. Když koncept odkazuje na snahu člověka změnit svoje pocity, vyjadřuje tím aktivní postoj k emocím, který i sami jedinci jako takový popisují, když používají výrazy jako „*donutila jsem se si to užít*“, „*potlačil jsem v sobě vztek*“, „*intenzivně jsem se snažila necítit zklamání*“ apod.<sup>57</sup> V lidském jednání je tedy v tomto ohledu naprosto zřetelný prvek vůle, kdy člověk sám vědomě chce své pocity změnit a je toto jednání schopn reflektovat. Emoce nejsou jen nečím, co v nás vzniká jako reakce na určitý podnět nebo situaci a co je nezávislé na našich snahách je určitým způsobem řídit. Jak snaha „dostat se do kontaktu“ se svými pocity, tak všechny pokusy o to se nějak cítit, se mohou stát součástí procesu, který věc nebo situaci, kterou se snažíme ovlivnit, mění v pocit nebo emoci. Tím, že se snažíme svoje emoce a pocity ovlivňovat, tedy přispíváme k jejich vzniku.

Podle Hochschild<sup>58</sup> existují tři různé techniky emoční práce, jež se uplatňují v různých situacích. Prvním způsobem je způsob kognitivní, kdy se jedinec pokouší změnit svoje představy, obrazy a myšlenky se záměrem změnit v důsledku toho i pocity, které si s nimi spojuje. Tuto techniku využívají lidé především v situacích, kdy potřebují získat určitý emocionální odstup. To se ukazuje například v případě lékařů, kteří si často své pacienty představují pouze jako odtělesněné objekty a na jejich problémy nahlíží podobným způsobem, jako na problémy technického rázu, které vyžadují vědecké (tedy racionální) řešení.<sup>59</sup> Druhým způsobem emoční práce je práce tělesná, kdy se jedinec pokouší ovládnout, zmírnit nebo změnit fyzické projevy svých emocí. O to usiluje například tím, že se snaží z hluboka dýchat nebo se netřást, jelikož tyto tělesné projevy emoce často zintenzivňují. Třetí technikou pak je výrazová emoční práce, kdy se v důsledku změny gest

---

<sup>57</sup> Ibid., s. 561.

<sup>58</sup> Ibid., s. 562.

<sup>59</sup> Peggy A. THOITS, „Emotion norms, Emotion Work, and Social Order.“ In: MANSTEAD A. – FRIJDA, N. – FISCHER, A. (eds.), *Feeling and Emotions. The Amsterdam symposium*. Cambridge: Cambridge University Press 2004, s. 368.

a výrazů jedinec snaží změnit i svoje vnitřní pocity.<sup>60</sup> Tento způsob používají podle Peggy Thoits, další americká socioložky, která významně přispěla k rozvoji sociologie emocí<sup>61</sup>, především lidé, kteří mají v rámci svého zaměstnání předvádět nebo v ostatních lidech vzbuzovat negativní emoce, jako například exekutoři či advokáti.<sup>62</sup> Přesto, že jsou tyto techniky emoční práce analyticky odlišné a jsou mezi nimi značné rozdíly, v praxi se velmi často vyskytují současně v různých kombinacích.

Ve své pozdější práci<sup>63</sup> odlišuje Hochschild dva způsoby emoční práce, které nazývá „surface acting“ a „deep acting“<sup>64</sup>. Pojem „hraní“ ne zvolila Hochschild náhodně. Ve svém rozlišování těchto dvou způsobů vychází z práce ruského divadelního režiséra Constantina Stanislavského a jeho oddělení dvou stylů ztvárňování divadelních rolí. V prvním ze způsobů, tedy při „surface acting“, se jedinec snaží změnit to, jak působí navenek, a to prostřednictvím gest, výrazu, držení těla a podobně. Je to stejná situace jako v případě herce, který se všemi dostupnými výrazovými prostředky snaží vyvolat v publiku dojem, že se cítí stejně jako postava, kterou představuje. On sám však tyto pocity stále pouze hraje, předvádí je, ale ve skutečnosti je necítí, dokáže rozlišovat mezi svými vlastními emocemi a těmi, které jsou pouze součástí představení. Přesným opakem „surface acting“ je pak „deep acting“, které označuje stav, kdy jedinec určité emoce sám v sobě nějakým způsobem vzbuzuje a v důsledku je tedy opravdu prožívá. Toho může člověk docílit dvěma způsoby. V prvním případě se v sobě jedinec snaží přímo vyvolat určitý pocit nebo emoci, snaží se sám sebe přesvědčit, že se nějak cítí tak dlouho, než se mu to skutečně podaří. Mnohem efektivnější je ale druhý

---

<sup>60</sup> HOCHSCHILD, „Emotion work, feeling rules, and social structure,“ s. 562.

<sup>61</sup> V srpnu 2006 získala Peggy A. Thoits cenu za celoživotní dílo od Sekce pro sociologii emocí Americké sociologické asociace.

<sup>62</sup> THOITS, „Emotion norms, Emotion Work, and Social Order,“ 368.

<sup>63</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*.

<sup>64</sup> Pojmy „surface acting“ a „deep acting“ by se daly přeložit jako povrchové a hluboké či hloubkové hraní. Jelikož na práci Hochschild v českém prostředí zatím nikdo nezavazuje a neexistuje tedy ustálený překlad těchto jejích pojmů, rozhodla jsem se je ponechat v původním znění.

způsob, který využívá představivost, emocionální paměť a imaginaci jedince. „Stanislavského alternativou k přímému podněcování pocitů je Method acting. Ne pouze tělo nebo bezprostředně dostupný pocit, ale celý svět fantazie, paměti podvědomí a polovědomí, je považován za vzácný zdroj.“<sup>65</sup> V případě herců jde o vědomé budování emocionální paměti a využívání všech těchto složek při ztvárnění nějaké role. Důležité však není pouze to, aby herec dokázal tyto zdroje využít k tomu, aby přesvědčil o autenticitě svých pocitů publikum, jako je tomu v případě „surface acting“, ale o to, že musí být v dané chvíli schopen přesvědčit sám sebe, že se emoce, vyvolaná z paměti, skutečně odehrává tady a teď, že je reálná. A stejně je tomu i v případě našich každodenních životů, kdy se snažíme v sobě vyvolat emoce adekvátní sociálním rolím, které hrajeme. Ačkoli tomu často věnujeme pouze marginální pozornost, i my využíváme „deep acting“, emocionální paměť a snažíme se vžít do situací, jako by byly pravdivé, abychom cítili to, co si myslíme, že bychom cítit měli nebo co v dané situaci cítit chceme. Aktivně si tuto svou činnost uvědomíme většinou teprve ve chvíli, kdy se naše reálné pocity nehodí do situace, v níž se nacházíme a my začneme řešit otázku, zda bychom měli začít „hrát“, abychom v sobě vyvolali pocity, jež jsou naší situaci adekvátní.<sup>66</sup>

Často se v každodenním životě dostáváme do situací, u nichž je jasně definován jejich obsah (například pohřeb jakožto obřad, při němž čelíme ztrátě blízké osoby), a s tím často i určitá představa o tom, které emoce této situaci odpovídají (v tomto případě smutek). Obvykle si tato očekávání ohledně emocí neuvědomíme do chvíle, kdy si všechny tři složky vzájemně odpovídají. Až ve chvíli, kdy je tato harmonie narušena, když se někdo uprostřed smutečního obřadu začne hlasitě smát, začneme konvenční průběh těchto situací vnímat jako určitý výkon a začneme se soustředit na pravidla spojená s prožíváním emocí a emoční management.<sup>67</sup> Existence emočních pravidel se nejlépe ukazuje právě z rozdílu mezi tím, co cítíme, a naší

---

<sup>65</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 40.

<sup>66</sup> *Ibid.*, s. 42–43.

<sup>67</sup> HOCHSCHILD, „Emotion work, feeling rules, and social structure,“ s. 563.

představou o tom, co bychom měli cítit. Zde je asi nejvíce patrné, že máme podvědomě uloženou určitou konvenci o tom, co se očekává, že budeme v dané situaci cítit, nějaké pravidlo, jemuž chceme naše emoce přizpůsobit. „Sociální vodítka, která řídí to, jak se chceme nebo snažíme cítit by se daly popsat jako soubor sociálně sdílených, ačkoli často latentních (...) pravidel.“<sup>68</sup> Evidenci existence emočních pravidel můžeme nalézt nejen ve vlastním vyhodnocení prožívaných emocí a jejich adekvátnosti vůči situaci, ve které se nacházíme, ale i v reakcích ostatních a toho, jak hodnotí naše emoce oni. Pokud nesplníme alespoň částečně očekávání, která ostatní vůči našim emocím mají, budeme pravděpodobně vystaveni nějaké sankci. Emoční pravidla, i když možná v menší míře a s větším prostorem pro odchylky a chyby, mají stejnou funkci jako jakákoliv jiná sociální pravidla, a to dosáhnout konformity jedince vůči existujícímu společenskému řádu. Emoční pravidla se týkají nejen toho, jak my sami vnitřně určitou emoci cítíme, ale také toho, jak ji dáváme najevo, jak ji vyjadřujeme pomocí výrazů a gest. Hochschild rozlišuje tři různé složky emocí, na které jsou emoční pravidla aplikována – rozsah (tedy intenzita), směr (někdy pocítujeme opačnou emoci, než bychom měli) a trvání (oproti trvání situace, pro kterou je daná emoce typická).<sup>69</sup> Pokud naše emoce těmito pravidlům neodpovídají, můžeme se dostat do situace, kdy (pokud bychom opět použili příklad pohřbu) jsme buď málo a nedostatečně nebo naopak přespříliš emotivní, kdy náš smutek neodpovídá svou intenzitou, kdy cítíme úplně jiné emoce (například vztek kvůli zařizování pohřbu a dědictví), anebo se s danou situací můžeme úplně rozejít v načasování (pocítovat mnohem silnější smutek v soukromí třeba až dlouhou dobu po tom, co pohřeb proběhl, protože si až s větším časovým odstupem uvědomíme, jak moc nás tato ztráta zasáhla). Stejně tak existují určitá omezení v tom, jak máme dané emoce vyjadřovat navenek. Ženy jsou obecně považovány za emotivnější, proto mohou smutek vyjádřit mnohem expresivněji než muži, u nichž by třeba hlasité vzlykání bylo považováno za přehnané. „(...) Zdá se tedy, že každá situace předepisuje

---

<sup>68</sup> Ibid.

<sup>69</sup> Ibid., s. 564.

„vhodnou“ škálu vnitřních pocitů i jejich odpovídající vyjádření navenek.“<sup>70</sup> Tyto „vzory“ ideálního chování se liší v závislosti na kultuře a v rámci jedné kultury jsou často odlišné u různých sociálních skupin. Proto máme sklon vnímat emoční pravidla a to, že se snažíme měnit své pocity určitým směrem za konkrétním účelem nejvíce ve chvíli, kdy se dostáváme ze své standardní, kulturně a sociálně určené role do jiné, když se přesouváme mezi kulturami nebo sociálními skupinami. V tu chvíli si uvědomíme, nakolik jsme nuceni jednat v rozporu s původními emočními pravidly a skrze to i samotný fakt, že nějaká emoční pravidla vůbec existují.

## 2.2 Emoční směna

Snaha přizpůsobit se emočním pravidlům je společná nám všem, všichni využíváme emoční management, ale jen zřídka tak činíme, když jsme sami. Nejčastěji management emocí využíváme při výměně emočních gest a znaků s ostatními. Emoční management, emoční pravidla a jejich směňování s ostatními vytvářejí náš osobní emocionální systém.<sup>71</sup> Ačkoli si to po většinu času neuvědomujeme, neustále mezi námi a ostatními probíhá směna emocí. Kolik emocí, respektive jejich vyjádření, je potřeba směnit, kolik dlužíme nebo kolik ostatní dluží nám, určují právě emoční pravidla. Hochschild uvádí dva typy takové směny – přímou a improvizovanou, přičemž oba typy probíhají v kontextu emočních pravidel.<sup>72</sup> V případě přímé směny plně respektujeme daná emoční pravidla a hrajeme podle nich. Pokud jsou pravidla sdílena oběma stranami, lze relativně snadno určit, zda je směna spravedlivá, zda jsou „vyrovnané účty“, například zda se nový pracovník odměňuje dostatečným projevem respektu za radu od zkušenějšího kolegy. To, co je směňováno, jsou upřímné projevy pocíťované emoce. „Platba se

---

<sup>70</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 68.

<sup>71</sup> *Ibid.*, s. 76.

<sup>72</sup> *Ibid.*, s. 77.

provádí prostřednictvím výrazů tváře, výběrem slov a tónem hlasu.<sup>73</sup> V případě přímé směny je tedy podstatnější vyjádření emoce vyžadované pravidlem, než pravidlo samotné. Opačně je tomu v případě improvizované směny, kdy je to naopak právě dané emoční pravidlo, na co je soustředěna hlavní pozornost, za pomoci ironie a humoru se „hraje“ s různými způsoby pohledu a perspektivami na dané pravidlo. V tomto případě musí být obě strany dobře seznámeny se situací a musí se i znát navzájem, aby nedošlo k nedorozumění. Tyto situace nakonec mohou vést ke změně samotného pravidla, ale i v nich se hledí na to, zda jsou emoční projevy vyrovnané. Obvykle vděčnost a respekt, kterým oplácíme za něčí pomoc, projevujeme naprosto přirozeně a neuvědomujeme si, že je to něco, co se podle emočních pravidel očekává. Opět zde funguje princip, že teprve ve chvíli, kdy se daná emoce neprojeví sama od sebe, si uvědomíme, že je očekávaná, že si podvědomě „udržujeme mentální žebříčky s kolonkami pro „přijatou“ a „odevzdanou“ vděčnost, lásku, zlost, vinu a další emoce.“<sup>74</sup> Jak přímá, tak improvizovaná směna tedy předpokládají mnoho způsobů, jak splatit tyto psychologické dluhy a poplatky a to i v případě, že se daná emoce neobjeví spontánně. Když nedokážeme cítit vděk, dokážeme se alespoň cítit vinni kvůli tomu, že ho necítíme. I tímto způsobem potvrzujeme existenci pravidla, protože tak vnitřně uznáváme nesplacený psychologický dluh.

Existuje mnoho způsobů, jejichž pomocí se lidé ve vztazích snaží udržet reciprocitu a neděje se tak vždy pomocí splácení těchto psychologických poplatků skrze emoční práci. Mohou se však stát prostředkem, jímž vyjadřujeme hlubší a univerzálnější vazby uvnitř našich vztahů. Jako příklad zde může posloužit manželství. Manželství zahrnuje relativně velké množství směny pomoci a různých služeb, které pro sebe lidé navzájem dělají, aby udrželi reciprocitu. Vaření a úklid v domácnosti mohou být dorovnány sekáním trávníku a údržbou auta. Existuje zde ale i mnohem více latentní směna, kdy jeden může být tolerantní k podrážděnosti jednoho, když mu druhý na oplátku odpustí nějaký jeho prohřešek. Hloubka vztahu se často

---

<sup>73</sup> *Ibid.*

<sup>74</sup> *Ibid.*, s. 78.

projevuje intenzivnější směnou, která překračuje hranice různých oblastí a kompenzuje v jedné oblasti to, co v jiné chybí. A právě emocionální směna je jedním z prostředků, jak toho docílit.<sup>75</sup> „V osobním životě máme svobodnou volbu zpochybňovat probíhající směnu a vyjednávat o směně nové. Pokud nejsme spokojeni, můžeme vztah opustit (...). Ve veřejné sféře práce je ale často součástí povolání jedince nutnost akceptovat nerovnou směnu (...). Tam, kde je zákazník pánem, je nevyrovnaná směna normální a už od začátku mají zákazníci jiná práva týkající se emocí a jejich vyjadřování. Pomyslné žebříčky jsou hypoteticky dorovnávány prostřednictvím mzdy.“<sup>76</sup> Na interakce, které vznikají mezi zákazníkem a poskytovatelem služby, se nevztahují stejná pravidla chování, jimiž se obvyklá společenská interakce řídí a která zajišťují, že jedinci jednají adekvátně k situaci a že každý „splatí“ svůj dluh a dostane podíl, který mu náleží. Směna se stává nerovnou, protože zákazník se nemusí pravidly řídit a nemusí se snažit udržovat rovnováhu, která je v jiných sociálních interakcích vyžadována.<sup>77</sup>

K této skutečnosti obrátila svou pozornost jako první právě Arlie Hochschild ve své slavné knize *The Managed Heart* (1983), která poskytla nový úhel pohledu na to, jak zkoumat a rozumět emocionálním procesům probíhajícím v pracovním prostředí. Hochschild poprvé významně upozornila na fakt, že regulace emocí není strukturována pouze za pomoci širších kulturních a sociálních norem, ale je čím dál více určována zaměstnavateli,

---

<sup>75</sup> Je velice nepravděpodobné, že bychom si tyto žebříčky směny v rámci našich osobních vztahů udržovali v nějaké přesně kvantifikovatelné formě, nicméně si lze relativně dobře představit, že z dlouhodobého hlediska je v rámci vztahu nutné udržet určitou rovnováhu „investic“ do něj, aby si jedna strana nezačala připadat, že vkládá příliš mnoho, aniž by se jí dostalo něco na oplátku. Přesto je v tomto ohledu Hochschild někdy kritizována, že tak v rámci své kritiky komercializace intimních vztahů sama používá jazyk, který tento aspekt v rámci nahlížení na intimní vztahy posiluje a že použitím pojmu směny v tomto rámci zamezuje představě nezištného jednání ve prospěch druhého bez nároku na zisk, který je pro intimní vztahy na rozdíl od vztahů komerčních typické. Více viz Jessica B. BURSTREM, *Consequences of the Commercialization of Caring for Interpersonal Relationships* [online]. 2006. Dostupné z <<http://www.clinefelter.com/jessica/commercialization.pdf>> [citováno 18. 3. 2012].

<sup>76</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 85–6.

<sup>77</sup> BOLTON, *Emotion Management in the Workplace*, s. 6.



kteří vytvářejí pravidla pro chování ve firmách a pro jednání vůči zákazníkům, kterými se musí zaměstnanci na pracovišti řídit. Hochschild „představila koncept emoční práce sloužící k popisu procesu, v rámci něhož se od zaměstnanců očekává, že budou své emoce přizpůsobovat pravidlům a směrnicím definovaným zaměstnavateli.“<sup>78</sup> Na příkladu letušek a vymahačů pohledávek letecké společnosti Delta Airlines, které představují dva výrazné protipóly v typu předváděné emoční práce, kdy v prvním případě je cílem posílit status zákazníka a navnadit ho svým přátelským chováním k opakovanému využití služeb aerolinek a v druhém je účelem naopak zákazníkův status oslabit za pomoci strachu a nedůvěry, popsala Hochschild využití emoční práce v tržním prostředí a ukázala, jak daleko mohou požadavky na management emocí pracovníků zajít a jak se z něj postupně stává zboží podléhající stejným pravidlům jako je tomu u jiných komodit, takže poptávka po něm roste a klesá v závislosti na konkurenci v rámci odvětví.<sup>79</sup> Kniha Arlie Hochschild vyvolala velký zájem a obrátila pozornost mnoha sociologů ke skutečnosti, že změny v organizaci práce, ke kterým v průběhu druhé poloviny 20. století došlo mají za následek, že se od zaměstnanců stále častěji očekává, že budou v práci kontrolovat a regulovat své emoce. A jelikož firmy začali zaměstnávat stále větší množství pracovníků, jejichž povolání management emocí vyžaduje, bylo třeba o to naléhavěji porozumět charakteru a důsledkům tohoto typu práce a především podmínkám, za nichž může být výkon emoční práce pro zaměstnance negativní.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> Amy S. WHARTON, „The Sociology of Emotional Labor.“ *Annual Review of Sociology*, roč. 35, 2009, s. 148.

<sup>79</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 16.

<sup>80</sup> Amy S. WHARTON – Rebecca J. ERICKSON, „Managing Emotions on the Job and at Home: Understanding the Consequences of Multiple Emotional Roles.“ *Academy of Management Review*, roč. 18, 1993, č. 3, s. 459.

## 2.3 Emoční práce v komerčních vztazích

Jak se pro člověka změní způsob vnímání a vztahování se k vlastním emocím a pocitům, když se jeho individuální schopnost empatie, vřelost a úsměv stanou součástí jím prodávané práce nebo poskytované služby? Jistě, že to, co je skutečně součástí služby, je pouze výraz, tedy vnější projev dané emoce, ale pokud v danou chvíli necítíme emoci, jejíž vyjádření je v rámci práce vyžadováno, musíme použít emoční management a dosáhnout u zákazníka alespoň zdání toho, že danou emoci cítíme právě tím, že ji dáváme svým výrazem najevo. Pracovník nutně nemusí pociťovat sympatie a chtít se stát „dočasným přítelem“ každého dalšího zákazníka, ale často je to přesně to, co jeho práce vyžaduje a co je její každodenní součástí.<sup>81</sup> Tím se dostáváme do situace, kdy naše skutečné emoce neodpovídají těm, které projevujeme navenek. Problematické na těchto situacích však je, že striktní oddělení emoce a jejího projevu, resp. předstírání jiné emoce navenek a pociťování opačné uvnitř, je udržitelné jen po krátkou dobu. Do hry se dostává princip emocionální disonance, analogický k principu kognitivní disonance.<sup>82</sup> Dlouhodobé udržování rozdílu mezi pocitem skutečným a předstíraným vede ke stresu a napětí, a tohoto napětí se jedinec pokouší zbavit tím, že se tyto dva pocity snaží přiblížit ať už tím, že změní to, co předstírá, nebo to, co skutečně cítí. Vzhledem k tomu, že to, co předstírá, je v rámci práce vyžadováno, je to většinou právě pociťovaná emoce, kterou musí jedinec změnit, což často vede k tomu, že nutnost emoční práce nás neodcizuje pouze naší tváří a úsměvu na ní, ale dokonce i našim pocitům, tedy nám samým.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> Karl ALBRECHT – Ron ZEMKE, *Service America! Doing Business in the New Economy*. Dow–Jones–Irwin: Homewood 1985, s. 114.

<sup>82</sup> Teorii kognitivní disonance formuloval v 50. letech 20. století americkým psychologem Leonem Festingerem. Teorie kognitivní disonance tvrdí, že pokud jsou naše postoje a naše jednání ve vzájemném rozporu, zažíváme nepříjemný pocit, což nás motivuje k tomu, že se snažíme jedno nebo druhé změnit tak, abychom je dostali opět do souladu. Dochází k tomu proto, že součástí lidského vnímání sebe sama je být čestný a upřímný, a proto máme tendenci jednat v souladu se svými postoji.

<sup>83</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 90.

Neustálá nutnost potýkat se s úkolem, jak zvládnout toto odcizování mezi svým self, svými pocity a vyjadřováním emocí a jak si přitom všem udržet kontinuální představu o tom, kdo ve skutečnosti jsem, kde se ještě jedná o mé skutečné já a kde už začíná to pracovní, vede k dlouhodobému napětí. Všichni si vytváříme vlastní představu o svém skutečném, pravém já, o tom, kdo jsme, když sundáme všechny uniformy a úsměvy, které oblékáme jménem společnosti, pro kterou pracujeme. Čím více z nás, z našich výrazů a emocí, z našich „já“ se stává „zbožím“ na prodej, tím složitější je určit, které části našeho self jsou těmi pravými a skutečnými, které patří pouze nám samým. To však ale ještě víc tuto naši potřebu být autentičtí posiluje. Lidé jsou obecně motivováni k tomu, aby si udržovali a upevňovali vědomí o svém self jako smysluplném a autentickém.<sup>84</sup> Stejně jako identita, pocit vlastní autenticity je ukotven ve významu, který prostupuje naše základní předpoklady a domněnky o tom, kým skutečně jsme. Tyto významy také umožňují jedinečnou lidskou schopnost rozlišovat mezi situacemi, kdy jsme a kdy nejsme sami sebou, vytvářejí systém našich základních hodnot, které nám slouží jako standardy či kritéria pro posuzování sebe sama a vlastního jednání. Naše potřeba chovat se autenticky tak odráží naši potřebu odpovídat prioritám tohoto hodnotového systému. Porušení „závazků“, které sami vůči tomuto systému hodnot pocítujeme, pak ústí v pocit neautentičnosti, pocit, kterého se snažíme obvykle vyvarovat a který, pokud se mu kvůli okolnostem nejsme schopni vyhnout, může mít dlouhodobé negativní dopady na náš psychický stav.<sup>85</sup>

Jak tedy nutnost transformovat vlastní emoce a zacházet s nimi v rámci práce prostřednictvím emočního managementu mění přístup člověka k sobě samému? Každý jedinec, součástí jehož práce je každodenní management emocí, se musí potýkat se třemi zásadními otázkami, kterými by za jiných okolností nebyl vystaven. Odpovědi na tyto otázky totiž určují, jak definuje

---

<sup>84</sup> Amy S. WHARTON, „The Psychological Consequences of Emotional Labor.“ *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, roč. 561, 1999, č. 1, s. 163.

<sup>85</sup> Rebecca J. ERICKSON – Amy S. WHARTON, „Inauthenticity and Depression: Assessing the Consequences of Interactive Service Work.“ *Work and Occupations*, roč. 24, 1997, č. 2, s. 192.

své self, své skutečné já. První otázkou, která v tomto kontextu vyvstává, je, jestli se může člověk cítit skutečně identifikován se svou pracovní rolí a se společností, pro kterou pracuje, aniž by s nimi splynul.<sup>86</sup> Především v případě mladších a méně zkušených pracovníků, jejichž identity ještě nejsou úplně zformovány a dotvořeny, může být toto proplétání osobní a pracovní identity velice náročné. Je třeba určité zkušenosti, aby si člověk dokázal od dané pracovní situace odstup, aby byl schopen si nebrat všechno, ať už je to kritika nebo naopak pochvala, osobně, aby se tyto situace neodrážely na jeho „skutečném“ já. Pokud si zaměstnanec ještě nevypracoval dostatečně široký repertoár technik emočního managementu, je pro něj těžké oddělit nenucené, přirozené já od toho „umělého“, pracovního, a když dojde k nějaké nepříjemné situaci, bude náchylnější ke stresu, negativním pocitům a rozčilení. Důležitý je zde ale také vlastní přístup k tomuto skutečnému a pravému self. Podle Hochschild většina pracovníků uznává obě svá self, to pracovní i to osobní, za smysluplná a skutečná, pouze se projevující za jiných okolností.<sup>87</sup> Nemění to však nic na faktu, že je pro pracovníky někdy těžké odlišit, jestli je jejich momentální úsměv opravdu upřímný, či zda už se stal součástí pracovní uniformy. Další otázkou, kterou si jsou pracovníci používající ve své práci emoční management nuceni klást, je otázka po tom, zda nejsou ve svém jednání v rámci práce falešní a pokrytečtí. Pokud je cílem služby poskytnout zákazníkovi příjemný zážitek v podobě milého zacházení a osobního přístupu, pracovník musí jednat se zákazníkem přátelsky a povrchní vztah mezi klientem a poskytovatelem služby přeměnit v něco víc než pouhý obchod za účelem zisku. Jejich zákazníci jsou přes veškerou snahu ale opravdu pouze jejich zákazníci, tedy cizinci, které je třeba obsloužit, a ne nikdo bližší, a ani pomocí emoční práce se jim někdy nedaří zaujmout k nim jiný postoj. Přesto, že chtějí a snaží se o to, nedokáží vložit do své práce srdce, ale pouze předstíraný úsměv.<sup>88</sup> Poslední otázkou spojenou s managementem emocí jakožto součástí práce je, zda si může pracovník ve

---

<sup>86</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 132.

<sup>87</sup> *Ibid.*, s. 133.

<sup>88</sup> *Ibid.*, s. 134.

chvíli, kdy využívá deep acting pro zákazníky, se kterými není nijak blíže spojen, udržet nějakou sebeúctu, aniž by začal být cynický. Oproti těm, kteří se cítí být pokryteckými, existují i pracovníci, kteří určitou míru pokrytectví a falešnosti berou jako nutnou součást práce, jejímž hlavním cílem je udržování určité iluze pro zákazníky. Ve chvíli, kdy se práce v rámci zachování alespoň určitého pocitu sebeúcty nově definuje jako „udržování iluze“ pro zákazníka<sup>89</sup>, nemusí se brát tak vážně a ani hraný úsměv už nemusí být tak problematický, jelikož se jedinec čím dál tím méně s prací identifikuje a spojuje s ní své já. Tento způsob přístupu k práci však může vést k tomu, že si člověk začne připadat od své práce až příliš distancovaný, že veškeré jeho jednání v pracovním prostředí se stane pouze naučenou rutinou a on se postupně mění v „robotu“ vykonávajícího pracovní úkoly automaticky, bez jakékoli angažovanosti. Když člověk akceptuje oddělení svého „skutečného já“ od toho „pracovního“, aby se vyhnul nepříjemným pocitům spojeným s výkonem své práce, nastává zde problém ztráty pocitu celistvosti, kdy člověk přijme napětí mezi svým „pravým“ a „pracovním“ já za normální a běžnou součást svého života.<sup>90</sup> Ať už je situace pracovníka jakákoli, ve všech případech dochází k určitému zpochybnění či zproblematizování jeho vnímání vlastního self způsobem, který je cizí pracovníkům, kteří ve své práci management emocí nevyužívají. Nastává zde problém odcizení toho, co jedinec považuje za své skutečné já, od jeho předváděných forem při výkonu práce, a tento vztah mezi jednotlivými složkami self spojenými s konkrétními rolemi už není ničím samozřejmým a přirozeným, ale něčím, co je třeba reflektovat, na čem je třeba pracovat, zaujmout k tomu určitý postoj.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Například v rámci práce letušky jako udržování pasažérů v iluzi, že se po dobu letu vlastně dobře baví a prožívají příjemné chvíle, cítí se jako na návštěvě, kde je pohostí jejich známá apod.

<sup>90</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 184.

<sup>91</sup> *Ibid.*, s. 136.

## 2.4 Důsledky managementu emocí

Je tedy zřejmé, že vykonávání emočního managementu v rámci práce může mít dva hlavní důsledky pro jedincovo self. V prvním případě jde o splynutí jeho skutečného, vnitřního a jeho pracovního self, v druhém případě pak o jejich úplné vzájemné oddělení či odcizení. Od doby, kdy Hochschild publikovala svou práci *The Managed Heart*, se pozornost mnoha vědců začala obracet právě k emočnímu managementu a jeho důsledkům pro jednotlivce.<sup>92</sup> Nejčastěji byla v tomto kontextu zkoumána vyšší pravděpodobnost výskytu syndromu vyhoření jako výsledek splynutí jedincova self s jeho pracovní rolí a jeho neschopnosti dostatečně oddělit emoce spojené s příslušnou částí, kdy většina z výzkumníků vycházela z nějaké varianty měření tohoto konceptu, s nímž přišli Maslach, Schaufeli a Leiter<sup>93</sup> a který zahrnuje tři oddělené charakteristiky: emocionální vyčerpání, odosobnění a oslabený pocit osobního úspěchu. Syndrom vyhoření je pak charakterizován jako znečitlivění vůči vnitřním emocionálním signálům odrážející se v neschopnosti vytvářet nebo pociťovat jakékoli emoce.<sup>94</sup> Přesycení a příliš časté vystavení osobnímu kontaktu se zákazníky a nutnost s nimi přátelsky jednat vede k tomu, že pracovníci ztrácejí empatii a jejich

---

<sup>92</sup> Viz například Anat RAFAELI, „When Clerks Meet Customers: A Test of Variables Related to Emotional Expressions on the Job.“ *Journal of Applied Psychology*, roč. 74, 1989, č. 3, s. 385–393; Greta F. PAULES, *Dishing it out: Power and Resistance Among Waitresses in a New Jersey Restaurant*. Philadelphia: Temple University Press 1991; Robert I. SUTTON, „Maintaining Norms about Expressed Emotions: The Case of Bill Collectors.“ *Administrative Science Quarterly*, roč. 36, 1991, č. 2, s. 245–268; Blake E. ASHFORTH – Ronald H. HUMPHREY, „Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity.“ *The Academy of Management Review*, roč. 18, 1993, č. 1, s. 88–115; Robin LEIDNER, *Fast Food, Fast Talk: Service Work and the Routinization of Everyday Life*. Berkley: University of California Press 1993; WHARTON – ERICKSON, „Managing Emotions on the Job and at Home“; Jennifer L. PIERCE, *Gender Trials: Emotional Lives in Contemporary Law Firms*. Berkley: University of California Press 1995; ERICKSON – WHARTON, „Inauthenticity and Depression“; J. Andrew MORRIS – Daniel C. FELDMAN, „Managing Emotions in the Workplace.“ *Journal of Managerial Issues*, roč. 9, 1997, č. 3, s. 257–274.

<sup>93</sup> Christina MASLACH – Wilmar B. SCHAUFELI – Michel P. LEITER, „Job burnout.“ *Annual Review of Psychology*, roč. 52, 2001, s. 397–422.

<sup>94</sup> Ibid.

přístup se postupně mění na odosobněný a robotický.<sup>95</sup> V mnoha studiích prováděných různými metodami a na různých testovaných vzorcích byl prokázán pozitivní vztah mezi surface acting či emocionální disonancí a emocionálním vyčerpáním, jednou ze složek syndromu vyhoření. V rámci těchto studií bylo prokázáno, že pracovníci, kteří ve své práci musí navenek vyjadřovat emoce, které jsou v konfliktu s jejich vlastními, vnitřně pocívanými, častěji a s vyšší pravděpodobností zažívají emoční vyčerpání.<sup>96</sup> Syndrom vyhoření se však nemusí týkat pouze pracovníků, u kterých došlo k odcizení jejich self od pracovní role, ale může se projevit také u pracovníků, u nichž došlo k jejich splynutí. V tomto případě není problémem fakt, že by byli pracovníci nuceni vyjadřovat vůči zákazníkovi emoce, které upřímně nepocítují, ale že se až příliš identifikují se svými pracovními rolami, že pocity vyjadřované v rámci práce nedokážou oddělit od svého self. Tato neschopnost vybudovat si dostatečný odstup od emocionálních požadavků dané práce se u nich pak projevuje ve vyšším riziku výskytu syndromu vyhoření. Syndrom vyhoření ale není jediným rizikem, kterému jsou pracovníci využívající emoční management vystavováni. Dalším problémem může být pocívaní negativních emocí v podobě neautentičnosti nebo emocionální disonance, které ukazují na oddělení odlišných aspektů osobnosti jedince, tedy jeho pracovního a „skutečného“ self. Ačkoli občasná disharmonie mezi tím, co jedinec cítí a co vyjadřuje navenek, nemusí mít nijak zásadní důsledky, bylo prokázáno, že pokud se emocionální disonance objevuje pravidelně, může být pro jedince škodlivá. „Nakonec taková disonance může vést k (...) nízkému sebevědomí, depresi, cynismu a odcizení od práce.“<sup>97</sup> Podle Hochschild je emocionální disonance škodlivá hlavně v případě, když v jedinci vyvolává pocit neautentičnosti v kontextu osobního života. Tomu se dá podle ní částečně předejít v případě, kdy je tato neautentičnost více spojována s pracovní rolí, tedy v situaci, kdy

---

<sup>95</sup> ALBRECHT – ZEMKE, *Service America!*, s. 114.

<sup>96</sup> WHARTON, „The Sociology of Emotional Labor,“ s. 159.

<sup>97</sup> Blake E. ASHFORTH – Ronald H. HUMPHREY, „Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity.“ *The Academy of Management Review*, roč. 18, 1993, č. 1, s. 96–97.

jedinec ke svému „hraní“ nebo „předstírání“ přistupuje spíše jako k nutné součásti své práce, než aby je považoval za iniciativu či záměr svého self. Z toho je zřejmé, že pokud je emoční práce vykonávána vědomě, mohou mít její následky na jedince pouze malý nebo na něj dokonce nemusí mít vůbec žádný negativní dopad. I z tohoto důvodu je pro zkušenější pracovníky, kteří si v průběhu své kariéry vyvinuli určité obranné mechanismy, snazší se s pracovní povinnostmi v podobě emoční práce vyrovnávat. Jak ukázal výzkum americké kulturní antropoložky Greta Paules, která se zabývala emoční prací vykonávanou servírkami, pokud si je pracovník schopen udržet zdravý odstup mezi svým self a pracovní rolí, může se relativně úspěšně bránit odcizení vlastnímu self a emocionální dezorientaci.<sup>98</sup> Přesto, že je takováto obrana možná, nemění to nic na faktu, že je pro pracovníky vykonávající emoční management v rámci svého zaměstnání nutností neustále řešit otázky týkající se jejich individuality, autenticity a identity a že musí nasazovat různé strategie, jak toho dosáhnout, jak se vyjadřovat prostřednictvím svého skutečného self, a chránit tak svou identitu a důstojnost.<sup>99</sup>

Je však také nutné zdůraznit, že kromě negativních dopadů může mít emoční management i své pozitivní důsledky. Z prováděných výzkumů totiž vyplynulo, že to, jaké má emoční práce dopady na psychický stav pracovníka, je do značné míry podmíněno dalšími charakteristikami jeho zaměstnání, jako je například autonomie v práci, množství času, které musí v práci trávit, míra jeho angažovanosti a zapojení se do práce a také jeho schopnost monitorovat vlastní jednání. Určité kombinace těchto faktorů (například nízká míra autonomie a vysoká angažovanost nebo malá schopnost monitoringu vlastního jednání a dlouhá pracovní doba) mohou mít za následek vyšší pravděpodobnost výskytu emočního vyčerpání.<sup>100</sup> Na druhou

---

<sup>98</sup> Greta F. PAULES, *Dishing it out: Power and Resistance Among Waitresses in a New Jersey Restaurant*. Philadelphia: Temple University Press 1991, s. 162.

<sup>99</sup> LEIDNER, *Fast Food, Fast Talk*, s. 179.

<sup>100</sup> Amy S. WHARTON, „The Affective Consequences of Service Work: Managing Emotions on the Job.“ *Work and Occupations*, roč. 20, 1993, č. 3, s. 227.



stranu může mít správná kombinace těchto faktorů za následek to, že povolání vyžadující emoční management může pracovník častěji považovat za naplňující a uspokojivá než ta, při jejichž výkonu není emoční práce vyžadována, protože povolání vyžadující tento typ práce v sobě nutně nesou nutnost mezilidského kontaktu, díky němuž mohou mít pracovníci například pocit, že někomu pomohli vyřešit nějaký problém či tíživou situaci apod. Nejde ale primárně o to, zda jsou důsledky emoční práce pro jedince pozitivní či negativní. Cílem této části práce bylo poukázat na skutečnost, že emoční práce se stala běžnou součástí pracovního života velké části populace a že s nárůstem významu servisního sektoru ekonomiky, ke kterému došlo v průběhu druhé poloviny 20. století, se nemění pouze pracovní podmínky a požadavky na jednotlivá zaměstnání, ale že se tyto změny projevují v mnohem širším měřítku a mají dopad i na nejniternější procesy týkající se emocí jednotlivců a jejich přístupu k sobě samým.

Naše emoce se už neřídí jen kulturou danými normami a pravidly, ale jsou čím dál více regulovány trhem a požadavky zaměstnavatelů, kteří mohou svým zaměstnancům nakazovat, jaké emoce mají v danou chvíli projevovat navenek, což ale většinou, jak již bylo řečeno výše, nezůstane ve výsledku beze změny jejich reálně prožívaných pocitů. To, co bylo dříve individuálním a dobrovolným jednáním každého člověka, začalo být prodáváno jako součást služby a vnímáno jako běžná součást náplně práce velké části zaměstnání. To, co bylo původně soukromě, skupinově či společensky vyjednaným pravidlem pro to, co za emoci je vhodné v dané situaci cítit nebo projevovat navenek, začalo být často určováno manažery a vepisováno do firemních příruček a pravidel jednání vůči zákazníkovi. Emoční směna, která byla individuální, rovnocenná a odmítnutelná, se stala standardizovanou a nevyhnutelnou. Emocionální systém byl podřízen komerční logice, která ho postupem času proměnila.<sup>101</sup> Emoce přestávají být cílem, ale stávají se z nich pouhé prostředky k dosažení externích, komerčních účelů. Čím vzdálenější jsou pro jedince tyto cíle, tím méně pak může tyto pocity považovat za své vlastní, a tím více se vzdaluje sám sobě. A čím častěji takovéto situace

---

<sup>101</sup> HOCHSCHILD, *The Managed Heart*, s. 186.

prožívá, tím těžší se pro něj stává určit, které emoce v jeho nitru spontánně vznikly a on je skutečně a autenticky pociťuje, a které v sobě pouze vyvolal na vnější popud, protože to po něm chce společnost, ve které pracuje, nebo proto, aby se zbavil nepříjemného napětí v podobě emoční disonance. Ve výsledku jsme tak nuceni být mnohem citlivější a být si více vědomi účelu a motivace „použití“ našich emocí a pocitů. Ti, kdo v rámci poskytování služby vykonávají emoční práci, by se dali srovnat s těmi, kteří v rámci výroby zboží vykonávají práci fyzickou – všichni podléhají pravidlům masové výroby pouze s tím rozdílem, že v případě emoční práce je produkovaným zbožím emoce nebo pocit, který tak ve výsledku patří více dané společnosti než jedinci (a jeho self), který pro tuto společnost pracuje.

Tržní logika tak začala prostupovat do oblasti našich emocí a začala hrát v našich životech mnohem důležitější roli, než jsme si byli (nebo možná stále jsme) ochotni si připustit. Toto je však podle mého názoru pouze první fáze určité tendence nebo procesu, který se započal právě přechodem k postindustriální společnosti, v níž, jak už bylo řečeno, se začal radikálně rozvíjet sektor služeb na úkor průmyslové výroby zboží a v důsledku čehož se pak otevřelo tak široké pole působnosti emoční práci a zvyšování nároků na jednotlivá povolání právě v této oblasti. Druhou fází je pak podle mého názoru prostupování tržní logiky ještě dále do oblasti našeho intimního života, již jsme dříve považovali za komerčním principům nepřístupnou, s čímž souvisejí další proměny našeho emocionálního prožívání, čemuž bude věnována další kapitola této práce.

### 3. Komodifikace intimního života

Které aktivity se nám zdají příliš osobní na to, abychom za ně platili nebo se na jejich výkon nechali najímat za plat? Během poslední doby se začalo objevovat mnoho služeb, u kterých by nám pomyslení na to, že bychom je měli řadit mezi standardní placené služby, mohlo připadat přinejmenším zněkklidňující. To, co jednomu může připadat „příliš“ v jednom kontextu, nemusí být nijak znepokojující pro někoho jiného, dívajícího se na danou situaci z jiného úhlu pohledu. Jasně ale je, že se v poslední době postupně zásadně proměňuje pohled na to, co je běžné v rámci trhu jako zboží nebo služba určená k prodeji a co patří do sféry našeho intimního života, na co by tržní principy uplatňovány být neměly. Tento trend, který by se dal nazvat komodifikací či komercializací intimního života, je asi nejpatrnější v západních vyspělých zemích, ve Spojených státech amerických nebo ve Velké Británii, domnívám se však, že je to trend všeobecný, který se začíná uplatňovat ve většině vyspělých zemí, kde se poskytování služeb stalo nejdůležitější částí ekonomiky a převzalo tuto roli po průmyslové výrobě zboží, která zastávala dominantní úlohu v době předchozí, a který bude do budoucna nabírat na síle. Když se hranice toho, co je součástí trhu a co součástí „posvátné“ sféry soukromého a osobního posouvá, když se stále větší část toho, co dříve patřilo pouze nám a co bylo z oblasti působení tržních mechanismů vyloučeno, zahrnuje právě do této trhem ovládané sféry, jsme nuceni k těmto věcem zaujímat nové postoje a nové přístupy. Všechny tyto změny tak mají dopad nejen na úrovni ekonomického systému a institucí, ale ovlivňují a mění i ty nejzákladnější postoje, jednání a prožívání všech lidí, náš soukromý, intimní život a to, jak přistupujeme k sobě vzájemně v interpersonálních vztazích i k sobě samým, ke svému self. Emoce už nadále nejsou něčím, co patří jen do našeho soukromého života, co je přirozené, nespoutané a autentické, ale vyvazují se z intimního prostoru jednotlivce a soukromé sféry a vstupují do sféry veřejné, kde jsou na ně uplatňovány mechanismy trhu, stejně jako na ostatní komodity, se kterými je možno obchodovat. Jak se s takovými situacemi vyrovnávat a co v nich cítit

je otázkou, na kterou zatím neznáme jasné a definitivní odpovědi. Je každá forma emocionálního odstupu odcizováním se sama sobě? A dá se toto odcizení odlišit od různých forem udržování odstupu, jež je někdy pro vztahy odehrávající se na půdě trhu nezbytné? A jak se změní přístup k našim vlastním emocím, když jsme placeni za to, abychom se starali, abychom milovali? Jaká emoční pravidla řídí náš cit pro to, nakolik emočně angažovaní bychom za kterých podmínek měli být? To všechno jsou otázky, které na základě proměny dnešní společnosti vznikají a na které bychom se měli pokoušet hledat odpovědi.

### 3.1 Hranice komodifikace

V průběhu posledních desetiletí se hranice komodifikace, tedy hranice, která odděluje tržní prostředí od intimní sféry osobního života, posunula a do oblasti trhu zahrnula činnosti a funkce, které dříve náležely výhradně rodině, od výchovy dětí přes úklid až po plánování narozeninových oslav a venčení psů. Hranice komodifikace představuje na straně trhu pomyslnou dělící linii pro firmy, které ji posouvají tím, že rozšiřují nabídku a možnosti uplatnění služeb a zboží vytvářející původně součást „neplaceného“ rodinného života, na straně rodin je to pak hranice, která je odsouvána ve stejném směru tím, že rodiny stále více cítí potřebu a přání po spotřebě takovýchto služeb a zboží. Střet této nabídky a poptávky pak na straně firem vede ještě ke s tím spojené vyšší poptávce po pracovnících zastávajících „rodinná“ zaměstnání, tedy těch, kteří tyto služby poskytují.<sup>102</sup>

Tyto změny jsou samozřejmě součástí dalších společenských změn, které jsou charakteristické pro vývoj většiny ekonomicky vyspělých států. Posouvání trhu do oblasti intimního života úzce souvisí s vývojem ve třech oblastech – v pracovním prostředí, v sektoru služeb a v rodině. Během posledních třiceti let ve Spojených státech amerických i ve většině evropských

---

<sup>102</sup> HOCHSCHILD, *The Commercialization of Intimate Life*, s. 35–36.

zemí<sup>103</sup> absorboval pracovní trh stále více lidí a postupně vzrůstal i čas v práci strávený. Určitá část firem (především bohatých a pokrokových nadnárodních korporací) se pak v reakci na to snažila změnit pracovní prostředí a firemní kulturu tak, aby se zaměstnanci v práci cítili co nejlépe jako kompenzaci za zvyšující se požadavky na čas v ní strávený, aby získali pocit, že „mohou v práci strávit celý svůj život.“<sup>104</sup> Na druhé straně se ale také znásobila i ta část pracovníků, kteří vykonávají méně kvalifikovanou práci, jejichž práce přesčas není kompenzována žádnou z těchto vymožeností a kteří jsou naopak nuceni nedostatek peněz i času nahrazovat levnějšími, trhem poskytovanými „náhražkami“ snažícími se substituovat domácí atmosféru. Druhým faktorem podílejícím se na komercializaci intimního života jsou (se změnami na trhu práce související) změny v sektoru služeb, který se snaží naplňovat potřeby stále vytíženějších rodičů, ať už jde o pomoc s úklidem či péčí o děti a seniory nebo různé služby zprostředkující seznámení, kterých v posledních letech neustále přibývá. Posledním, třetím trendem je pak vývoj ve sféře rodiny. Nižší porodnost, rostoucí počet populace žijící v jednočlenné domácnosti (od singles<sup>105</sup> přes rozvedené páry až po ovdovělé starší lidi) způsobuje, že se kultura „domova“ stává terčem

---

<sup>103</sup> Situace v postkomunistických zemích se vyvíjela poněkud odlišně, ale výslednou situaci ve 21. století můžeme považovat za v podstatě shodnou.

<sup>104</sup> Jerry USEEM, *Welcome To The New Company Town With all the great amenities companies are offering these days, you could spend your whole life at work. That, in fact, might be the problem* [online]. 2000. Dostupné z: <[http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/2000/01/10/271757/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2000/01/10/271757/index.htm)> [citováno 20. 2. 2012].

<sup>105</sup> Za singles jsou považováni lidé v produktivním věku, kteří žijí bez partnera či partnerky. Definice tohoto pojmu se liší především v tom, jestli jsou do skupiny zahrnováni pouze jedinci, kteří si tuto životní situaci zvolili dobrovolně nebo všichni bez ohledu na to, zda partnera nemají dobrovolně či nedobrovolně. Z výsledků průzkumu Výzkumného ústavu práce a sociálních věcí v roce 2003 vyplynulo, že v České republice přibližně třetina osob ve věku 20 až 35 let žije mimo manželství ani nekohabituje. Viz Marcel TOMÁŠEK, „Singles a jejich vztahy; kvalitativní pohled na nesezdané a nekohabituující jednotlivce v České republice.“ *Sociologický časopis*, roč. 42, 2006, č. 1, s. 84.

obchodníků, kteří se snaží vytvářet produkty, služby a místa, která by nám umožnila cítit se díky nim i v jiném prostředí „jako doma“.<sup>106</sup>

Opravdu zásadním faktorem je v tomto ohledu stupňující se časová vytíženost stále většího počtu lidí. Jak ukázala studie Jerryho Jacobse a Kathleedn Gerson z roku 2004 *The Time Devide*, velká část americké populace pracuje v časově náročných zaměstnáních a jejich pracovní vytíženost se neustále zvyšuje. Čtyřicetihodinový pracovní týden už dávno není normou. Lidé pracují buď příliš mnoho nebo naopak příliš málo, kdy opačný stav je způsoben snižováním stavů, outsourcingem a zvyšujícím se zájmem firem o pracovníky pracující na částečné úvazky či smlouvy na konkrétní, krátkodobé projekty. Na obou koncích tohoto spektra ve výsledku lidé trpí. Je to ale především ta část pracovníků, kteří jsou přepracovaní, již obrátili pozornost směrem k debatě o aktuálním a všudypřítomném problému nedostatku času.<sup>107</sup> Tento trend je patrný ve všech světových vyspělých zemích, a to především u vedoucích pracovníků a manažerů. Podle mezinárodního srovnání provedeného v roce 2007 americkou společností Robert Half International<sup>108</sup> pracuje většina manažerů déle, než je jejich smlouvou stanovená pracovní doba a u více než poloviny manažerů došlo v posledních dvou letech k prodloužení doby, kterou v zaměstnání tráví. Palčivost tohoto problému pak dopadá velmi často také na ženy, které stále vykonávají většinový podíl domácích prací a pečují o děti. Časová tíseň pak vede k tomu, že lidé, stejně jako firmy, převádějí práci, na kterou jim nezbyvá dostatek času, na někoho jiného, na pracovníky, které si najmou a zaplatí jim za poskytnutou službu. Najmout si a zaplatit nějakou formu náhrady je čím dál častějším a populárnějším způsobem řešení této časové tísně. Ačkoli je najímání služeb venčitelů psů, soukromých kuchařů, chův či svatebních

---

<sup>106</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, „Rent a mom‘ and other services: markets, meanings and emotions.“ *International Journal of Work organization and Emotion*, roč. 1, 2005, č. 1, s. 75–76.

<sup>107</sup> Jerry A. JACOBS – Kathleen GERSON, *The Time Divide: Work, Family, and Gender Inequality (Family and Public Policy)*. Cambridge: Harvard University Press 2004.

<sup>108</sup> *Pracovní doba: globální srovnání* [online]. 2007. Dostupné z <[www.roberthalf.cz/CZ/CZ/press/200710\\_Pracovni\\_doba\\_global.doc](http://www.roberthalf.cz/CZ/CZ/press/200710_Pracovni_doba_global.doc)> [citováno 15. 4. 2012].

poradců ve většině případů fenomén spojený s určitou ekonomickou třídou, vysoce rozšířené využívání podobných služeb ukazuje na signifikantní změnu, kterou americká společnost v oblasti rodinného života prochází.<sup>109</sup> Nejen v Americe se však rodina postupně proměňuje a z původní jednotky produkce se postupně stává jednotka spotřeby, kdy konzumace výrobků a služeb v tom, co je pro dnešní rodinu typické a charakteristické, nad výrobní funkcí převažuje. S postupným růstem trhu se pak bude posunovat i hranice komodifikace a bude docházet k přeměně funkcí rodiny a transformaci původních domácích prací na placené zákaznické služby.<sup>110</sup> Nejde však pouze o funkce, které běžně zastává rodina. Trend nahrazování různých aktivit a činností dříve spadajících do soukromé sféry komerčními substituty se týká velké části našeho intimního života, takže placenou službou se dnes dají nahradit třeba i přátelské vztahy a s nimi související činnosti, jako například pomoc přátel při výběru partnera, venčení psa, když je majitel na dovolené či plánování svatby a mnoho dalších.

Oblast intimního života a oblast trhu už nejsou dvěma striktně oddělenými sférami řídicími se odlišnými pravidly. Od určité chvíle se začaly propojovat a dnes je prakticky nemožné mezi nimi najít nějakou rozdělující linii. Naše častá představa, že mezi tržním a osobním životem stojí nepropustná a neměnná zeď, že v rámci rodiny či kruhu přátel nacházíme útočiště oprostěné od všeho spojeného s trhem, je již nadále neudržitelná, nekoresponduje s realitou. Zeď mezi oběma světy je propustná a v důsledku toho můžeme pozorovat, jak se vzájemně stále více proplétají. „Nejen, že občas skrz tuto zeď posloucháme, ale někdy si přes ni i půjčujeme. Půjčujeme si rétoriku pracovního života a aplikujeme ji na záležitosti týkající se domova.“<sup>111</sup> V dnešní době nejen čím dál častěji používáme „jazyk trhu“ pro popis nekomerčních věcí, ale zároveň máme tendenci dávat komerčním službám názvy vypůjčené z oblasti rodinného nebo intimního života obecně.

---

<sup>109</sup> Kristin BLAKELY, „Busy Brides and the Business of Family Life: The Wedding-Planning Industry and the Commodity Frontier.“ *Journal of Family Issues*, roč. 29, 2008, č. 5, s. 641.

<sup>110</sup> HOCHSCHILD, *The Commercialization of Intimate Life*, s. 36–37.

<sup>111</sup> HOCHSCHILD, „Rent a mom‘ and other services,“ s. 75.

Za příklad můžou posloužit respondenti, které Arlie Hochschild zpovídala pro svou knihu *The Time Bind* zabývající se sladováním práce a rodinného života, z nichž jeden doufá, že jeho rodina bude dobrým a produktivním týmem a druhý popisuje svou ženu jako svého nejlepšího zákazníka.<sup>112</sup> Stejný princip propůjčování pojmenování z opačné sféry, pouze z druhé strany „zdi“, je zase vidět například na malých firmách, které se rády chlubí tím, že u nich vládne rodinná atmosféra, inzeráty nabízející výkon domácích prací a péče slibující provedení těchto služeb ve stejné kvalitě jako by je prováděl člen rodiny, nebo názvy nově se objevujících služeb nabízejících možnost najmout si rodiče nebo prarodiče „Rent a Mom/Dad/Grandma/Grandpa“, rozšířeným především ve Spojených státech, ale také například u nás v podobě stále častěji se vyskytující nabídky pomoci od „hodinového manžela“. Všechny tyto příklady dokládají, že k prolínání oblasti intimního života a trhu se odráží i v našem vnímání těchto sfér, že se jejich propojení stává integrální součástí našeho přístupu ke společnosti a ke světu, ve kterém žijeme a toho, jak ho popisujeme a mluvíme o něm. Uplatňování „jazyka trhu“ se dokonce nevyhýbá ani nám samotným, našim self. Opět to úzce souvisí s faktem, že dnes trávíme stále více času v zaměstnání, a tudíž se naše práce a kariéra stává jednou z nejdůležitějších součástí našeho života. Abychom v dnešní době co nejlépe uspěli v rámci konkurence na trhu práce, je velmi důležité, abychom uměli sami sebe dobře „prodat“, což nás nutí o sobě samých přemýšlet z nového úhlu pohledu jako o komoditě, u níž chceme dosáhnout co nejvyšší tržní hodnoty, a proto musíme sami sebe často posuzovat podle instrumentálních a neosobních měřítek. Přesto, že vnímat sebe sama striktně jako komoditu je samozřejmě pouze extrémním vyústěním takového vývoje, je tento přístup k vlastnímu self součástí trendu, který v dnešní době zažíváme a který se stupňuje s přibývajícimi aspekty konzumní společnosti, jež k této redefinici sebe sama v tržních pojmech přispívají. S tím, jak tržní měřítka proměňují současné způsoby života, se nevyhnutelně mění i naše chápání a vnímání sebe sama a našich sociálních

---

<sup>112</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, *The Time Bind: When Work becomes Home and Home becomes Work..* New York: Metropolitan Books 1997, s. 114.



vztahů.<sup>113</sup> Jak uvádí kolektiv autorů v předmluvě k druhému číslu pátého ročníku *The Hedgehog Review* (2003), „přesto, že komodifikace není žádnou novinkou, novou se (dnes) stává svým rozsahem a intenzitou. Stala se intenzivnější a institucionalizovanější novým (...) způsobem nesoucím nové významy, které mění naše chápání světa i našeho místa v něm. Samotný charakter dnešního života se zdá čím dál více konzumní a komerční. (...) Už nežijeme pouze v tržní *ekonomice*, ale také v tržní *společnosti*, kde trh a s ním spojené myšlenkové kategorie dominují stále více oblastem našeho života.“<sup>114</sup> To odpovídá i představě celosvětově uznávané socioložky marockého původu Evy Illouz, která nazývá současnou organizaci společnosti emocionálním kapitalismem, který je charakteristický tím, že se v něm „emocionální a ekonomický diskurs a praktiky vzájemně formují a utvářejí jeden druhý, čímž vytvářejí rozsáhlý splývající proces, ve kterém se afekt stává esenciálním aspektem ekonomického chování a ve kterém emocionální život (...) následuje logiku ekonomických vztahů a směny.“<sup>115</sup>

Za výrazný doklad tohoto vývoje považuji právě nově vznikající služby, které jsem zmínila v předchozím odstavci v kontextu propůjčování rétorik a jazykových diskurzů z ekonomické sféry a jejich používání na oblast intimního života a naopak. Přesto, že u nás nejsou tyto služby ještě tolik rozšířené, jsem přesvědčena, že jde o určitý trend, který souvisí s komercializací a komodifikací intimního života, jež je příznačná pro postindustriální společnost a je jejím dalším vývojovým stupněm a že se v budoucnu budou i u nás objevovat stále častěji. Jde o služby, které nabízejí právě komerční substituty činností, jež byly dříve charakteristické pouze pro sféru intimního života a jejichž výkon byl vyhrazen pouze lidem z nejbližšího okruhu jedince, jeho příbuzným, přátelům nebo přímo jemu

---

<sup>113</sup> Joseph E. DAVIS, „The Commodification of Self.“ *The Hedgehog Review*, roč. 5, 2003, č. 2, s. 49.

<sup>114</sup> *The Commodification of Everything* [online]. 2003. Dostupné z <<http://iasc-culture.org/THR/archives/Commodification/5.2BIntroduction.pdf>> [citováno 17. 4. 2012], kurzíva v originále.

<sup>115</sup> Eva ILLOUZ, *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. London: Polity Press 2007, s. 5.

a které byly z tržního prostředí vyřazeny právě proto, že byly považovány za příliš intimní a osobní na to, aby je mohla nahradit služba poskytována za peníze, pro zisk. Tyto „nové služby“ dnes mají za úkol nahradit alespoň část těchto funkcí. Původně, když to ještě nebyly komerční služby, byla s těmito činnostmi vždy integrálně spojená intimita a jejich podmínkou bylo navázání nějakého, často velmi hlubokého, vztahu. Co se ale s tímto vztahem a intimitou stane, když je nahradí placené služby, jejichž podstatou je sice vytvářet dojem určitého vztahu, nicméně žádoucí je si tento vztah ve skutečnosti nevybudovat a naopak se snažit držet si od příjemce poskytované služby určitý odstup? Jak se mění naše vnímání těchto činností, když je vykonává někdo, kdo je nám cizí a koho si najímáme za peníze a jak přistupujeme k tomuto člověku? A co potom cítíme my sami, když těchto služeb využíváme?

### **3.2 Nové služby**

Abychom na tyto otázky mohli odpovědět, i když si zatím vzhledem k relativní novosti tohoto fenoménu nelze nárokovat odpovědi přesné a konečné, ale spíše jen jejich náznaky, je nejprve nutné uvést alespoň několik příkladů těchto „nových služeb“ a jejich fungování. Jak již bylo řečeno, jedná se o služby, které nahrazují funkce z ekonomického prostředí dříve vyřazované, vykonávané především jedinci samotnými, jejich rodinnými příslušníky, přáteli anebo sousedy. Ačkoli jsou zatím tyto služby charakteristické spíše pro Spojené státy americké či Velkou Británii, jak už jsem zmínila dříve, jsem přesvědčena, že se jedná o všeobecný trend a že se podobné služby budou stále častěji vyskytovat také u nás. To, že některé z těchto služeb jsou už u nás dostupné, i když zatím ještě ne tolik rozšířené, je toho určitým dokladem. Jedná se tedy především o služby poskytující různé formy péče o členy rodiny v pokročilém věku, péče a výchovy dětí (chůvy a au-pair) nebo dokonce jejich rození ve formě náhradního mateřství, starost o domácí mazlíčky, přípravy různých významných událostí jako jsou

svatby či dětské narozeninové oslavy, pomoc při hledání správné životní cesty či vhodného životního partnera nebo dokonce částečné „nahrazování“ samotných lidí tyto funkce vykonávající, čehož příkladem jsou právě služby typu „Rent a Mom/Dad/Grandma/Grandpa/Friend“.

Ráda bych zde uvedla několik příkladů, které zmiňuje Arlie Hochschild ve svém článku *Emotional Life on the Market Frontier* (2011)<sup>116</sup>, které, doplněné o poznatky dalších autorů, jsou vhodnou ukázkou pro bližší porozumění fungování těchto služeb v širším kontextu, v kontextu komodifikace intimního života a s ním souvisejícího emočního managementu. Prvním příkladem takové služby je pomoc při hledání partnera, která zároveň velmi dobře dokládá již dříve uvedené propůjčování rétorik naskrz oblastmi trhu a intimního života, které se někdy uplatňuje i přímo na naši vlastní osobu. Největším přínosem takové služby jsou totiž rady, jak dosáhnout co nejvyššího indexu ROI<sup>117</sup>, tedy co nejvyšší návratnosti investic co se týká času, snahy a peněz, které jedinec do hledání partnera vložil. To v důsledku znamená, že se člověk musí naučit vidět sám sebe tržní perspektivou a prezentovat ostatním sám sebe jako žádané zboží. „Internet je největším obchodním centrem světa, [takže] se musíš naučit, jak v něm nakupovat i jak být sama koupena,“<sup>118</sup> to byla rada odborníka, kterého si padesátiletá Američanka Grace najala, aby ji pomohl prostřednictvím internetové seznamky najít vhodného partnera, protože již nechtěla ztrácet čas náhodnými setkáními na různých večírcích pořádaných přáteli, které obvykle nikam nevedly. K tomuto přístupu ke hledání vztahu přispívá také nově vzkvétající průmysl ‚terapeutického expertního vědění‘. Ten prostřednictvím nepřeborného množství příruček radí (nejen) ženám, jak vzít život, včetně toho milostného, do vlastních rukou a mít ho pod kontrolou tím, že je učí správně se nabízet diverzifikovaným trhům [a] investovat do svého tělesného

---

<sup>116</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier.“ *The Annual Review of Sociology*, roč. 37, 2011, č. 1, s. 21–33.

<sup>117</sup> ROI (Return on Investment) je zkratka používaná v ekonomii a znamená návratnost investice. ROI vyjadřuje čistý zisk nebo čistou ztrátu vůči počáteční investici a obvykle se udává v procentech.

<sup>118</sup> HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier,“ s. 29.

já, aby měly větší šance na úspěch.<sup>119</sup> V případě, že se jim to delší dobu nedaří, je, opět za pomoci jazyka vypůjčeného z oblasti trhu, nabádá, aby přestaly svou láskou k někomu neperspektivnímu plýtvat, zamezily tak ztrátám a investovaly ji někde jinde. Odborný poradce, v angličtině označovaný termínem *love coach*, kterého si Grace najala, jí pomohl napsat úvodní text a vybrat fotografii na profil a vysvětlil jí systém desetistupňového hodnocení, pomocí níž byla na stránkách seznamky připisována jednotlivým uživatelům „cena“ na trhu internetového seznamování.<sup>120</sup> Grace byla nabídnuta i pomoc v rámci vyhodnocování došlých odpovědí, kterou ale odmítla. Protože se ocitla na hranici komodifikace, protože musela sama na sebe pohlížet skrze perspektivu trhu, cítila nutnost si pro sebe určit hranici, za kterou už nechce jít, kde by se ocitla až příliš odcizena sama sobě a vlastnímu self. Stejně tak pro ni bylo zásadní, že tento tržní úhel pohledu na sebe i ostatní, tato komodifikace, zůstane ohraničená pouze na prostředí internetu. Chvíli, kdy se rozhodla s někým setkat „offline“, vnímala jako zlomový bod, který by měl vést opět k vyvázání se z tržní logiky, kdy by se měla vrátit zpět na druhou stranu „zdi“, do sféry intimního života, dekomodifikovat se. V tomto okamžiku však Grace narazila na problém z druhé strany, ze strany dvou mužů, se kterými postupně navázala vztah, nicméně ho v obou případech po relativně krátké době ukončili, jelikož nevycházeli podle jejich představ. Oba muži ji při rozchodu řekli v podstatě totožnou věc, tedy že se vrátí ke hledání prostřednictvím seznamky, protože pro ně bylo tak snadné najít na internetu ji, že tam jistě bude mnoho dalších takových žen, jako je ona. Změna přístupu k sobě sama a hlavně k ostatním na internetové seznamce, jejich nahlížení na uživatele pohledem trhu, je dovedlo až tak daleko, že v Grace viděli jen „krabici cereálií, stejnou jako další krabice stojící vedle ní na polici v obchodě s potravinami.“<sup>121</sup> Na tomto příkladu je vidět, jak snadno se dá v rámci ovlivnění jazyka a logiky trhu zajít do bodu, kdy se pro nás druhá

---

<sup>119</sup> Helen G. BROWN, *Having it all*. New York: Pocket Books 1982.

<sup>120</sup> HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier,“ s. 29.

<sup>121</sup> *Ibid.*

osoba stává pouze věcí, duplikovatelnou a opakovatelnou, kdy se ztrácí její individualita. Co to pak znamená pro naše pocity a emoce a náš vztah vůči nám samým? Je opravdu tak snadné převzít perspektivu trhu a podívat se sám na sebe jako na zboží, které chci prodat? A jak se na mě budou v takovou chvíli dívat ostatní? I zde dochází teprve k postupné proměně emočních pravidel, které emocionální prožívání takových situací regulují, a společenskému vnímání těchto nových služeb vůbec. V případě komerčních služeb sloužících k seznamování mohou například „úplné komodifikaci [...] bránit jiné oblasti trhu, které podporují narativy feminity a romantické lásky.“<sup>122</sup> Odchýlit se od těchto norem tak nemusí být úplně snadné a ony v nás také často vyvolávají procesy, které nám pomáhají oddělit své vnitřní já od tohoto „tržního“ a vyvázat se z této logiky, tedy zpětné mechanismy, kdy se člověk snaží opět dekomodifikovat, navázat na svoje vnitřní já a nepoměřovat věci kolem sebe pouze jako zboží. Nicméně je jasné, že neustále se zvyšující počet komerčních seznamovacích služeb, ke kterému v posledních letech dochází, se dá chápat jako naplnění předpovídaného posunu směrem ke konzumní kultuře, kdy nárůst poskytování stále více věcí a služeb jeho prostřednictvím vede k začleňování nových oblastí do sféry komoditního trhu, v důsledku čehož dochází k rekonstrukci sociálního života na tržních základech.<sup>123</sup>

Za další příklad nové služby, možná dokonce její nejradikálnější formy, může sloužit příběh náhradní matky Anjali, se kterou dělala Hochschild rozhovor na klinice umělé reprodukce v indickém městě Anand. Anjali byla jednou z více než dvou set náhradních matek, které klinikou od jejího založení v roce 2004 prošly a které se rozhodly „pronajmout“ svou dělohu, aby výměnou za několik tisíc amerických dolarů porodily dítě párům ze západního světa. Za takto vydělané peníze plánovala Anjali koupit dům pro

---

<sup>122</sup> Jacqueline DAVIDSON, „Perceptions of Commercialised Social Introduction Services Amongst Women.“ In: CASEY, E. – MARTENS, L. (eds.), *Gender and Consumption: Domestic Cultures and the Commercialisation of Everyday Life*. Aldershot: Ashgate 2007, s. 106.

<sup>123</sup> Norman FAIRCLOUGH, „Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities.“ *Discourse Society*, roč. 4, 1993, č. 2, s. 141.

svou rodinu, se kterou se však musela přestěhovat z původního bydliště na jiné místo, jelikož její rodina, stejně jako velká část indické společnosti, náhradní mateřství odmítá a odsuzuje, protože ho považuje za určitý typ sexuální práce.<sup>124</sup> Náhradním matkám je na klinice vštěpováno, že se mají snažit držet si emocionální odstup jak od dítěte, které nosí, tak od jeho rodičů a pohlížet na sebe pouze jako na „prenatální chůvy“. Jelikož je jejich těhotenství „pouze“ poskytovanou službou a dítě, kterého se po narození budou muset vzdát, zdrojem zisku, jsou nabádány k tomu, aby zachovali profesionální přístup a oddělily své „pravé, vnitřní já“ od této dočasně zapůjčené části těla.<sup>125</sup> Jak si ale udržet odstup od něčeho, co je mou součástí, jak se emocionálně nevázat na dítě, které ve mně devět měsíců roste a které porodím? Jak se pohybovat na hranici mezi tím, co by znamenalo si držet příliš velký odstup a tím, co si ho nedržet dostatečně? Je evidentní, že náhradní mateřství je jedním z nejextrémnějších případů „nové služby“, které vyžaduje vykonávání emoční práce nepřetržitě, jak v průběhu těhotenství, tak (a možná ještě intenzivněji) po něm, ve chvíli, kdy se náhradní matka musí narozeného dítěte vzdát a předat ho jeho zákonným rodičům a kdy se snaží vyhnout pocitům smutku a ztráty a udržet si představu sama o sobě, o svém skutečném self, jako o milující a pečující matce ve světě, ve kterém se dá za peníze vyměnit úplně všechno.<sup>126</sup> Emoční management je v tomto případě velmi intenzivní a určitě má významný dopad na formování a vnímání vlastního self, identity a autenticity. „Tím, že je od náhradních matek požadováno potlačit veškerou mateřskou lásku, kterou k dítěti cítí, [stává se z práce náhradních matek forma odcizené práce], protože ji náhradní matka musí oddělit od jejího výsledku, kterou má těhotenství správně znamenat – tedy emočního pouta ke svému dítěti.“<sup>127</sup> Z těhotenství

---

<sup>124</sup> Amrita PANDE, „Not an ‚Angel‘, not a ‚Whore‘: Surrogates as ‚Dirty‘ Workers in India“. *Indian Journal of Gender Studies*, roč. 16, 2012, č. 2, s. 1–28.

<sup>125</sup> HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier,“ s. 24.

<sup>126</sup> Ibid, s. 25.

<sup>127</sup> Elisabeth S. ANDERSON, „Is Women’s Labor a Commodity?“ *Philosophy & Public Affairs*, roč. 19, 1990, č. 1, s. 81, 83.

a narozeného dítěte se stává komodita, na níž jsou uplatňována pravidla trhu. Je možné tento vztah vrátit zpět na druhou stranu pomyslné „zdi“ mezi oblastí intimního života a sférou tržní ekonomiky? Aby náhradní matky chránily svou identitu pečujících a milujících matek, protože většina z nich už má vlastní děti,<sup>128</sup> snaží se i přes veškerá doporučení vybudovat k dítěti určitý vztah. „Jsou pyšné, že nepodléhají materialismu „přes příliš“ a nepřístupují ke svým dělohám pouze jako ke strojům na peníze. Jsou mateřské. Jsou dárkyněmi. Nechtějí být vnímány jako příliš odloučené od svých těl nebo dětí.“<sup>129</sup> Tedy přesto, že se snaží náhradní matky nevázat na děti příliš, aby pro ně nebylo tak těžké se jich po narození vzdát, nejsou schopny se na ně nevázat vůbec, protože taková forma odpoutání se od vlastní identity je pro ně často nepřipustná a znamenala by negativní důsledky pro vnímání jejich skutečného, pravého self, jejich identity jakožto matek. Náhradní mateřství jako forma komerční služby však neklade nároky pouze na náhradní matky jako své poskytovatelky, ale také na ty, kteří si tuto službu kupují, tedy budoucí rodiče dítěte, jež se náhradní matce narodí. Jak se mají rodiče v takové situaci cítit a jak se mají chovat k ženě, která porodí jejich dítě? Mají s ní navázat nějaký bližší vztah, aby skrze něj mohli být blíže svému dosud nenarozenému dítěti, nebo si mají naopak držet odstup? Jaká emoční pravidla zde platí? Vzhledem k tomu, že se jedná o velmi nový jev, který se zatím týká relativně malé části populace, můžeme těžko hovořit o společensky ustavených emočních pravidlech, která by takovou situaci regulovala. Nicméně určitá pravidla zde pro budoucí rodiče, stejně jako tomu bylo v případě náhradních matek, nastavují lékaři z kliniky. Daní rodiče si v tomto případě udržovali od náhradní matky spíše odstup a snažili se s ní nenavazovat žádný osobní vztah a brát celou situaci spíše jako obchod, což

---

<sup>128</sup> Hochschild ve svém článku neuvádí podmínky pro přijetí matek na kliniku jako kandidátek pro náhradní mateřství, ale to, že matka již porodila vlastní dítě bývá často podmínkou z důvodu snižování pravděpodobnosti, že se žena dítěte nebude chtít po narození vzdát. Viz Lenka ZAMYKALOVÁ, *Kdo smí participovat na asistované reprodukci*. odstavec [online]. 2003. Dostupné z <<http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v3103>> [citováno 26. 4. 2012].

<sup>129</sup> HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier,“ s. 25.

lékaři z kliniky podporovali. I v tomto vztahu se objevuje celá řada emocí, jež je potřeba nějakým způsobem zvládat a vyrovnávat se s nimi. Aby se daní rodiče mohli cítit jako opravdoví rodiče, potřebovali si udržet odstup, aby mohli později „zapomenout“ na fakt, že jejich dítě porodil někdo jiný. „Ptali jsme se, čím si její manžel živí a kolik mají dětí. Nepamatuji si, co odpověděla. Nepamatuji si ani její jméno.“<sup>130</sup> Daná situace byla pro budoucího otce dítěte odnošeného náhradní matkou natolik komplikovaná, že raději zvolil cestu naprostého emocionálního odstupu.

Třetí příklad není popisem jedné konkrétní služby, která by se dala na dnešním trhu nalézt, ale opět souvisí s proměnou současné společnosti a posouváním hranice komodifikace a naším přístupem k tomuto fenoménu, a proto bych ho zde ráda uvedla. Ve svém eseji nazvaném *The Commodity Frontier*<sup>131</sup> předkládá Arlie Hochschild inzerát, který se objevil v novinách v květnu 2001. Dle vlastního popisu v něm inteligentní a zcestovalý, avšak plachý třicetiletý obchodník a milionář, který se zrovna přistěhoval na nové místo a je zavalen pozvánkami na společenské akce všeho druhu, hledá krásnou a inteligentní hostesku, která je zároveň dobrá masérka. Jak popis dívky, která se má stát jeho „osobní asistentkou“, tak popis prací, které by byly zahrnuty do pracovní náplně, jsou velice konkrétní, včetně hodinové mzdy. Dívka musí být atraktivní, v dobré kondici, pozorná a musí jí být mezi 22 a 32 lety. Vykonávané práce zahrnují doprovod na společenské akce, masírování, společné cestování i zařizování a řešení drobných domácích záležitostí jako placení účtů a podobně. Činnosti jsou podle náročnosti různě, avšak všechny velmi dobře placené, kdy hodinová mzda se pohybuje mezi 40 až 140 dolary a v inzerátu je také jasně řečeno, že po ženě rozhodně nebudou vyžadovány žádné sexuální služby. Hochschild použila tento inzerát jako malý test a zeptala se svých studentů na univerzitě v Berkley, jak by na něj reagovali. Za první signál změny přístupu k tomuto fenoménu a toho, že

---

<sup>130</sup> Ibid, s. 26.

<sup>131</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, „The Commodity Frontier.“ In: ALEXANDER, J. C. – MARX, G. T. – WILLIAMS, C. L. (eds.), *Self, Social Structure, and Beliefs: Explorations in Sociology*. Berkley and Los Angeles: University of California Press 2004, s. 38–56.



se komercializace intimního života začíná postupně stávat přirozenou součástí našich životů může sloužit už samotný fakt, že přesto, že je inzerát nějakým způsobem zneklidnil, žádného ze studentů nepřekvapil. Z jejich (povětšinou negativních) reakcí vyplynulo, že tento odmítavý postoj je způsoben především tím, že svým přístupem posouvá muž zadávající inzerát „depersonalizaci vztahů na novou úroveň, (že) chce mít manželku, ale sám nechce být manželem.“<sup>132</sup> Tím, že konkrétně vyčísluje mzdu za všechny jednotlivé činnosti, rozděluje roli, kterou má většina společnosti spojenou s osobou matky nebo manželky a vnímá ji jako celek, na několik částí, a tyto části spojuje pouze s konkrétní finanční částkou, a tím ji depersonalizuje. Přesto, že tyto jednotlivé úkoly ve své podstatě může vykonávat téměř kdokoli, je inzerát naprosto jednoznačný v tom, jaká žena má šanci danou práci získat, což právě vyvolává představu, že nejde pouze o samotné provedení dané práce, a že se tedy pravděpodobně jedná i o určitý přesah budoucího vztahu. Navzdory tomu je ale z inzerátu cítit, že nesměřuje k navázání přátelského nebo milostného vztahu. Jeho prostřednictvím je tu sice poptáván výkon činností, které jsou povětšinou s nějakým typem vztahu spojované, ale odměnou mají být peníze, ne vzájemné porozumění, respekt nebo dokonce láska, jakákoli emocionální angažovanost zde chybí. Vztah, který má mít v intimním životě pro člověka určité kouzlo, je zde odkouzlen a převeden pouze na smlouvou regulovaný tržní vztah. Nejde jen o to, že zde chybí pocity a emoce, stejně tak zde chybí jakýkoli závazek k emoční práci, k tomu, že člověk bude určitým způsobem pracovat na svých citech, aby daný vztah rozvíjel. Peníze zde kupují svobodu, právo depersonalizovat vztah a platí za to, za co se člověk obvykle odvděčuje v jiných formách, svým jednáním a city k druhému, kupují možnost vymanit se z emočních pravidel, které běžně vztahy tohoto typu regulují a které odpovídají našemu ideálu romantické lásky, platí za právo mít nad vztahem absolutní kontrolu.<sup>133</sup> Je otázkou, jak by tento vztah ve skutečnosti fungoval. Lze si jen těžko představit, že by spolu dva lidé mohli trávit tolik společného

---

<sup>132</sup> Ibid., s. 40.

<sup>133</sup> Ibid., s. 42.

času a přitom spolu nenavázat nějaký vztah. Pokud by ale opravdu věci probíhaly podle představ muže, který si inzerát podával, vyžadovalo by to od dívky, která by toto zaměstnání zastávala, neustálou emoční práci. Jednou z činností poptávaných prostřednictvím inzerátu bylo dělat mu doprovod na různé společenské akce, což by pravděpodobně mělo vést k tomu, aby to pro ostatní účastníky těchto akcí navenek vypadalo, že spolu udržují nějaký vztah. Neustále navozovat dojem, že k danému člověku něco cítí, by bylo jistě velmi náročné a po čase by pravděpodobně vedlo k emocionální disonanci, pokud by ke svému zaměstnavateli daná dívka opravdu nic necítila. Důsledkem toho by pak paradoxně mohlo být to, že by si k němu, aby tomuto neustálemu napětí mezi skutečně pociťovanými a předstíranými emocemi předešla, časem nějaký citový vztah vybuodovala. To ale neodpovídá představě uvedené v inzerátu, nebo alespoň ne v případě, kdy by si dívka začala nárokovat právo na jakoukoli emoční angažovanost z druhé strany. Je ale možné předpokládat, že i v případě muže, který si inzerát podal, by mohl následný vývoj probíhat podobným způsobem. Toto vyústění je pouze možným scénářem, jak by se daná situace mohla vyvinout. Zajímavější však možná je zamyslet se nad tím, co daného člověka vůbec k podání takového inzerátu vedlo. Je to opravdu tak, jak to komentovali někteří ze studentů, již měli inzerát posoudit ze svého pohledu, že si tímto způsobem daný muž opravdu hledal ženu, aniž by musel sám zastávat roli manžela? Je dnes skutečně možné všechno to, na co člověk nemá čas, koupit za peníze? Můžeme si tímto způsobem pomoci v situacích, kdy chceme mít všechno, jen to nechceme (nebo nemůžeme) dělat sami, vlastními silami?<sup>134</sup> Nedostatek času způsobil, že logika outsourcingu, kdy na všechno, co nechceme nebo nemůžeme dělat sami, nebo v tom jen nejsme (nebo se necítíme být) tak dobří, si najmeme někoho, kdo to udělá za nás, začíná být uplatňována i na oblast našeho intimního života. Příklad muže s inzerátem je toho extrémním příkladem. Je tolik zaneprázdněn svou prací, že nemá čas si hledat partnerku.

---

<sup>134</sup> Kurt STANDHOLTZ – Brooklyn DERR – Dawn CARLSON – Kathy BUCKNER, *Beyond Juggling: Rebalancing Your Busy Life*. Berrett-Koehler Publishers: San Francisco 2002, s. 58.

Řešením pro něj v takové situaci ale není zvolnit své pracovní nasazení, ale zaměstnat za peníze někoho, kdo toto prázdné místo v jeho životě zaplní, což zároveň vyřeší i jeho problém s tím, že je plachý a v „reálném“ světě by dívku možná ani nedokázal oslovit.

### **3.3 City a emoční management dnes**

Všechny tři příklady ukazují na výraznou změnu v našem vnímání toho, které aktivity se nám zdají příliš osobní na to, abychom za ně platili nebo se na jejich výkon nechali najímat za plat. Oblast činností, které bychom nesvěřili nikomu jinému než našim blízkým se, jak se zdá, neustále zmenšuje. Co to pro nás ve skutečnosti znamená? Jak se tyto změny projevují a co s sebou přinášejí, jak se odrážejí v našem vnímání těchto aktivit, které byly dříve vždy spojeny s intimitou a byly pro nás něčím osobním a dnes si na jejich výkon najímáme někoho jiného, s kým ve velké části případů nemáme vůbec žádný vztah? A jak se odráží na tom, co cítíme my a jak zacházíme s našimi emocemi? Jak vyplývá z uvedených příkladů, jedním z projevů těchto změn je právě „outsourcing“ některých činností a nabízí se tak otázka, co z našeho intimního života je pro nás až příliš významné na to, abychom to svěřili do rukou někoho jiného. Tím, že si na určité činnosti najímáme tyto placené služby, vytváříme si od nich odstup a náš vztah k výsledkům této práce se stává zprostředkovaný právě skrze tyto služby a ty, kteří je poskytují. My se pak měníme v jakési manažery našich osobních životů. Často se však jedná o aktivity, které pro nás sami o sobě (a stejně tak i jejich výsledky) mají určitou symbolickou hodnotu a jsou s nimi spojené určité emoce. Pokud tuto aktivitu svěříme někomu jinému, znamená to v důsledku, že mu s ní svěřujeme i danou emoci? Když rodiče nechají svému dítěti uspořádat skvělou narozeninovou oslavu za pomoci profesionálů, komu pak má být vděčné – rodičům nebo pořadatelům oslavy? Mohou mít rodiče sami radost, že se jim takovou oslavu povedlo zařídit, i když je to nestálo nic jiného, než zaplatit někomu, kdo to udělá za ně? Čím dál častěji dáváme

najevo svou lásku za pomoci náhražek, které je si možno koupit. Problémem těchto služeb ale je, že jsou standardizované, stále stejné. Nezáleží už pak na tom, kdo danou věc dává, je stejná jako tisíc dalších, je odosobněná, duplikovatelná, nahraditelná, komodifikovaná, odpovídá logice trhu. To, že k těmto řešením přistupujeme, ale ještě neznamená, že si jejich neosobní působení neuvědomujeme. „Ať už jako poskytovatelé, zprostředkovatelé nebo spotřebitelé, lidé často cítí určitou kontradikci mezi přáním dát osobní dar a neosobními prostředky, kterými je dáván.“<sup>135</sup> Evidentně jsme tedy ještě pocit, že některé věci by měly být osobní a měli bychom je dělat my sami, že ještě stále existují věci, které by se za peníze dát koupit neměly, úplně nevytěsnili. Jelikož ale kvůli nedostatku času často nakonec tyto neosobní prostředky volíme, musíme se s tímto pocitem určitým způsobem vyrovnat. To děláme za pomoci managementu emocí, jehož zvyšující se nároky jsou dalším projevem rozvoje těchto nových služeb. Bude se starý člověk cítit jako břemeno, když si jeho děti najmou někoho, aby si s ním chodil povídat místo nich? Bude dané dítě zklamané, že mu rodiče oslavu pouze zaplatili, nebo dokáže chápat fakt, že někoho najali, jako dar sám o sobě? Anebo bude vnímat, že mu jeho rodiče nedali skutečný dárek v podobě něčeho osobního, ale přesto se jim bude snažit být vděčné? Budou zaneprázdnění rodiče bojovat s pocity viny, že nedávají svému dítěti tolik, kolik by měli, když si jeho oslavu zaplatí? Naše jednání v podobě najímání těchto služeb se může odehrávat na té straně zdi, která náleží trhu, zatímco naše pocity mohou stále odpovídat emočním pravidlům spadajících do oblasti našeho intimního života. Všichni si pak musíme vytvářet nové vztahy ke svým vlastním emocím, zkoumat, co bychom měli v těchto nově nastavených podmínkách cítit a často se vyrovnávat s napětím mezi tím, co ve skutečnosti cítíme a co si myslíme, že bychom cítit měli.

Skutečnost, že v dnešní době trávíme čím dál tím více času prací je podle mého názoru nejvýznamnější příčinou všech těchto změn. (...) čas přestává být jazykem vyjádření lásky a čím dál častěji se jím stává utrácení peněz.“<sup>136</sup>

---

<sup>135</sup> HOCHSCHILD, „Rent a mom‘ and other services,“ s. 81.

<sup>136</sup> Ibid.

Odpovídá tomu i již zmíněný outsourcing. Ačkoli jeho původním smyslem mělo být převést určité úkoly a povinnosti na někoho jiného, aby se člověk mohl soustředit více na činnosti a vztahy, na kterých mu záleží nejvíc,<sup>137</sup> zdá se, že v současnosti se tato logika obrací a outsourcing často využíváme právě na tyto aktivity, abychom se mohli více soustředit na práci a kariéru. Zaměřujeme svou pozornost na výsledek, ale cestu, která k němu vede, svěřujeme do rukou někoho jiného, protože nám na to nezbývá dostatek času. Dá se ale opravdu výsledkem, vykonaným někým jiným v podobě placené služby, nahradit daný proces? S nedostatkem času jsme „naše osobní symboly přesunuly z oblasti produkce do oblasti spotřeby.“<sup>138</sup> Nikdo z nás však s jistotou neví, co bude toto přesouvání znamenat pro naše emocionální prožívání. Je možné, že pokud tato situace bude trvat dostatečně dlouho, i emoční pravidla se nakonec přizpůsobí tržní logice a peníze se pro nás stanou měřítkem péče a lásky? Odpovědět na danou otázku s jistotou nemůžeme. Jak ale bylo jasné z popisu jednotlivých služeb, ve chvíli, kdy tržní logika zajde až příliš daleko, máme tendenci zapojit určité obranné mechanismy, „přeskočit“ zpátky přes zeď a opětovně se napojit na naše vnitřní já, dekomodifikovat se. Snažíme se bojovat a řešíme otázky, kam až můžeme zajít ohledně toho, co si můžeme koupit a jak tomu přizpůsobit svoje pocity a emoce. „(Tváří v tvář) tomuto propojení trhu a (osobního) darování nejsme ani bezbrannými oběťmi trhem způsobeného odcizení, (ale) ani naše způsoby adaptování nejsou „přirozené“; (aktivně) na nich pracujeme.“<sup>139</sup> Vytváříme si mechanismy obrany, pomocí nichž se zpětně navazujeme na své osobní symboly, na své self a na svou identitu, aby pro nás náš intimní život byl nadále něčím intimním a osobním. Je to neustálý boj proti tržní logice, která má tendenci zasahovat čím dál více z něj.

Jak již bylo řečeno, naše společnost v posledních letech prochází výraznými změnami, co se našeho intimního a emocionálního života týká. Podle mého názoru nastaly dva výrazné zlomy ve vývoji v oblasti práce

---

<sup>137</sup> STANDHOLTZ – DERR – CARLSON – BUCKNER, *Beyond Juggling*, s. 58.

<sup>138</sup> HOCHSCHILD, „Rent a mom‘ and other services,“ s. 81.

<sup>139</sup> HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier,“ s. 32.

a s ní spojeným managementem emocí. První velkou změnou byl přechod od industriální společnosti ke společnosti postindustriální, ve které se začal radikálně rozvíjet sektor služeb na úkor průmyslové výroby zboží. Jelikož je pro sektor služeb zásadní osobní kontakt se zákazníkem, získával management emocí v rámci pracovních procesů postupně na významu a stal se, společně se svými dopady na jednotlivce, běžnou součástí většiny zaměstnání. Druhou změnou, která se začíná projevovat teprve v posledních letech či desetiletích, což se však velmi liší v jednotlivých zemích, a je proto těžko ji přesně časově zařadit, je rozvoj sektoru „nových služeb“. Ty komerční službou nahrazují určité procesy a jednání v oblastech, které dříve byly z tržního prostředí vyřazeny, a dávají tak emočnímu managementu nový rozměr.

Tím, jak se zvyšuje počet těchto služeb, narůstá postupně i množství emoční práce, která je vykonávána jak pracovníky tyto služby vykonávající, tak i jejich příjemci, a otevírá se tak úplně nová oblast, oblast emocionální dimenze komodifikace. Jak se tržní logika rozšiřuje a začíná se uplatňovat na stále více oblastí včetně našeho osobního, intimního života, tím více aktivit se, kdybychom měli použít Habermasových<sup>140</sup> pojmů, přesouvá z „žitého světa“ do oblasti „systému“, z oblasti domova a komunity do placeného prosotru ekonomiky a státu. Emoční práce pak do určité míry utváří most mezi těmito dvěma světy.<sup>141</sup> Stejně jako v Habermasově teorii ale i v tomto případě, kdy se ocitáme na hranici komodifikace a oblast trhu a intimního života se čím dál více vzájemně proplétají, existují určité protichůdné mechanismy obrany proti komodifikaci a s ní spojeným odcizováním se sama sobě, jejichž prostřednictvím se opětovně snažíme na oblast svého intimního života navázat, propojit se se svým vnitřním, pravým já.

Těmito změnami prochází naše společnost teprve relativně krátkou dobu, proto je velice těžké říct, kam se bude vývoj ubírat nadále. Je ale zřejmé, že problematika emočního managementu a komercializace intimního života není

---

<sup>140</sup> Jürgen HABERMAS, *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon Press 1985.

<sup>141</sup> Arlie R. HOCHSCHILD, „An Emotion Lens on the World.“ In: HOPKINS, D. – KLERES, J. – FLAM, H. – KUZMICS, H. (eds.), *Theorizing Emotions. Sociological Explorations and Applications*. Frankfurt/New York: Campus Verlag 2009, s. 33.

pouze okrajovým fenoménem, nad kterým bychom mohli jen tak „mávnout rukou“, ale že jsou to pro dnešní dobu faktory naprosto stěžejní, měnící náš pohled na společnost a naše místo v něm, a tedy záležitosti, které si zaslouhují naši pozornost. Úkolem sociologie by mělo být pokoušet se nalézt perspektivu, skrze níž bychom měli tyto problémy a změny dotýkající se samé podstaty nás samotých, našich emocí a práce s nimi, nahlížet a umět jim lépe porozumět.

## Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala komodifikací a komercializací intimního života, tedy okupováním této sféry trhem a jeho principy. Pokusila jsem se ukázat, že v posledních desetiletích prošla naše společnost dvěma významnými změnami, které mají dopad na emocionální prožívání jedinců, a jejich vztahování se k vlastní identitě a self. Důležitou součástí práce bylo také představení vývoje postavení emocí v rámci sociologie. Jak dokládá narůstající počet západních publikací zabývajících se různými tématy z oblasti sociologie emocí, ukazuje se tato její subdisciplína jako velice perspektivní obor, který poskytuje nový pohled na společnost a změny v ní probíhající. Doplnění své práce o tento „úvod do sociologie emocí“ pokládám za velmi důležitý také proto, že v českém prostředí je zatím tento obor úplně opomíjen a je tedy třeba poskytnout čtenáři širší kontext pro lepší porozumění celému textu.

Ve své práci docházím k závěru, že naše společnost v současnosti probíhá druhou významnou změnou týkající se emocionálního prožívání v kontextu práce a trhu. Prvním významným zlomem, který tomu současnému předcházela, byl přechod od industriální společnosti ke společnosti postindustriální. Ten s narůstajícím významem servisního sektoru a zvyšování počtu zaměstnání v rámci něj z emočního managementu učinil běžnou součástí velké části zaměstnání, a tím se významně proměnilo utváření emočních pravidel, která nám poskytují vodítka pro to, co za emoci je vhodné v dané situaci cítit nebo projevovat navenek. Tato pravidla byla dříve vyjednávána individuálně v rámci osobních vztahů nebo společensky jako součást kulturních norem. S rostoucím významem sektoru služeb však začala být určována vedoucími představiteli firem v podobě zásad jednání vůči zákazníkovi, a stala se tak prostředkem pro dosažení jejich komerčních cílů. Protože skrze tento proces jedinec ztrácí významnou část kontroly nad svým emocionálním prožíváním, jež začíná primárně určovat logika trhu s cílem dosáhnout co nejvyšších zisků, dá se zde nalézt paralela s odcizením pracovníka od jeho fyzické práce a jejích výsledků, jak ji popisoval Marx.



Jediným rozdílem zde je, že v případě emoční práce je produkovaným zbožím emoce nebo pocit, a odcizení se proto dostává ještě hlouběji, do sféry našich emocí. Ty pak v důsledku patří spíše společnosti, pro kterou daný zaměstnanec pracuje, než jemu samotnému, a on pak často dochází k tomu, že se odcizuje vlastním pocitům a emocím, a také svému vnitřnímu já, pro něž jsou tyto složky do značné míry konstitutivní.

Druhou změnou, kterou podle mého názoru naše společnost prochází právě teď, je zintenzivnění toho prostupování tržní logiky do prostoru intimního života, se kterým souvisejí ještě vyšší nároky na emoční management. Tato změna se projevuje právě vznikem a postupným rozšiřováním „nových služeb“, které jsou komerčními náhražkami činností, jež byly dříve neodmyslitelně spjaty se sférou intimního života, do které tržní principy neměly přístup a jejichž výkon jsme byli původně ochotni svěřit pouze někomu, kdo nám byl blízký, našim příbuzným nebo přátelům. Tím, že tyto služby vznikají a jsou stále častěji využívány, dochází k posouvání hranice komodifikace, která odděluje to, co je součástí trhu a co součástí „posvátné“ sféry soukromého a osobního. Posouvání této hranice se pak neprojevuje pouze přenesením výkonu těchto činností na někoho, s kým nesdílíme žádný jiný vztah než ten, který je typický pro zákazníka a poskytovatele služby, ale že zároveň s ním dochází i k propůjčování rétorik a diskurzů mezi sférami trhu a intimního života. Ty nám slouží jako zdroje vnímání a chápání světa, ve kterém žijeme i našeho místa v něm, a s jejich proměnou se pak mění i toto naše vnímání, kdy máme sebe i své okolí tendenci poměřovat neosobními a instrumentálními měřítky trhu. V důsledku všech těchto změn pak dochází ke zintenzivnění a častějšímu vykonávání emoční práce, a to už ne pouze pracovníky, kteří tyto nové služby poskytují, ale zároveň i jejich příjemci, kteří se s její pomocí vyrovnávají s odcizováním se od svých osobních symbolů, svých emocí a sebe samých, k čemuž tato komercializace intimního života může vést.

Na základě několika příkladů těchto služeb však docházím k závěru, že tento proces má svoje limity. Ve chvíli, kdy zajdou tržní principy do extrému, začínáme se jim vědomě vzpírat a řešíme otázky, kam až můžeme zajít

ohledně toho, co všechno si lze koupit a jestli ještě existuje určitá hranice pro to, co už by se penězi zaplatit dát nemělo. Když začne sféru intimního života příliš ovládat tržní logika, a my máme pocit, že začíná být ohrožena naše identita nebo že bychom se mohli svému self odcizit přespříliš, začneme se bránit a zapojovat určité mechanismy obrany proti tomuto procesu. Snažíme se vyvázat se z jejího působení tím, že si opět budujeme vztahy odpovídající emočním pravidlům sféry intimního života a skrze něj se zpětně dekomodifikujeme, propojujeme se se svou identitou a svým self, abychom si zachovali pocit, že náš intimní život je pro nás nadále něčím intimním, osobním a autentickým.

Moje práce si neklade nároky na definitivní zodpovězení otázek týkající se tohoto tématu. Vzhledem k jeho relativní novosti by mělo jít spíše o jakési prvotní „prozkoumání terénu“, nastínění témat, která jsou pro tuto oblast stěžejní a naznačením směru, kam by se naše uvažování o něm mohlo dále ubírat. Jedním z limitů této práce je pak její teoretické zaměření, které neumožňuje dojít ke konkrétním ověřitelným závěrům. Domnívám se však, že by mohla posloužit jako dobrý teoretický základ pro další výzkum, který by měl především u nás velké opodstatnění, jelikož bylo toto téma v českém prostředí dosud naprosto opomíjeno i přesto, že si naši pozornost jistě zaslouží.

## Summary

In my diploma thesis I've dealt with the commodification and commercialization of intimate life, how that area begins to be occupied by market and its principles. I tried to show that in recent decades our society has undergone two important changes that influenced emotional experience of individuals as well as their way of relating to their own identity and self. An important part of this thesis introduces the development of status of emotions within sociology. The growing number of western publications dealing with various topics in the field of sociology of emotions shows that this subdiscipline is very promising subfield of sociology which provides a new perspective on society and its changes.

In my thesis I conclude that our society is undergoing second important change regarding the emotional experience in the context of market and work. First important turn, which preceded the recent one, is the transition from industrial society to the postindustrial. In postindustrial society service sector became more important than production of goods. Because of rising number of jobs in this sector emotional labor become common part of most jobs and also the way how emotional rules were created has changed. These rules that tell us what is „right“ to feel in specific situation aren't the product of culture or individual agreement anymore. They are imposed to us by managers in form of rules how to deal with the customer and becoming the means of their profit. In this process we are losing an important part of control over our emotional experience which is now govern by market logic. In that we can see the paralel with the individual alienation from physical work introduced by Marx. The difference is that the product here is not a commodity but emotion. It means that the estrangement goes deeper and this process can estrange us from our emotions and feeling and also from our self.

Second change that our society is undergoing right now is the intensification of penetration of market logic into the realm of intimate life. Emergence and expansion of the „new services“ is a very good evidence

of this change. These services started to occupy a very important position in the most intimate and personal spheres of human life (partner life, bringing up or even giving birth to children) and they provide a commercial substitution of activities usually performed by family members, friends or neighbours in the past. With the development of these services the society finds itself on the border of „commodification“, when more and more realms of human life is governed by market mechanisms and things, which used to belong to personal life, are becoming just goods for us. The borders between these two areas are more permeable and that reflects upon borrowing of rhetorics and discourses across these realms. With shifting of borders our ways of thinking, feeling and acting change. Some kind of depersonalization arises and our relationship to our own personal life and to its meaning is becoming mediated by those services and those, who provide them. With these changes individuals deal through even more intensive involvement of emotion. The analysis of few examples of these services showed that the process of commodification has its borders. When the market logic goes too far and the individuals begin to feel too estranged from their identities and their selves, they start to use the mechanisms of defence. Through these mechanisms they try to connect themselves with their selves again, to decommodify themselves.

## Použitá literatura

Karl ALBRECHT – Ron ZEMKE, *Service America! Doing Business in the New Economy*. Dow–Jones–Irwin: Homewood 1985.

Elisabeth S. ANDERSON, „Is Women’s Labor a Commodity?“ *Philosophy & Public Affairs*, roč. 19, 1990, č. 1, s. 71–92.

Claire ARMON–JONES, „The social functions of emotion.“ In: HARRÉ, R. (ed.), *The social construction of emotions*. Oxford: Basil Blackwell 1986, s. 57–82.

Blake E. ASHFORTH – Ronald H. HUMPHREY, „Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity.“ *The Academy of Management Review*, roč. 18, 1993, č. 1, s. 88–115.

James R. AVERILL, „A constructivist view of emotion.“ In: PLUTCHIK, R. – KELLERMAN, H. (eds.), *Emotion: Theory, research and experience, vol. 1*. New York: Academic Press 1980, s. 305–339.

Jack BARBALET, *Emotion, Social Theory and Social Structure. A Macrosociological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press 1998.

Jack BARBALET (ed.), *Emotions and Sociology*. Oxford, Malden: Blackwell Publishing 2002.

Gillian BENDELOW – Simon J. WILLIAMS (eds.), *Emotions in Social Life: Critical Themes and Contemporary Issues*. London: Routledge 1998.

Ted BENTON, „Biology and social science: why the return of the repressed should be given a (cautious) welcome.“ *Sociology*, roč. 25, 1991, č. 1, s. 1–29.

Daniel BELL, *The Coming of Post-Industrial Society: a Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books 1973.

Kristin BLAKELY, „Busy Brides and the Business of Family Life: The Wedding-Planning Industry and the Commodity Frontier.“ *Journal of Family Issues*, roč. 29, 2008, č. 5, s. 639–662.

Sharon C. BOLTON, *Emotion Management in the Workplace*. New York: Palgrave Macmillan 2005.

Helen G. BROWN, *Having it all*. New York: Pocket Books 1982.

Jessica B. BURSTREM, *Consequences of the Commercialization of Caring for Interpersonal Relationships* [online]. 2006. Dostupné z <<http://www.clinefelter.com/jessica/commercialization.pdf>> [citováno 18. 3. 2012].

Candace CLARK, „Emotions and micropolitics in everyday life.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 305–335.

Antonio R. DAMASIO, *Descartesův omyl: emoce, rozum a lidský mozek*. Praha: Mladá fronta, 2000.

Jacqueline DAVIDSON, „Perceptions of Commercialised Social Introduction Services Amongst Women.“ In: CASEY, E. – MARTENS, L. (eds.), *Gender and Consumption: Domestic Cultures and the Commercialisation of Everyday Life*. Aldershot: Ashgate 2007, s. 97–108.

Joseph E. DAVIS, „The Commodification of Self.“ *The Hedgehog Review*, roč. 5, 2003, č. 2, s. 41–49.

Norman K. DENZIN, *On Undertanding Emotions*. New Brunswick: Transaction Publishers 2007.

Ronald DE SOUSA, *The Rationality of Emotions*. Cambridge, London: MIT Press 1987.

René DESCARTES, *Vášeň duše*. Praha: Mladá fronta, 2002.

Paul EKMAN, *Darwin and facial expressions*. New York: Academic Press 1973.

Paul EKMAN – Wallace V. FRIESEN, *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Oxford: Prentice-Hall 1975.

Rebecca J. ERICKSON – Amy S. WHARTON, „Inauthenticity and Depression: Assessing the Consequences of Interactive Service Work.“ *Work and Occupations*, roč. 24, 1997, č. 2, s. 188–213.

Norman FAIRCLOUGH, „Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities.“ *Discourse Society*, roč. 4, 1993, č. 2, s. 133–168.

Pasi FALK, *The Consuming Body*. London: Sage 1994.

Michel FEHER – Ramona NADDAFF – Nadia TAZI, *Fragments for a history of the human body*. New York: Zone 1989.

Stephen FINEMAN, *Emotion in Organizations*. London: Sage 1993.

Gene A. FISHER – Kyum K. CHON, „Durkheim and the Social Construction of Emotions.“ *Social Psychology Quarterly*, roč. 52, 1989, č. 1, s. 1–9.

David D. FRANKS – E. Doyle McCARTHY (eds.), *The Sociology of Emotions: Original Essays and Research Papers*. Greenwich: JAI Press 1989.

Jürgen GERHARDS, „Georg Simmel’s contribution to a theory of emotions.“ *Social Science Information*, roč. 25, 1986, č. 4, s. 901–924.

Steven L. GORDON, „Social structural effects on emotions.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 145–179.

Jürgen HABERMAS, *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon Press 1985.

Rom HARRÉ, (ed.), *The social construction of emotions*. Oxford: Basil Blackwell 1986.

Arlie R. HOCHSCHILD, „The Sociology of Feeling and Emotion: Selected Possibilities.“ *Sociological Inquiry*, roč. 45, 1975, č. 2–3, s. 284–285.

Arlie R. HOCHSCHILD, „Emotion work, feeling rules, and social structure.“ *American Journal of Sociology*, roč. 85, 1979, č. 3, s. 551–575.

Arlie R. HOCHSCHILD, *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press 1983.

Arlie R. HOCHSCHILD (with Anne MACHUNG), *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. London: Piatkus 1990.

Arlie R. HOCHSCHILD, *The Time Bind: When Work becomes Home and Home becomes Work..* New York: Metropolitan Books 1997.

Arlie R. HOCHSCHILD, *The Commercialization of Intimate Life. Notes from Home and Work*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press 2003.

Arlie R. HOCHSCHILD, „The Commodity Frontier.“ In: ALEXANDER, J. C. – MARX, G. T. – WILLIAMS, C. L. (eds.), *Self, Social Structure, and Beliefs: Explorations in Sociology*. Berkley and Los Angeles: University of California Press 2004, s. 38–56.

Arlie R. HOCHSCHILD, „„Rent a mom‘ and other services: markets, meanings and emotions.“ *International Journal of Work organization and Emotion*, roč. 1, 2005, č. 1, s. 74–86.

Arlie R. HOCHSCHILD, „An Emotion Lens on the World.“ In: HOPKINS, D. – KLERES, J. – FLAM, H. – KUZMICS, H. (eds.), *Theorizing Emotions. Sociological Explorations and Applications*. Frankfurt/New York: Campus Verlag 2009, s. 29–37.

Arlie R. HOCHSCHILD, „Emotional Life on the Market Frontier.“ *The Annual Review of Sociology*, roč. 37, 2011, č. 1, s. 21–33.

Alison M. JAGGAR, „Love and knowledge: emotion in feminist epistemology.“ In: BORDO, S. – JAGGAR, J. M. (eds.), *Gender/Body/Knowledge: Feminist Reconstructions of Being and Knowing*. New Brunswick/London: Rutgers University Press 1989, s. 145–171.

Jerry A. JACOBS – Kathleen GERSON, *The Time Divide: Work, Family, and Gender Inequality (Family and Public Policy)*. Cambridge: Harvard University Press 2004.

Veronica JAMES – Jonathan GABE (eds.), *Health and the Sociology of Emotions*. Oxford: Blackwell 1996.

Jan KELLER, *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství 2004.



Theodor D. KEMPER, (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990.

Theodor D. KEMPER, „Themes and Variations in the Sociology of Emotions.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990.

Robin LEIDNER, *Fast Food, Fast Talk: Service Work and the Routinization of Everyday Life*. Berkley: University of California Press 1993.

Emily MARTIN, *Flexible Bodies: The Role of Immunology in American Culture from the Age of Polio to the Age of AIDS*. Boston, MA: Beacon Press 1994.

Christina MASLACH – Wilmar B. SCHAUFELI – Michel P. LEITER, „Job burnout.“ *Annual Review of Psychology*, roč. 52, 2001, s. 397–422.

J. Andrew MORRIS – Daniel C. FELDMAN, „Managing Emotions in the Workplace.“ *Journal of Managerial Issues*, roč. 9, 1997, č. 3, s. 257–274.

Brigitta NEDELMANN, „Strukturprinzipien der soziologischen Denkweise Georg Simmels.“ *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, roč. 32, 1980, s. 559–573.

Brigitta NEDELMANN, „Georg Simmel – Emotion und Wechselwirkung in intimen Gruppen.“ In: NEIDHART, F. (ed.), *Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1983, s. 174–209.

Brigitta NEDELMANN, „‘Psychologism’ or Sociology of Emotions? Max Weber’s Critique of Georg Simmel’s Sociology.“ In: FRISBY, D. (ed.), *Georg Simmel: Critical Assessments, Vol. 1*. London: Routledge 1994, s. 85–100.

John O’NEILL, *Five Bodies: The Human Shape of Modern Society*. Ithaca: Cornell University Press 1985.

Amrita PANDE, „Not an ‚Angel‘, not a ‚Whore‘: Surrogates as ‚Dirty‘ Workers in India.“ *Indian Journal of Gender Studies*, roč. 16, 2012, č. 2, s. 1–28.

Greta F. PAULES, *Dishing it out: Power and Resistance Among Waitresses in a New Jersey Restaurant*. Philadelphia: Temple University Press 1991.

Jennifer L. PIERCE, *Gender Trials: Emotional Lives in Contemporary Law Firms*. Berkley: University of California Press 1995.

*Pracovní doba: globální srovnání* [online]. 2007. Dostupné z <[www.roberthalf.cz/CZ/CZ/press/200710\\_Pracovni\\_doba\\_global.doc](http://www.roberthalf.cz/CZ/CZ/press/200710_Pracovni_doba_global.doc)> [citováno 15. 4. 2012].

Anat RAFAELI, „When Clerks Meet Customers: A Test of Variables Related to Emotional Expressions on the Job.“ *Journal of Applied Psychology*, roč. 74, 1989, č. 3, s. 385–393.

Chris SHILLING, *The Body and Social Theory*. London: Sage 1993.

Chris SHILLING, „The two traditions in the sociology of emotions.“ In: BARBALET, J. (ed.), *Emotions and Sociology*. Oxford, Malden: Blackwell Publishing 2002, s. 10–32.

Thomas J. SCHEFF, *Catharsis in Healing, Rituals and Drama*. Berkley and Los Angeles: University of California Press 1979.

Georg SIMMEL, *The Metropolis and Mental Life* [online]. 1903. Dostupné z <[http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content\\_store/Sample\\_chapter/0631225137/Bridge.pdf](http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content_store/Sample_chapter/0631225137/Bridge.pdf)> [citováno 16. 11. 2011].

Kurt STANDHOLTZ – Brooklyn DERR – Dawn CARLSON – Kathy BUCKNER, *Beyond Juggling: Rebalancing Your Busy Life*. Berrett-Koehler Publishers: San Francisco 2002.

Robert I. SUTTON, „Maintaining Norms about Expressed Emotions: The Case of Bill Collectors.“ *Administrative Science Quarterly*, roč. 36, 1991, č. 2, s. 245–268.

*The Commodification of Everything* [online]. 2003. Dostupné z <<http://iasc-culture.org/THR/archives/Commodification/5.2BIntroduction.pdf>> [citováno 17. 4. 2012].

Peggy A. THOITS, „The Sociology of Emotions.“ *Annual Review of Sociology*, roč. 15, 1989, č. 1, s. 317–342.

Peggy A. THOITS, „Emotional deviance: Research Agendas.“ In: KEMPER, T. D. (ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*. Albany: State University of New York Press 1990, s. 180–203.

Peggy A. THOITS, „Emotion norms, Emotion Work, and Social Order.“ In: MANSTEAD A. – FRIJDA, N. – FISCHER, A. (eds.), *Feeling and Emotions. The Amsterdam symposium*. Cambridge: Cambridge University Press 2004, s. 359–377.

Marcel TOMÁŠEK, „Singles a jejich vztahy; kvalitativní pohled na nesezdané a nekohabituující jednotlivce v České republice.“ *Sociologický časopis*, roč. 42, 2006, č. 1, s. 81–105.

Bryan S. TURNER, *The Body and Society*. Oxford: Blackwell 1984.

Bryan S. TURNER, „Recent Developments in the Theory of the Body.“ In: FEATHERSTONE, M. – HEPWORTH, M. – TURNER, B. S., *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: Sage 1991, s. 1–35.

Jonathan H. TURNER, *On the origins of human emotions: A sociological theory of interpersonal behavior*. Standord: Standford Univeristy Press 2000.

Jonathan H. TURNER – Jan E. STETS, *The Sociology of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press 2005.

Jonathan H. TURNER, „The Sociology of Emotions: Basic Theoretical Arguments.“ *Emotion Review*, roč. 1, 2009, č. 4, s. 340–354.

Christoph URWYLER, *Georg Simmel – Über Emotionen in Liebesbeziehungen: Darstellung und Kritik*. München: GRIN Verlag GmbH 2004.

Jerry USEEM, *Welcome To The New Company Town With all the great amenities companies are offering these days, you could spend your whole life at work. That, in fact, might be the problem* [online]. 2000. Dostupné z: <[http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/2000/01/10/271757/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2000/01/10/271757/index.htm)> [citováno 20. 2. 2012].

Max WEBER, *From Max Weber: Essays in Sociology* (translated and edited by H.H. Gerth and C. Wright Mills). New York: Oxford University Press 1948.

William M. WENTWORTH – Darrell YARDLY, „Deep sociality: A bioevolutionary perspective on the sociology of human emotions.“ In: WENTWORTH, W. M. – RYAN, J. (eds.), *Social perspective on emotion*. Greenwich: JAI Press 1994, s. 21–55.

Amy S. WHARTON, „The Affective Consequences of Service Work: Managing Emotions on the Job.“ *Work and Occupations*, roč. 20, 1993, č. 3, s. 205–232.

Amy S. WHARTON – Rebecca J. ERICKSON, „Managing Emotions on the Job and at Home: Understanding the Consequences of Multiple Emotional Roles.“ *Academy of Management Review*, roč. 18, 1993, č. 3, s. 457–486.

Amy S. WHARTON, „The Psychological Consequences of Emotional Labor.“ *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, roč. 561, 1999, č. 1, s. 158–176.

Amy S. WHARTON, „The Sociology of Emotional Labor.“ *Annual Review of Sociology*, roč. 35, 2009, s. 147–165.

Simon J. WILLIAMS, *Emotion and Social Theory: Corporeal Reflections on the (Ir)Rational*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications 2001.

Lenka ZAMYKALOVÁ, *Kdo smí participovat na asistované reprodukci* [online]. 2003. Dostupné z <<http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v3103>> [citováno 26. 4. 2012].