

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Elektronická kultura a sémiotika

Bc. & Bc. Štěpán Pudlák

KREV, SLZY A SMÍCH

Emoční paradigma ve zpravodajství

Diplomová práce

Praha 2012

Autor práce: **Bc. & Bc. Štěpán Pudlák**

Vedoucí práce: **Mgr. Josef Fulka, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou práci vypracoval samostatně a že jsem použil pouze uvedenou literaturu a zdroje. Zároveň souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro účely výzkumu a studia.

V Praze, dne

Štěpán Pudlák

Poděkování

Rád bych tímto poděkoval Mgr. Josefu Fulkovi, Ph.D. za pomoc, rady a vedení, které mi laskavě poskytl při psaní této diplomové práce.

Abstrakt

Diplomová práce nabízí koncept emočního paradigmatu ve zpravodajství. Současné zpravodajství je charakteristické emočními obsahy, afektivitou, násilnými či sexuálními motivy. Práce tyto jevy interpretuje jako důsledek užívání emočního paradigmatu, tedy takového způsobu utváření zpravodajství, který má za cíl vyvolávat v divácích emoce. Emoční paradigma se projevuje v různých aspektech – v diskursu, vizuální a zvukové podobě či výběrem tematiky. Práce dále rozebírá psychologické a neurobiologické teorie v souvislosti s předloženým konceptem. Podává přehled možných důsledků působení tohoto paradigmatu. Nabízí tak alternativu k jiným interpretačním rámcům z oblasti mediálních studií.

Abstrakt

The diploma thesis offers a concept of emotional paradigm of news. Characteristic features of contemporary news are emotional content, affectivity, and themes of violent and sexual nature. The phenomena are interpreted as a result of proliferation of emotional paradigm, i.e. a way of creating news which aims to arouse spectators. Emotional paradigm is manifested in a number of aspects – in the discourse, on a visual and auditive level or in a choice of news topics. An account of relevant psychological and neurobiological theories is also included. The thesis reviews possible implications of functioning of the paradigm. Hence, it offers an alternative interpretational frame from the media studies branch.

Obsah

I/	Úvod	2
II/	„Emocionalizace“ současného zpravodajství	4
	<i>Skandál News of the World - Nárůst emočně laděného diskursu - „Senzačnost“, „bulvarizace“ a infotainment - Emoční pornografie - Proč sex, násilí a celebrity? - Zkoumání emocí</i>	
III/	Emoční paradigma	12
	<i>Paradigma zpravodajství - Aspekty emočního paradigmatu - Výběr událostí a tematika - Zarámování zpráv - Vizuelní složka - Emotivní diskurs - Hudební doprovod</i>	
IV/	Emoční paradigma v psychologické perspektivě	20
	<i>Emoce – multidimenzionální fenomén - Vyvolávání emocí – nereálné situace, reálné emoce? - Indukce, empatie a nákaza - Evoluční teorie emocí a mentální modely</i>	
V/	Neurobiologie emocí	29
	<i>Kognitivní a emoční systém - Emoce v architektuře mozku - Emoce a paměť</i>	
VI/	Důsledky emočního paradigmatu	36
	<i>Internalizace emočního paradigmatu - Dlouhodobé účinky – násilí v médiích - Emoce a ideologie - Politika „emocionalizované“ společnosti</i>	
VII/	Závěr	44
	<i>Shrnutí - Emoce v médiích a ve společnosti</i>	
	Zdroje	47

Úvod

Reportér: „Zpráva, kterou nechtěl slyšet vůbec nikdo – policisté našli v pražské Troji, tam, kde se ztratila v loni v říjnu devítiletá Anička Janatková, dětské tělo. [...]“

Moderátor: „Na místě, kde byla Anička nalezena, je stále kolega Jaroslav Kasnar.“

Moderátorka: „Jardo, probíhá na místě ještě nějaké další šetření?“

Reportér: „Toto smutné místo, kde bylo tělíčko devítileté Aničky zakopané hluboko v zemi, už zůstalo zcela opuštěné. Policisté to tu celé dopoledne bedlivě prohledávali. Před třetí hodinou ale odtud odjely i poslední hlídky. Celou tuto smutnou a tragickou událost už tady připomíná jenom natažená policejní páska. Tato tragédie velmi zasáhla celé okolí. Lidé se tu teď daleko víc bojí a rodiče vodí své děti pravidelně do školy. Spolužáci navíc stále čekají, že se mezi ně Anička opět vrátí. Případ ztracené Aničky bez dechu až do tohoto velmi smutného a hořkého konce sledovalo celé Česko. My si ho teď pojdme společně připomenout. [...]“¹

S první větou předchozí citace ze zpravodajské relace TV Nova *Televizní noviny* nelze souhlasit - diváků, kteří stáli o jakékoli další informace k této kauze, rozhodně nebylo málo. Proto také „případu ztracené Aničky“, táhnoucího se od října roku 2010, kdy se dívka ztratila v pražské Troji, až po nalezení těla a sebevraždu hlavního podezřelého v březnu roku 2011, věnovala média nebývalou pozornost. Samotná událost je bezpochyby velmi emotivní. Ovšem rozsah a způsob, jakým zvláště televizní zpravodajské relace o případu informovaly, jsou typickým příkladem povahy současného zpravodajství. Emoce totiž nejsou jen průvodním jevem, nýbrž úhelným kamenem masmediální produkce.

Fenomén „emocionalizace“ médií a význam emocí pro současné zpravodajství se pokusím konceptualizovat v rámci pojmu **emoční paradigma**. Vycházím z toho, že zpravodajství – a především pak to televizní – je vytvářeno se záměrem vyvolat v divácích emoce. Ustálil se určitý obecný vzor či model (paradigma) tvorby zpráv. Ten se projevuje na několika úrovních

¹ Zdroj: <http://tn.nova.cz/zpravy/regionalni/ztracena-anicka-police-udajne-nasla-jeji-telo.html>.

– způsobem výběru událostí pro reportáže, jejich podáním, způsobem užívání jazyka či vizuálního a zvukového zpracování.

Abychom ovšem mohli patřičně popsat charakter a dopady emočního paradigmatu, je nutné k tomuto tématu přistoupit z více perspektiv. Obecnou představu o prožívání emocí a jejich různých aspektech poskytuje psychologie. Co vyvolává emoce? Jaktože v nás vyvolávají emoce například i zprávy o událostech, které se nás nijak netýkají? Koncept emočního paradigmatu zpravodajství je také nutné konfrontovat s evoluční teorií, která hraje při výkladu emocí důležitou roli. Jak člověk „reaguje“ na prožívané emoce? Jaký dopad to má na jeho jednání?

Emocemi se lze zabývat také z hlediska fungování mozku v rámci tzv. neurověd. Rozlišuje se například „emoční“ a „kognitivní“ systém. Stojí však emoce skutečně v „protikladu“ ke kognici či rozumu? Neurobiologie poskytuje řadu studií a výzkumů zabývajících se vztahem emocí a stavby lidského mozku. Odpovídají tyto výzkumy emočnímu paradigmatu? Lze z nich vyvodit další závěry? A jaká je souvislost mezi pamětí a emočním prožíváním?

V závěrečné kapitole se budu věnovat dopadům emočního paradigmatu. Psychologické i neurobiologické poznatky naznačují, že emoce hrají významnou roli při procesu „kultivace“ diváka skrze média. Lidská mysl „internalizuje“ samotné emoční paradigma. Jaké další dlouhodobé účinky může mít „emocionalizace“ médií a zpravodajství? Jak souvisí emoce s ideologií? A můžeme hovořit o „ideologii emocí“? Se zpravodajstvím je úzce spojena oblast politiky. Jaké dopady má převládnutí emočního paradigmatu ve zpravodajství na politiku a politiky?

Cílem práce je nabídnout interpretační schéma, s jehož pomocí lze vysvětlit některé významné jevy současného zpravodajství, mediální produkce a společenských procesů obecně. Zkoumání tohoto tématu s sebou nese mnohá epistemologická úskalí – některé dílčí poznatky (především ty související s lidskou myslí či společenskými jevy) nelze dokázat přísně vědeckými metodami. Většina studií věnovaných emocím a zpravodajství se zaměřuje na konkrétní, dílčí oblast zájmu a může tak dospět pouze k dílčím výsledkům. Hodnotu konceptu emočního paradigmatu proto spatřuji především komplexním přístupem k danému tématu.

„Emocionalizace“ současného zpravodajství

Skandál *News of the World*

V létě roku 2011 vyvrcholil skandál kolem britského listu *News of the World*. Vůdčí představitelé bulvárního deníku se ocitli v policejní vazbě a jeho majitel – mezinárodní mediální magnát Rupert Murdoch – musel vypovídat před britským parlamentem. *News of the World* po 168 letech přestal vycházet.

Skandál se týkal nelegálního odposlouchávání, které si údajně redaktoři *News of the World* s vědomím svých nadřízených objednávali. Všichni zúčastnění přitom bezpochyby moc dobře věděli, že podobné praktiky, pokud budou odhaleny, způsobí nebývalý rozruch a pravděpodobně i policejní vyšetřování. Jaká tedy byla jejich motivace, aby takové riziko podstupovali? Záměrem nebylo získání důvěrných informací o chodu státu či odhalení rozsáhlého případu korupce vysoce postavených politiků. Cílem odposlechnů byly především *oběti* a jejich blízcí – ať už šlo o příbuzné britských vojáků zabitých v Afgánistánu, oběti teroristických útoků v Londýně roku 2005 nebo rodiny dětí zavražděných v Sohamu v roce 2002².

A dále: proč odposlouchávat příbuzné a blízké oběti? Pokud bylo cílem získat další informace o případu, bylo by smysluplnější spolupracovat s policií či, v krajním případě, odposlouchávat samotné vyšetřovatele. Odposlouchávání telefonů obětí a jejich rodin se zdá mít jiný důvod – jejich *emoce*. Emotivní obsahy – pláč, zármutek a dramatické osudy obětí, které plní první strany bulvárních novin – představují silnou motivaci pro žurnalisty, kteří jsou kvůli tomu ochotni riskovat i vězení. Nesvědčí to o obecnější tendenci chápat *emoce jakožto klíčový pojem současného zpravodajství*?

Nárůst emočně laděného diskursu

Projevy „emocionalizace“ zpravodajství můžeme sledovat i z perspektivy *diskursu*. Tato perspektiva zdůrazňuje nejen jazykový systém či význam slov, ale především způsob, jak jsou jazyk a slova užívána v sociální praxi³. Stále častěji se například pracuje s citově podbarvený-

² Zdroj: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/phone-hacking/8621797/Phone-hacking-families-of-war-dead-targeted-by-News-of-the-World.html>.

³ Srov. FOUCAULT, Michel. *Archeologie vědění*. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 2002; FOUCAULT, Michel. *Diskurs, autor, genealogie: tři studie*. První vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1994. ISBN 80-205-0406-0; FOUCAULT, Michel. *Vůle k vědění: Dějiny sexuality I*. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 1999.

mi výrazy. Tento jev není omezen pouze na tzv. bulvární média, ale objevuje se i v tzv. seriózním zpravodajství. Upozorňuje na to celá řada výzkumů.

Werner Wirth a Holger Schramm⁴ citují studie, které aplikují obsahovou analýzu⁵ na tisk ve Spojených státech. Čistě z kvantitativního hlediska se například ukázalo, že užívání slova „strach“ („*fear*“) v americkém tisku se mezi lety 1987 a 1996 zvýšilo o třetinu⁶.

K podobným závěrům dochází studie *News Constructions of Fear and Victim*⁷, která zahrnovala i televizní zpravodajství. Frekvence užití slova „oběť“ („*victim*“) se podle autorů v průběhu 90. let na programu *ABC Newscasts* zvýšila téměř trojnásobně⁸.

„Senzačnost“, „bulvarizace“ a infotainment

Posuny je možné vysledovat i co do tematické stránky zpravodajství. Ačkoli rozlišení „senzačních“ (resp. „bulvárních“) a „nesenzačních“ (resp. „seriózních“) zpravodajských obsahů není zcela jednoznačné, některé studie hovoří o nárůstu „senzačních“ témat.

Takovým tématem je například „kriminalita“. Jeremy Lipschultz a Michael Hilt v knize *Crime and Local Television News*⁹ citují studie, podle nichž představuje kriminalita zdaleka nejčastější téma televizního zpravodajství a také je nejčastěji úvodní zprávou. V průběhu devadesátých let se navíc zpravodajské pokrytí kriminality prohlubovalo a to i přesto, že podle statistik se kriminalita ve Spojených státech snižovala¹⁰.

Pro potřeby obsahové analýzy britského televizního zpravodajství se Rodrigo Uribe a Barrie Gunter¹¹ odvolávají na definici „senzačnosti“ („*sensationalism*“) ve vztahu ke zpravodajským obsahům vyvolávajícím emoce:

⁴ WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, Vol. 24, No. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646.

⁵ Obsahová analýza je výzkumnou metodou, jejímž principem je kvantifikace obsahu daného materiálu. Lze tak například zkoumat, v jakých periodikách, v kolika článcích, kolikrát a kdy byla zmíněna určitá osoba.

⁶ Tamtéž, s. 15.

⁷ ALTHEIDE, David L. – GRAY, Barbara – JANISCH, Roy – KORBIN, Lindsey – MARATEA, Ray – NEILL, Debra – REAVES, Joseph – DEMAN, Felicia Van. News Constructions of Fear and Victim: An Exploration Through Triangulated Qualitative Document Analysis. *Qualitative Inquiry*, 2001, Vol. 7, No. 3, s. 304-322.

⁸ Tamtéž, s. 310.

⁹ LIPSCHULTZ, Jeremy H. – HILT, Michael L. *Crime and Local Television News: Dramatic, Breaking and Live From the Scene*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2002. ISBN 0-8058-3621-7.

¹⁰ Tamtéž, s. xi.

¹¹ URIBE, Rodrigo – GUNTER, Barrie. Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 2007, Vol. 22(2), s. 207-228.

„Senzační“ zpravodajství je tedy takové zpravodajství, které může v divácích vyvolat emoční reakci (Mott, 1962; Adams, 1978; Ryu, 1982). Jiný autor poznamenal, že senzační zpravodajství obsahuje prvky vzbuzující v divácích emoce a soucit (Graber, 1994). Konkrétněji, Grabe et al. (2001) tvrdí, že „senzačnosti“ lze rozumět jakožto přítomnosti takových zpravodajských prvků, které vyvolávají emoční reakce a fyziologickou stimulaci či vzrušení u diváků.¹²

Když tedy Uribe a Gunter na základě analýzy ukazují, že „senzačnost“ zpráv postupně roste, říkají tím, že se emočně laděné zpravodajské obsahy stávají častějšími¹³. Nejde přitom jenom o zvyšování počtu „senzačních“ témat (jako jsou kriminální případy nebo katastrofy) na úkor „nesenzačních“ (jako jsou zprávy z oblasti politiky nebo práva). Jedná se vůbec o nárůst emočních prvků zpravodajských obsahů, které nezávisí na tématu jako takovém. Uribe a Gunter pracují s šesti *kategoriemi prvků zpravodajství vyvolávajících emoce* – „sex“, „násilí“, „ničení“, „humor“, „celebrity“ a „další“¹⁴. Zprávy ze stejné tematické skupiny – například politické – tak jednou nemusí obsahovat „senzační“ prvky (jde-li o zprávu o schválení nového zákona), ale jindy mohou (jde-li o zprávu o sexuální aféře politika). U britského televizního zpravodajství navíc autoři docházejí k závěru, že emoční prvky jsou v tomto případě mnohdy dokonce častější v rámci „nesenzačních“ témat, než v rámci těch „senzačních“ – například u „nesenzačního“ tématu, jakým je podle autorů „politika“, nacházíme aspekty „sexu“, „celebrit“ či „humoru“¹⁵.

O těchto proměnách se někdy hovoří jako o „*entertainizaci*“ či „*bulvarizaci*“ zpravodajství. Ujal se také pojem „*infotainment*“ vyjadřující mizení hranic mezi zpravodajstvím a zábavou. Michael Delli Carpini a Bruce Williams v knize *Mediated Politics* poznamenávají:

„*Stručně řečeno, nová média vytvářejí prostředí stále méně slučitelné se strukturami a postupy, které po většinu tohoto století určovaly hranici mezi zpravodajstvím a zába-*

¹² „Thus, ‘sensational’ news is news that can trigger emotional reactions in audiences (Mott, 1962; Adams, 1978; Ryu, 1982). Another writer has stated that sensational news contains elements that arouse audiences’ emotions and empathy (Graber, 1994). More explicitly, Grabe et al. (2001) have asserted that ‘sensationalism’ can be understood as the presence of news features that provoke emotional responses and physiological stimulation or arousal among the members of the audience.“ Tamtéž, s. 209.

¹³ Tamtéž.

¹⁴ Tamtéž, s. 213.

¹⁵ Tamtéž, s. 220.

*vou. Jak se tato zeď hroutí, forma a obsah zpravodajství a zábavy se stále více přibližují a odhalují tak to, co vždy bylo společensky vytvořeným rozdílem.*¹⁶

Ovšem je také třeba pokusit se odpovědět na otázku, proč se vlastně hranice mezi zpravodajstvím a zábavou hroutí? Nejde ani tak o nástup nových médií, jak soudí Delli Carpini s Williamsem. Jedná se o zcela jednoduchý princip, který určoval podobu médií od jejich počátků – totiž o *tržní princip*. Média jsou a vždy byla zbožím a jako taková se musí přizpůsobovat zájmům čtenářů-zákazníků.

Tržní princip vždy byl hybatelem změn v médiích a je tomu tak i v procesech „entertainizace“ a „bulvarizace“. „Bulvarizace“ tisku, o níž se v prostředí České republiky mluví minimálně od začátku 21. století, není výsledkem nějakého „komplotu“ vydavatelů a dokonce ani dílem osamoceného teroristy Pavla Šafra, nýbrž výsledkem prostého faktu, že novinám, které se „bulvarizovaly“, stoupl náklad. Čtenáři si to zkrátka žádali. V rámci tržní logiky proto k podobným změnám začala přistupovat i další periodika.

Tímto tématem se zabývá například Doug Underwood¹⁷. Podle něj se již ke čtenářům novin nepřistupuje jako k „občanům“¹⁸, nýbrž jako ke „konzumentům“. Žurnalistika se tak dlouhodobě orientuje podle zájmů těchto „konzumentů“ a to podle Underwooda v několika směrech – bulvarizací, důrazem na grafickou stránku, skandální tematikou, „entertainizací“, „lokalizací“ a přizpůsobováním se praktickým potřebám čtenářů¹⁹.

¹⁶ „In short, the new media are creating an environment that is increasingly incompatible with the structures and practices that maintained the news–entertainment distinction for most of this century. As these walls crumble, the form and content of news and entertainment come to resemble each other more closely, laying bare what has always been a socially constructed distinction.“ DELLI CARPINI, Michael X. – WILLIAMS, Bruce A. Chapter 8: Let Us Infotain You: Politics in the New Media Environment. in: BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9.

¹⁷ UNDERWOOD, Doug. Chapter 5: Reporting and the Push for Market-Oriented Journalism: Media Organizations as Businesses. in: BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9.

¹⁸ A doplnil bych otázku, zda se k nim vůbec někdy ze strany vydavatelů tiskovin jako k „občanům“ vůbec přistupovalo?

¹⁹ UNDERWOOD, Doug. Chapter 5: Reporting and the Push for Market-Oriented Journalism: Media Organizations as Businesses. in: BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9. s. 101.

Emoční pornografie

Sledujeme-li proměny současné žurnalistky podrobněji, můžeme odhalit některé subtilnější tendence. Mám na mysli například jev, který bych označil jako **emoční pornografie**. Podobně jako jde v pornografii o co nejpřímější zobrazení sexuálního aktu s cílem vyvolat sexuální pud u diváka, stalo se v médiích běžné *co nejpřímější zobrazování osob prožívajících emoce s cílem vyvolat emoční reakci*. Emoční pornografie se stala normou nejen u zpravodajství (což rozvedu níže), ale i v zábavním průmyslu a mnoha dalších odvětvích. Tzv. reality shows v mnoha svých podobách – od pěveckých soutěží až po sledování „soutěžících“ zavřených v domě s kamerami – prezentují jako svou hlavní devizu „skutečné emoce“. Minna Aslamová a Mervi Pantiová to považují za projev „kultury zpovědi“²⁰ – klíčovou scénou reality show je totiž podle nich monolog účastníků/soutěžících. Ten slouží právě jako určitá „terapeutická zpověď“ a zajišťuje „autenticitu“ zobrazovaných emocí²¹. Divák se skrze obrazovku stává psychoterapeutem – odhaluje nejniternější prožitky jiných lidí, nahlíží jim do soukromí a oni se mu dobrovolně svěřují. Soutěžící, který by zůstal vyrovnaný a nedal znát své pocity, by pro tvůrce pořadu nebyl vůbec zajímavý.

Ovšem „zpověď“ nedominuje jen v reality shows. Obdobně se ustálila forma „prožitkových rozhovorů“ („*experiential interview*“) v televizním zpravodajství, jak je nazývá Martin Montgomery²². V obojím jde o to totéž – ukázat osobní prožitky, dojmy, emoce. Montgomery to vystihuje vcelku přesně:

„Tyto rozhovory tedy mají dvojí záměr: do určité míry nám říkají, co se stalo; avšak za další – a to je nejspíš ještě podstatnější – nám říkají, jak to bylo pociťováno.“²³

Autor ukazuje, že tento typ rozhovoru není závislý na tématu. Když analyzuje rozhovory z reportáží k olympijským hrám v Pekingu z roku 2008, dochází k závěru, že většina dotazů reportérů se týkala „vnitřního stavu“ respondentů (zpravidla sportovců)²⁴. Jenže ke stejnému závěru dochází i na základě analýzy reportáží o bombových útocích v Londýně roku 2005. Reportéři se zaměřovali na přeživší a oběti útoku, aby s nimi mohli natočit „svědecký rozho-

²⁰ ASLAMA, Minna – PANTI, Mervi. Talking alone: reality TV, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 2006, Vol. 9(2), s. 167-184.

²¹ Tamtéž, s. 169.

²² MONTGOMERY, Martin. Rituals of personal experience in television news interviews. *Discourse & Communication*, 2010, Vol. 4(2), s. 185-211.

²³ „Thus, there is a dual focus to these interviews: to some extent they tell us what happened; but second – and perhaps more importantly – they tell us *what it felt like as it happened*.“ Tamtéž, s. 205.

²⁴ Tamtéž, s. 190.

vor“. „Očití svědkové“ a „oběti“ se stávají respondenty zpravodajství nikoli kvůli své specifické znalosti či názorům, nýbrž kvůli jedinečnosti *svého prožitku*, který sdělují veřejnosti²⁵. Montgomery ještě upozorňuje na paradoxní moment tohoto jevu – ačkoli se jedná o zpravodajské zprostředkování „jedinečného prožitku“, mají tyto rozhovory značně stereotypní zpracování²⁶. „Výjimečnost“ prožitku se stala naprosto běžnou.

Sociologie se v tomto kontextu zabývá tématem zobrazování smrti v médiích. Tony Walter, Jane Littlewoodová a Michael Pickering uveřejnili v roce 1995 článek *Death in the News: The Public Invigilation of Private Emotion*²⁷. „Smrt“ totiž byla ze sociologického pohledu zpravidla představována jako něco, co je vyloučeno z veřejného života – umírání je vytěsněno do léčeben a nemocnic, smrt je prožívána pouze v úzkém kruhu rodiny²⁸. Autoři však upozorňují, že tak tomu rozhodně není v případě masových médií. Zpravodajství se smrti věnuje velmi podrobně, zvláště pokud se jedná o úmrtí celebrit nebo o úmrtí nějakým způsobem zvlášť „šokující“ či „nezvyklá“²⁹.

A nezbytnou složkou zobrazování smrti v současném zpravodajství jsou pak podle Waltera, Littlewoodové a Pickeringa právě emoce. Držíme-li se rozlišení „soukromého“ a „veřejného“, pak cílem není zobrazit smrt v jejím „veřejném“, „odosobněném“ rozměru, nýbrž zavrtat se co nejhlouběji do „soukromého“, zobrazit osobní prožitky, cítění, emoce³⁰. Proto také autoři hovoří o „veřejném dohledu nad soukromými emocemi“ (*public invigilation of private emotion*) – zpravodajství nás takto učí, jak „správně prožívat zármutek“, ale také že „správně prožívaný zármutek“ představuje kulturní normu a je vyžadován³¹.

Pro ilustraci „dohledu nad emocemi“ lze zmínit události následující po smrti princezny Diany v srpnu roku 1997. Podle Jennifer Hardingové a Deidre Pribramové³² společenská kontrola toho, kdo, kdy, jak a které emoce může a měl by vyjadřovat nevyhnula ani členům britské královské rodiny:

²⁵ Tamtéž, s. 206.

²⁶ Tamtéž, s. 207.

²⁷ WALTER, Tony – LITTLEWOOD, Jane – PICKERING, Michael. *Death in the News: The Public Invigilation of Private Emotion*. *Sociology*, November 1995, Vol. 29, No. 4, s. 579-596.

²⁸ Tamtéž, s. 580.

²⁹ Tamtéž, s. 582-583.

³⁰ Tamtéž, s. 584-585.

³¹ Tamtéž, s. 590-591.

³² HARDING, Jennifer – PRIBRAM, E. Deidre. *The power of feeling: Locating emotions in culture*. *European Journal of Cultural Studies*, 2002, Vol. 5(4), s. 407-426.

„Tyto projevy [zármutku; pozn. ŠP] stály proti (královským) subjektům a signalizovaly, že v té konkrétní době bylo kulturně nepřijatelné zůstat „bez citů“. Kvůli rozsáhlým společenským projevům emocí byli členové královské rodiny nuceni pozměnit své jednání a sebe prezentaci skrze vyjádření emocí.“³³

Proč sex, násilí a celebrity?

Co tedy všechny tyto fenomény spojuje? Jak vysvětlit důraz na osobní prožitky, který se projevuje v podobě zpravodajských rozhovorů, nárůst emočně laděného diskursu v promluvách moderátorů i redaktorů nebo „emoční pornografii“, která má dopady na veřejný život?

Budu zde tvrdit, že tyto jevy jsou skutečně propojené a že jsou důsledkem *proměny paradigmatu zpravodajství*. Předložím hypotézu, podle níž je kvantitativní nárůst užívání slova „strach“ v americkém televizním zpravodajství důsledkem stejného principu jako „odposlouchávací aféra“ britského listu *News of the World* nebo manažerské úspěchy Pavla Šafra na českém tiskovém trhu. *Infotainment* je pak podle mého názoru spíše důsledkem, než příčinou. Budu tvrdit, že příčinou je cosi, co nazývám **emočním paradigmatem zpravodajství**.

Zkoumání emocí

Tato práce se zabývá emocemi ve zpravodajství a s tím spojenými jevy. Z hlediska výzkumu tato oblast přináší určité epistemologické problémy. Emoce jsou fenoménem, který všichni důvěrně známe. Ovšem zároveň jde o fenomén, který je obtížně „měřitelný“, právě z toho důvodu, že je do jisté míry subjektivní.

Vědecké studie napříč obory (od neurobiologie až po mediální studia) se však různými způsoby pokoušejí emoce „měřit“ a pro úplnost uvádím některé z nich. Jedním z nejběžnějších postupů je vystavení pokusných osob emočním stimulům (zpravidla promítání audiovizuálních záznamů) a následné dotazníkové šetření, kde mají na škále možností vyznačit např. „míru svého rozrušení“³⁴. V menší míře se pracuje s telefonickým dotazováním³⁵. Výzkum

³³ „These expressions challenged the position of other (royal) subjects and indicated that it was not culturally permissible, at that moment in time, for them to remain ‘unemotional’. As a result of strong public articulations of emotion, members of the royal family were obliged to modify their actions and presentations of self through expressions of emotion.“ Tamtéž, s. 419.

³⁴ GROSS, Kimberly – BREWER, Paul B. Sore Losers: News Frames, Policy Debates, and Emotions. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2007, Vol. 12(1), s. 122-133. BROSIUS, Hans-Bernd. The Effects of Emotional Pictures in Television News. *Communication Research*, February 1993, Vol. 20, No. 1, s. 105-124.

³⁵ VALKENBURG, Patti M. – CANTOR, Joanne – PEETERS, Allerd L. Fright Reactions to Television: A Child Survey. *Communication Research*, February 2000, Vol. 27, No. 1, s. 82-99.

emocí se také zabývá souvislostmi s dalšími psychickými procesy, především vztahem emocí a paměti. Vědci v tomto případě postupují experimentálně, zkoumají například schopnost vybavit si vzpomínky v závislosti na jejich emočním zabarvení³⁶. Dalším způsobem výzkumu emocí je měření tělesných změn, které emoce provázejí. K ustáleným metodám patří *FACS (Facial Action Coding System)*³⁷ vycházející z předpokladu, že výraz tváře odpovídá prožívaným emocím. K „měření emocí“ se využívá v neposlední řadě také měření aktivity mozku (metodami počítačové tomografie, funkční magnetické rezonance, ad.)³⁸, přestože samotný vztah mozkové aktivity a prožívání emocí není zcela prozkoumaný.

Emoční paradigma ve zpravodajství má být v první řadě interpretačním modelem pro výklad některých aspektů současných médií a jejich fungování. Přínosem tohoto modelu je podle mého názoru právě schopnost vysvětlit zdánlivě nesouvisející jevy. Pokusím se ukázat, jakých různých podob může současné televizní zpravodajství nabývat a proč se zdají být důsledkem působení emočního paradigmatu. Pohled na emoce a média z perspektivy oborů od neurobiologie, přes sociologii až po mediální studia směřuje ke stejnému závěru: *emoce jsou klíčovým prvkem zpravodajství.*

³⁶ REEVES, Byron R. – NEWHAGEN, John – MAIBACH, Edward – BASIL, Michael – KURZ, Kathleen. Negative and Positive Television Messages: Effects of Message Type and Context on Attention and Memory. *American Behavioral Scientist*, July/August 1991, Vol. 34, No. 6, s. 679-694.

³⁷ UNZ, Dagmar – SCHWAB, Frank – WINTERHOFF-SPURK, Peter. TV News – The Daily Horror?: Emotional Effects of Violent Television News. *Journal of Media Psychology*, 2008, Vol. 20(4), s. 141-155.

³⁸ LANG, Annie – FRIESTAD, Marian. Emotion, Hemispheric Specialization, and Visual and Verbal Memory for Television Messages. *Communication Research*, October 1993, Vol. 20, No. 5, s. 647-670.

Emoční paradigma

Paradigma zpravodajství

O způsobu, jakým je zpráva podána, zde budu hovořit jako o *paradigmatu zpravodajství*³⁹. Vytváření zpráv probíhá podle určitých postupů, podle *ustálených vzorů*. Podle vzorů a modelových příkladů se neřídí jen například návaznost zprávy („úvod-hlavní sdělení-rozvedení-závěr“, apod.), ale také výběr jednotlivých aspektů zprávy či prostor, který jim bude ponechán.

Zpravodajství lze utvářet podle různých vzorů a existuje řada teorií, které se je snaží popsat. V obecném povědomí existuje představa (pokud tomu tak vůbec ještě je), že zpravodajství je vytvářeno tak, aby poskytlo divákům či čtenářům *objektivní pohled na svět*. Novinář údajně vyhledává informace, odhaluje skryté kauzy a problémy společnosti a vytváří z nich články, televizní reportáže či rozhlasové příspěvky. Toto paradigma je vskutku pouze ideální a v praxi se tvorba zpráv řídí zcela jinými pravidly.

Mediální teorie přinesla však i jiné, komplexnější a často i pesimističtější interpretace tvorby zpravodajství. Ze všech bych zmínil alespoň *model propagandy* Edwarda Hermana a Noama Chomského⁴⁰. Podle autorů se média v globalizovaném světě z celé řady důvodů (koncentrace vlastnictví, závislost médií na inzerci, závislost na informačních zdrojích, atd.) stala pouhými propagátory zájmů mocných⁴¹. Při tvorbě zpravodajství se média (vědomě či nevědomě) musí řídit názory a hodnotami mocenských a finančních elit.

Při tvorbě zpráv se ovšem mohou uplatňovat i „praktičtější“ zájmy a z nich vyplývající paradigmatu. V posledních letech se v českém televizním zpravodajství začalo objevovat například tzv. *self promo*. Ve zpravodajství jsou běžné upoutávky na další pořady dané televize, zpravidla však bývají oddělené. V některých případech je však zpráva v rámci vlastní zpravodajské relace vytvořena jako upoutávka. Takto je propagovaný pořad „povýšen“ na událost svého druhu a dostane se mu větší pozornosti diváků než upoutávkám, které se již mnozí

³⁹ Jistě by bylo možné zahrnout emotivnost zpravodajství pod koncept zpravodajských hodnot. Rozhodl jsem se však mluvit spíše o **paradigmatu**, neboť lépe vystihuje podstatu věci (zpravodajské paradigma jako „vzor“ oproti zpravodajské hodnotě jako „kritériu“).

⁴⁰ HERMAN, Edward S. – CHOMSKY, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 2002. ISBN 0-375-71449-9.

⁴¹ Tamtéž, s. 1-2.

„naučili ignorovat“. Například v *Televizních novinách* ze dne 23.10.2011 se objevila zpráva týkající se tématu „epilepsie“, která však především sloužila k propagaci seriálu *Ulice*, vysílaného na téže stanici:

Moderátorka: „V České republice trpí zhruba sto tisíc lidí epilepsií. Je přitom jen zlomek lidí, kteří vědí, jak při případném záchvatu postiženému člověku pomoci. To, jak epilepsie může ovlivnit život v okolí pacientů a jak se s ní vyrovnat, ukazují i poslední díly seriálu Ulice. A podle lékařů velmi reálně.“

Reportér: „Epilepsie. Nemoc, kterou trpí necelé procento populace. A, jak se ukazuje, tak i nemoc, kvůli které je téměř nemožné získat třeba úrazové pojištění. Pacienti, ale i někteří lékaři, se proto nebojí použít slovo ‚diskriminace‘.“

Jana Zárubová, lékařka, epileptoložka: „Máme snad jediného pacienta, který je velmi omezeně pojištěn.“

Ivan Holeček, epileptik: „Mám úrazové a vlastně penzijní. To je jediný, co se mi podařilo z nich dostat.“

Reportér: „Mechanismus je jednoduchý. Úrazová a další pojištění jsou totiž postavena na principu nahodilosti. A tak i když skoro 70% epileptiků záchvaty nemívá nebo jen velmi zřídka, pro pojišťovny představují velké riziko.“

Jiří Cívka, mluvčí pojišťovny Generali: „Pokud se bavíme o existenci nějaké choroby, pak se nebavíme o nahodilosti, ale pravděpodobnosti.“

Václav Bálek, mluvčí pojišťovny Allianz: „Pakliže jsou tam nějaké náznaky, že by se mohlo jednat o nějakou nemoc nebo epilepsii, tak rozhoduje lékařský posudek.“

Reportér: „Lidem málo známému tématu epilepsie se teď hodně věnuje i naše televize v seriálu Ulice. U jedné z dětských postav, Františka, se totiž právě tato nemoc projeví. [...] A lékaři oceňují, jak reálně jsou scény natočeny.“

Jana Zárubová, lékařka, epileptoložka: „Jak vyděšení jsou rodiče, jak učitelé nevědí, co říct spolužákům, když teda dítě ve třídě dostane epileptický záchvat.“

Reportér: „Jen zlomek lidí totiž ví, jak se chovat například ve chvíli, kdy někdo epileptický záchvat dostane. A tomu by mohl seriál Ulice alespoň trochu pomoci [...]“⁴²

Může však některé z těchto paradigmat vysvětlit charakter zpravodajství v jeho různých podobách a projevech?

Aspekty emočního paradigmatu

Pro popis současného televizního zpravodajství je podle mého názoru nejuvýstižnější **emoční paradigma**. Zpráva vytvořená v rámci emočního paradigmatu má za cíl *vyvolat v divácích emoce* a udržet tak jejich pozornost. Toho se dociluje několika způsoby a na několika rovinách:

- *výběrem událostí a tematikou* – redaktoři a editoři preferují události jednoduché, srozumitelné, aktuální, kriminální, týkající se celebrit, dětí, zvířat, události, které mohou poškodit diváky (např. zvýšení cen potravin), atd.
- *„zarámování“ (framing) zprávy* – témata jsou podávána jako osobní příběhy (i kdyby šlo o abstraktní témata, jako je třeba právě zvýšení cen potravin), je zdůrazňován konflikt, drama a emoce osob (zvláště utrpení), atd.
- *skrze vizuální složku* – roste expresivita obrazů (např. záběry zohavených lidských těl), roste podíl vizuální složky bez komentáře (obrazy „mluví samy za sebe“), zrychluje se střih, atd.
- *skrze emotivní diskurs* – moderátoři a redaktoři užívají množství expresivních výrazů, užívají vypjatou dikci a gesta, z rozhovorů s aktéry reportáží jsou vybírány takové věty, které obsahují co největší množství expresivních výrazů, atd.
- *skrze hudební doprovod* – u dramatických událostí je užíván hudební doprovod převzatý z pravidla z filmových děl, znělka zpravodajského bloku má „dramatický“ hudební doprovod, atd.

Těmto rovinám emočního paradigmatu se budu věnovat podrobněji.

Výběr událostí a tematika

Každé převyprávění, každý popis či každé umělecké dílo podává realitu *určitým způsobem*. Pokud dílo zachycuje realitu, nikdy ji nemůže zachytit „přesně“ či „úplně“. Co je „realističtější“

⁴² *Televizní noviny*, TV Nova, 23.10.2011, 19:30. Čas 23:20. Zdroj: <http://voyo.nova.cz/multimedia/televizni-noviny-23-10-2011.html?s=0>.

ší“ popis situace – její zachycení v audiovizuální podobě (kde lze vidět každý detail scény) nebo její zachycení v podobě vyprávění (kde lze popsat například motivace a úvahy aktérů a kontext jejich jednání)?

Nejinak je tomu v případě zpravodajství. Žádná zpráva nemůže popisovanou událost vystihnout „zcela přesně“ a „nezaujatě“. Autor zprávy *vždy* vybírá, jak danou událost podá, v jakém kontextu, v jakém pořadí a které aspekty zmíní a které vynechá. Ovšem kromě samotného autora/autorů funguje v mediálních institucích celá řada tzv. *gatekeeperů*, kteří vybírají z nekonečného množství událostí ty, které do zpráv vůbec budou zpracovány. Gatekeeper je „uzlovým bodem“, k němuž se sbíhají zdroje informací a jsou buď propuštěny dál (použity do zpráv) nebo odmítnuty.

Výběr událostí samozřejmě není náhodný. Podléhá explicitním i implicitním pravidlům. Johan Galtung a Mari Rugeové v roce 1965 formulovali řadu hypotéz týkajících se těchto pravidel v případě zahraničního zpravodajství⁴³. Například čím „níže postavená“ je osoba, které se událost týká, tím „překvapivější“ a „negativnější“ musí událost být, aby se stala zprávou⁴⁴. V mediálních studiích se těmito kritériím říká *zpravodajské hodnoty*. Každý redaktor (či každý „gatekeeper“) se při výběru událostí řídí nějakými hodnotami, nějakou představou toho, jak má zpráva vypadat.

Koncept zpravodajských hodnot do určité míry ladí s tím, co označuji jako emoční paradigma. Redaktor bude vybírat spíše ty události, které, formulovány jako zpráva, budou v divácích vyvolávat emoce. Tím je podle mého názoru možné interpretovat proměnu tematické agendy televizního zpravodajství v České republice i zahraničí v posledních několika dekadách.

Zarámování zpráv

Ovšem vedle samotného výběru zpráv hraje klíčovou roli i způsob, jakým je zpráva vystavěna či jak je *zarámována*. Redaktor může zdůraznit některé aspekty události tak, aby se zdály důležitější. Může také událost podat v rámci kontextu, který zprávě dodá určité vyznění. Může událost přímo či nepřímo hodnotit a posuzovat. A může i „skrze“ událost hodnotit něco zcela jiného.

⁴³ GALTUNG, Johan – RUGE, Mary Holmboe. The Structure of Foreign News. In: *The Journal of Peace Research*, Vol. 2., No. 1 (1965), s. 64-91.

⁴⁴ Tamtéž, s. 82-83.

Mediální teoretici se těmito procesy zabývají už poměrně dlouho. Jedním z nich je například Maxwell McCombs⁴⁵, který rozpracoval teorii *nastolování témat*. Podle konceptu nastolování témat (*agenda-setting*) média neříkají lidem, co si o kterém tématu mají myslet, ale jsou poměrně úspěšná v určování toho, o čem lidé budou přemýšlet⁴⁶. Média takříkajíc stanovují agendu. S konceptem nastolování témat však souvisí i tzv. *framing* (zarámování) – téma není médiu pouze nastoleno, nýbrž i určitým způsobem podáno, v nějakém rámci, s nějakými atributy⁴⁷.

Kimberly Grossová a Paul Brewer⁴⁸ se zabývali vlivem zarámování politických debat na emoce, které takové zprávy v divácích vyvolávají. Konkrétně šlo o politické debaty související s financováním politických stran ve Spojených státech. Autoři rozlišují pro potřeby výzkumu „věcný“ rámec (*substance frame*), který se zaměřuje na důsledky a efektivitu politických rozhodnutí, a „konfliktní“ rámec (*conflict frame*), který popisuje politická rozhodnutí jakožto prostředky politického boje⁴⁹. O politice se v „konfliktním“ rámci hovoří jako o sportovním utkání či bitvě⁵⁰.

Vyznění zprávy také ovlivňuje způsob *kategorizace a exemplifikace*⁵¹. Zpráva téměř vždy odkazuje kromě samotné události také k obecnějším jevům. Pokud například dojde k dopravní nehodě, jejíž viník byl pod vlivem alkoholu, je zpravidla konkrétní událost (nehoda) podána jako *příklad* nebezpečnosti řízení pod vlivem alkoholu. Nebo například pokud česká fotbalová reprezentace prohraje zápas s jiným národním týmem, může to být podáno jako *příklad* její klesající úrovně.

S exemplifikací souvisí podání události jako *zpravodajského příběhu*. Události jsou reprodukovány ve formě příběhů konkrétních lidí a přizpůsobují se narativitě. Vyprávění má svůj začátek a konec, má své hrdiny, zrádce, útrapy, atd.

⁴⁵ McCOMBS, Maxwell – REYNOLDS, Amy. News Influence on Our Picture of the World. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 1-18.

⁴⁶ Tamtéž, s. 1.

⁴⁷ Tamtéž, s. 12.

⁴⁸ GROSS, Kimberly – BREWER, Paul B. Sore Losers: News Frames, Policy Debates, and Emotions. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2007, Vol. 12(1), s. 122-133.

⁴⁹ Tamtéž, s. 122.

⁵⁰ Tamtéž, s. 123.

⁵¹ ZILLMANN, Dolf. Exemplification Theory of Media Influence. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 19-41. s. 21.

Vizuální složka

Televizní zpravodajství samozřejmě vždy obsahuje vizuální složku. V emočním paradigmatu ovšem není jen „ilustrací“, totiž doplňkem mluveného slova, nýbrž sama nese významy. Příkladem může být nárůst množství sekvencí tzv. bez komentáře. Vizuální (resp. audiovizuální) záznam „hovoří sám za sebe“. Absenci doprovodného komentáře lze interpretovat právě jako snahu o zdůraznění emotivního vyznění dané sekvence. K souvislosti mezi vizuálním vnímáním a emocemi se vrátím v dalších kapitolách.

„Vizuální gramatika“ emočního paradigmatu je také do značné míry inspirována gramatikou filmových a televizních děl. Příkladem může být efekt „*slow motion*“, tedy zpomalení záznamu. To se hojně využívá u zmiňovaných záběrů „bez komentáře“, opět za účelem zdůraznění emotivního prožitku. V rámci filmového jazyka je efekt „*slow motion*“ ustáleným znakem pro zdůraznění významu scény a prožitku postav.

Obecným jevem je zkracování délky jednotlivých záběrů. Normou se staly rychlé střihy, kdy je výpověď každého mluvčího zkrácena na délku maximálně několika vět a je-li delší, pak je proložena jinými záběry. Pozornost diváků je třeba udržet za každou cenu, aby se při delší výpovědi nezačal nudit.

Emoční paradigma ovlivňuje například i oblečení. V případě „tragických událostí“ mají moderátoři a reportéři černé obleky, zdůrazňující závažnost situace. Po pádu letadla s hokejisty ruského klubu *Lokomotiv Jaroslavl* dne 7.9.2011, při němž zemřeli i tři čeští hokejisté, oznamovala tuto zprávu moderátorka *Odpoledních Televizních novin* oblečena v černé a v černém saku byl i reportér⁵².

Emotivní diskurs

Ve zpravodajských výpovědích, ať už hovoří moderátor, reportér nebo aktéři zprávy, se objevuje čím dál tím více expresivních, emočně laděných výrazů. V předcházející kapitole jsem již zmiňoval některé studie, které sledovaly výskyt určitých slov (např. slov „strach“ nebo „oběť“) v televizním zpravodajství.

V případě promluv moderátorů se expresivní výrazy často týkají popisu samotné zprávy. Zprávy jsou uváděny slovy „šokující“, „kuriózní“, „otřesný“, „děsivý“, „nepochopitelný“, „zou-

⁵² Zdroj: <http://tn.nova.cz/zpravy/zahranici/v-rusku-spadlo-letadlo-s-hokejisty.html>.

falství“, „beznaděj“, atd. Pro ilustraci nabízím přepis reportáže z *Událostí* České televize z 20.10.2011:

Moderátorka: „Jeden mrtvý, desítky zraněných, bitky s policií – generální stávka v Řecku druhý den vygradovala. Desetitisíce lidí se bouří proti úsporám, o kterých hlasuje parlament. V Athénách živě Hana Scharffová. Hano, už poslanci škrty schválili a pokud ano, jak odhaduješ reakci té protestující ulice?“

Reportérka: „Dobrý večer. V řeckém parlamentu, který vidíte za mnou, se ještě vášnivě diskutuje. Jedna vládní poslankyně už odmítla svému premiérovi poslušnost. Bude hlasovat proti. To by přesto nemělo ohrozit schválení tohoto balíku. Většina poslanců si totiž uvědomuje, jak velmi zásadní je pro jejich zemi. Mimo jiné protože bez tohoto balíku škrtek nemůže Řecko dostat dalších osm miliard, tedy nový úvěr na odvrácení státního krachu, který dnes předběžně přislíbily mezinárodní instituce. Kdy přesně dojde k hlasování, není jasné, ale policie před malou chvílí na náměstí pod námi vyhnala poslední demonstranty. Všude tady páchne slzný plyn. Pravděpodobně se tedy hlasování blíží. Řekové jinak bojují do poslední kapky krve, doslova. Demonstrují, budou v tom určitě pokračovat a uvidíme, jak se na protestech odrazí dnešní smrt jednoho z demonstrantů. Ten zahynul – zemřel – na infarkt, ale podle některých řeckých médií byl předtím zasažen kamenem a to v místech, kde byly dnes velké nepokoje a kde jsme i my dnes natáčeli naši reportáž.“

Redaktorka: „Řeční policisté mají horkou půdu pod nohama. Z předu je podpalují demonstranti, za zády jim zatápí politici. V parlamentní budově právě jednájí o tom, jak seškrtnat jejich platy. Spolu s vojáky, hasiči, lékaři nebo diplomaty přijdou nejméně o třetinu výdělků. Tentokrát ale nejsou jediným terčem. Levicoví demonstranti se střetli s ještě levicovějšími o to, komu patří prostranství před parlamentem. I mnozí politici si ale připadají jako gladiátoři v cirku. ‚My tu bojujeme, ostatní přihlížejí,‘ posteskl si jeden z ministrů. ‚Bojujeme bitvu bitev,‘ dodal jiný. Nový balík úsporných opatření rozštěpuje vládní poslance. Premiér musí znovu a znovu žádat o jejich hlasy. [...] Balík má omezit moc odborů a snížit státní výdaje. Půl milionu důchodců ztratí část penze. Platy ve státní sféře se sníží v průměru o pětinu. Stavební inspektor Dimitris má ale jiné počty. Oproti loňsku se jeho příjmy scvrknou na polovinu. Pro jeho rodinu s malými dětmi a hypotékou opravdový šok. [...] Řecku hrozí odliv mozků. Nebylo by to ale poprvé. Jen do Ame-

*riky jich počátkem 20. století vycestovalo na půl milionu. Odlety a odplutí se ale pro dnešek odkládají. I vzdušné a lodní přístavy ochromila stávká.*⁵³

Souvisí s tím také různé výrazy tváře a živější gestikulace, kterou moderátoři doprovázejí své promluvy. Exaltovanou gestikulací vyniká mimo jiné Ladislav Hruška, moderátor *Zpráv TV Prima*. Kromě zvýšeného hlasu, úsečného frázování nebo velmi intenzivního mrkání Hruška zdůrazňuje své promluvy častým ukazováním prstem do kamery. Například reportáž z 27.10.2011, která se týká tématu školních jídelen, začíná právě tímto energickým gestem a otázkou: „Tak schválně, chodili jste do školní jídelny s chutí anebo jste měli rychle po chuti?“⁵⁴. V této reportáži oproti svému zvyku již toto gesto nezopakuje, ovšem jen proto, že před svou další promluvou na kameru „vykoukne“ z hrnce ve školní jídelně, vzápětí se do něj opět „ponoří“ a kuchařka za ním zavře poklici.

Hudební doprovod

Podobně jako zpravodajství přejímá vizuální gramatiku od kinematografických děl, přejímá často i hudební doprovod. Záběry s použitím efektu „slow motion“, o nichž jsem hovořil výše, zpravidla podkresluje hudba z žánrových filmů (akčních, katastrofických, dramatických). Hudba má přidat na dramatičnosti, podtrhnout význam situace, stejně jako je tomu ve filmových dílech. Dramatický hudební doprovod je i součástí různých „znělek“, ať už znělky samotného zpravodajského bloku či znělky „tematických“ (dlouhodobější a významnější témata, například povodně, mají své vlastní znělky).

⁵³ *Události*, Česká televize, 20.10.2011, 19:00. Čas 11:10. Zdroj:

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/211411000101020/video/>.

⁵⁴ *Zprávy TV Prima*, TV Prima, 27.10.2011, 18:55. Čas 12:50. Zdroj: <http://www.iprima.cz/porady/all/news>.

Emoční paradigma v psychologické perspektivě

Koncept *emočního paradigmatu* se nyní pokusím vztáhnout k psychologickým teoriím emocí. Emoce jsou sice pro psychologii jedno z významných témat, to ovšem neznamená, že by existovala jejich jednotná teorie. Různí autoři se spíše zaměřují na různé aspekty tohoto fenoménu. Budu se zabývat těmi, které jsou relevantní pro záměr této studie.

Emoce – multidimenzionální fenomén

Přestože máme všichni bezprostřední zkušenost s emocemi – radostí, smutkem, zlobou, překvapením, studem, ad. -, není zcela jednoduché najít jejich definici. V odborné literatuře jsou *emoce* zpravidla nejprve vymezeny oproti podobným či souvisejícím jevům, jako jsou pocity (*feelings*), cítění (*sentiments*), nálady (*moods*) nebo afekty (*affects*)⁵⁵. Tyto fenomény se odlišují od emocí např. délkou trvání (nálady) či rovinou vnímání (pocity chápeme jako subjektivní prožitek emoce, neboli to, co cítíme).

Většina teorií také zdůrazňuje, že emoce jsou *multidimenzionální* fenomén, i když v konkrétním popisu jednotlivých dimenzí se mohou lišit. Emoce se projevují subjektivně i objektivně. Warren TenHouten připomíná⁵⁶, že právě to je důvodem, proč emoce nelze plně „vysvětlit“ z hlediska jednoho oboru, například neurobiologie. Perspektiva neurobiologie, která se zabývá „objektivně pozorovatelnými“ projevy emocí, nutně opomíjí subjektivní aspekt emocí. Sám TenHouten vymezuje tři úrovně pro svou „obecnou teorii emocí“: biologicko-evoluční, mentálně-psychologickou a sociokulturní (neboli: „tělo, mysl a společnost“)⁵⁷.

Taktéž Milan Nakonečný hovoří ve své definici emocí o jejich různých komponentech (dimenzích) – *zážitkové, behaviorální a somatické*:

„Emoce jsou fenomenálně specifické a komplexní psychické jevy hodnocení situace a stimulace; mají komponentu zážitkovou (citovou), která je klíčová, protože se konstituuje v jednotě s poznáváním významu situace, a dále komponentu behaviorální (inkluzive výrazovou) a somatickou (zejména viscerální); jako takové jsou reakcí na životně vý-

⁵⁵ TenHOUTEN, Warren D. *A General Theory of Emotions and Social Life*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007. ISBN 978-0-203-01344-1. s. 2-8.

⁵⁶ Tamtéž, s. 8.

⁵⁷ Tamtéž.

*znamné situace, která vedle identifikace jejich významu zahrnuje také aktivaci individua k účelné adaptaci daným situacím.*⁵⁸

Pro potřeby této práce však navazuji na ještě komplexnější teorii, která sestává ze čtyř dimenzí. Citují ji ve své studii Werner Wirth a Holger Schramm. Kromě dimenze *fyziologické* (která by zhruba odpovídala Nakonečného somatické komponentě) a *konativní* (behaviorální komponenta) rozlišují ještě mezi dimenzí *afektivní* a *kognitivní*:

*„Afektivní komponenta zahrnuje subjektivní prožitek situací, který je spojen s pocity vzrušení, rozkoše či nespokojenosti. Kognitivní komponenta odkazuje ke způsobu, jak jsou situace vztahující se k emocím vnímány a hodnoceny. Konativní komponenta je spojena s expresivním chováním. To zahrnuje výrazy tváře, hlasové vyjádření, gesta a také držení těla a hlavy. [...] Konečně, fyziologická komponenta zahrnuje periferní tělesné reakce, které jsou zprostředkovány autonomním nervovým systémem (fyziologické nabuzení).*⁵⁹

Má-li tedy zpráva v rámci emočního paradigmatu za cíl vyvolat emoce, pak otevírá specifický způsob „vnímání a hodnocení“ daných událostí (kognitivní dimenze), jejich prožitku (afektivní) a vede k tělesným změnám (fyziologická) či případně k určitému chování (konativní).

Vyvolávání emocí – nereálné situace, reálné emoce?

Zaměřme se na to, čím jsou emoce vyvolávány. Psychologické definice emocí pracují s pojmy jako „emociogenní situace“⁶⁰, „emočně kompetentní podněty jako objekty či situace“⁶¹ či „patříčný stimul“⁶². Jak je tomu ovšem v případě zpravodajství? Jsou emoce vyvolané „skutečnou“ situací, například strach z hada, který se přede mnou plazí, stejně jako emoce vyvolané mediální reprezentací téhož?

⁵⁸ NAKONEČNÝ, Milan. *Lidské emoce*. Vydání 1. Praha: Academia, 2000, ISBN 80-200-0763-6. s. 16.

⁵⁹ „The *affective* component includes the subjective experience of situations, which is connected to feelings of arousal, pleasure, or dissatisfaction. The *cognitive* component refers to how situations relevant to emotions are perceived and evaluated. The *conative* component is related to expressive behavior. This includes facial expression, vocal expression, gestures as well as the bearing of head and body. [...] Finally, the *physiological* component encompasses peripheral reactions of the body, which are mediated by the autonomous nervous system (physiological arousal).“ WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. *Media and Emotions. Communication Research Trends*, 2005, vol. 24, no. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646. s. 4.

⁶⁰ NAKONEČNÝ, Milan. *Lidské emoce*. Vydání 1. Praha: Academia, 2000, ISBN 80-200-0763-6. s. 106.

⁶¹ MOTLOVÁ, Lucie – KOUKOLÍK, František. *Citový mozek: Neurobiologie, klinický obraz, terapie*. První vydání. Praha: Galén, 2006. ISBN 80-7262-404-0. s. 19.

⁶² „Appropriately evocative stimulus“; BOROD, Joan C. – MADIGAN, Nancy K. *Neuropsychology of Emotion and Emotional Disorders: An Overview and Research Directions*. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 3-28. s. 3.

Pro pochopení emočního působení zpravodajství je třeba opustit jednoduchou představu „reálných objektů“ vyvolávajících emoce. Sledujeme-li film odehrávající se v nějakém fantazijním světě či dávné minulosti, můžeme u něj prožívat emoce. Mnoho lidí prožívá při sledování hororových filmů téměř nesnesitelně silné pocity strachu a napětí, ačkoli si celou dobu uvědomují, že jde o fikci.

Případ zpravodajství je komplikovanější. Na jedné straně jsou jistě takové zprávy, které se nás nějak „přímo“ dotýkají. Ať už jde o zprávu o hrozících povodních ve vesnici, kde bydlím, nebo o zrušení sociálních dávek, které pobírám, lze tyto události chápat jako situace, které se mě přímo dotýkají. Na druhé straně ovšem při sledování zpravodajství emočně reagujeme i na takové zprávy, které se nás přímo netýkají. Zažíváme například znechucení a pohoršení nad zpravodajskými příběhy o zradě uvnitř rodiny nebo se dojíme nad zprávou o ztraceném a znovunalezeném štěňátku.

Spíše než o „reálných objektech“ jako spouštěcích emotivní reakce je příhodnější hovořit o **mentálních reprezentacích**⁶³. Aby člověk na „objekt“ mohl emotivně reagovat, musí ho vnímat a vytvořit si v mozku jeho reprezentaci. A „mentálně reprezentována“ je stejně tak reálná situace jako situace fiktivní (přestože mezi nimi přičetný člověk dokáže rozlišovat). Člověk prožívá emoce v případě přímého ohrožení (např. když je obětí přírodní katastrofy), ale prožívá emoce i v případě, kdy je divákem (např. sleduje přírodní katastrofu skrze zpravodajství). Míra či charakter emocí se mohou lišit, ale stále jde o emoce.

Lucie Motlová a František Koukolík⁶⁴ popisují výzkumy vlivu lingvistických reprezentací na emoce. Podle nich jsou emoce vyvolávány již samotnými slovy či kognitivními reprezentacemi. Při poslechu „emočně nabitých slov“ se projevila aktivita amygdaly, což je část mozku úzce související s emocemi⁶⁵. Už samotný nárůst emočně laděného diskursu ve zpravodajství, o němž jsem se zmiňoval v první kapitole, tak může vést k zvýšenému emočnímu prožitku při sledování zpráv.

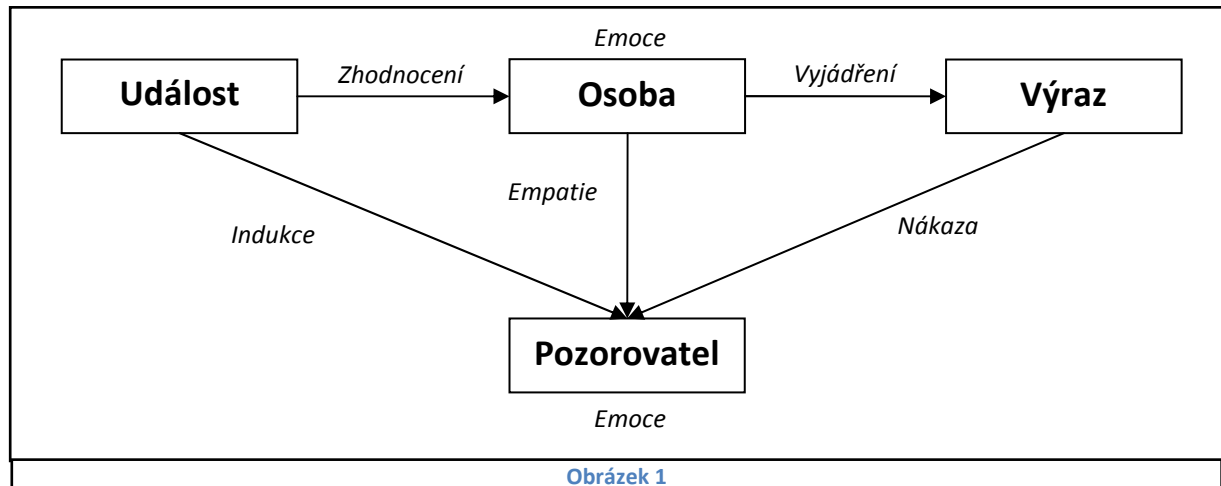
⁶³ WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, vol. 24, no. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646. s. 5.

⁶⁴ MOTLOVÁ, Lucie – KOUKOLÍK, František. *Citový mozek: Neurobiologie, klinický obraz, terapie*. První vydání. Praha: Galén, 2006. ISBN 80-7262-404-0.

⁶⁵ Tamtéž, s. 80-81.

Indukce, empatie a nákaza

Proč tedy divák zpravodajství prožívá emoce i v případě, kdy nejde o „jeho situaci“? Model vzbuzování emocí je třeba rozšířit. Vypůjčuji si schéma, která ve svém článku předkládá Klaus Scherer⁶⁶:



Obrázek 1

Schéma na Obrázku 1 ukazuje nejen *osobu*, která se účastní nějaké *události* a *vyjadřuje* své emoce (např. výrazem tváře, apod.), ale také *pozorovatele*, který taktéž prožívá emoce, aniž by se dané *události* přímo účastnil. V situaci *pozorovatele* se nachází i divák zpravodajství. Můžeme zjednodušeně hovořit o třech způsobech, jak jsou v pozorovateli/divákovi vyvolávány emoce – **indukcí, empatií a nákazou**.

Indukce představuje vyvolání emocí v *pozorovateli* na základě samotné události. Obtížně se odlišuje od *zhodnocení* události, tj. není vždy možné určit, kdy je osoba „přímým“ účastníkem a kdy „nepřímým“ pozorovatelem⁶⁷. I v případě, kdy se jedná třeba o živelnou katastrofu, se může cítit divák zpravodajství touto událostí „přímo“ zasažen, protože se cítí být členem postižené skupiny (např. národa) nebo tato událost vypovídá o možném nebezpečí (např. hrozbě živelných katastrof na daném území). Emoční paradigma dokonce může tento proces „vtažení“ diváků do událostí, jejich „zainteresovanost“ dlouhodobě rozvíjet. K tomuto tématu se vrátím dále v textu. Přestože se tedy událost diváka netýká,

⁶⁶ SCHERER, Klaus R. Emotional experience is subject to social and technological change: extrapolating to the future. *Social Science Information*, 2001, Vol. 40(1), s. 125-151. s. 132.

⁶⁷ Srov. WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, vol. 24, no. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646. s. 8; Wirth a Schramm taktéž navazují na Scherera v rozlišení indukce, nákazy a empatie, nerozlišují ovšem mezi indukcí a zhodnocením jako takovým.

může v něm vyvolat emoce. Jonathan Frome v textu pro časopis *Film Studies*⁶⁸ rozlišuje mezi dvěma druhy zapojení – „zapojení pozorovatele“ (*observer-participation*) a „zapojení aktéra“ (*actor-participation*)⁶⁹. Toto rozlišení se ovšem týká například i her, které sice nepovažujeme za „reálné“ (jsou „jen jako“), ale můžeme do nich být zapojeni jako „přímý“ aktéři („hráči“).

Připomněl bych také *kategorie prvků vyvolávajících emoce*⁷⁰, o nichž jsem se zmínil v první kapitole. Patří mezi ně „sex“, „násilí“, „ničení“ či „humor“. Podle Uribeho a Guntera tyto prvky vyvolávají v divácích emoce bez ohledu na téma dané reportáže.

Empatie (či „vcítění“, „spoluprožívání“) je procesem, při němž percepce prožívaných emocí jedné *osoby* vyvolá emoce u *pozorovatele*. Takto vyvolané emoce mohou být velice intenzivní, tím víc, čím sociálně bližší je nám daná osoba. Hovoří se také o „míře empatie“ osobnosti, tj. nakolik je člověk schopen se vcítit do druhého či nakolik silné jsou takto vyvolané emoce.

Klíčovou roli hraje empatie v prožívání emocí při percepci narativních děl. Zapojení do vyprávění, o němž byla řeč výše, závisí do značné míry na schopnosti empatie s hlavní postavou (postavami). Wirth a Schramm⁷¹ od „empatie“ odlišují pojem „sympatie“ jakožto zaujetí emočního stanoviska vzhledem k postavě. Zjednodušeně řečeno, u „sympatických“ postav prožíváme *symetrické emoce* (prožíváme s hrdinou jeho radost, jeho strach, atd.), u „nesympatických“ prožíváme *asymetrické emoce* (jsme zklamáni, když se záporná postava raduje, atd.).

Ve zpravodajství funguje stejný princip. Aktéři zpráv vystupují jako „postavy“ ve „zpravodajském příběhu“ a divák s nimi může „spoluprožívat“ jejich emoce. Z toho důvodu je „narativizace“ zpravodajství důležitou součástí emočního paradigmatu. Do „postav“ se vžívá lépe než do „aktérů“, „příběh“ se vnímá snáze než „zpráva“.

Nákaza se týká přenosu emocí na základě percepce jejich *vyjádření* jinou *osobou*. Když se někdo nervózně „ošívá“, máme tendenci taky se cítit nervózně. Nákazu je obtížné přesně

⁶⁸ FROME, Jonathan. Representation, Reality and Emotions Across Media. *Film Studies*, 2006, Issue 8, s. 12-26.

⁶⁹ Tamtéž, s. 23-24.

⁷⁰ URIBE, Rodrigo – GUNTER, Barrie. Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 2007, Vol. 22(2), s. 207-228. s. 213.

⁷¹ WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, vol. 24, no. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646. s. 8.

odlišit od empatie, neboť když vnímáme něčí emoční výrazy a gesta, zpravidla zároveň usuzujeme na jeho emoční stav a můžeme prožívat empatii.

Přesto se principu nákazy v médiích využívá. Známým příkladem je „smích v pozadí“, tedy připojení zvukové stopy se smíchem obecnstva k situačním komediím a televizním pořadům. Poslech smíchu většího množství lidí podporuje humorný prožitek. Televizní zpravodajství určované emočním paradigmatem také do určité míry pracuje s nákazou. Například moderátoři ve studiu často gestikulují a mění výrazy tváře. Důvodem je přímá snaha udržet pozornost diváků (neboť člověk podvědomě reaguje na pohyb), ale také různé výrazy (vážný výraz, smích, náklon dopředu, atd.) navozují emoční ladění následující zprávy či příspěvku (tragická událost, humorná událost, zdůraznění, atd.).

Evoluční teorie emocí a mentální modely

Význačné místo mezi teoriemi emocí zaujímá *evoluční teorie*. Různí autoři ji sice pojmají různě, společným základem je však chápání emocí z hlediska *jejich významu a funkce pro přežití organismu v daném prostředí*⁷². Tato perspektiva je součástí psychologických definic emocí, jako např. u Milana Nakonečného:

*„V tomto smyslu vznikly emoce v procesu evoluce jako procesy hodnocení životního významu situací, které byly současně spojeny s mobilizací energie (aktivací organismu) nutné na vynaložení účelného chování, např. útěku ze situace ohrožující život individua. Situace rozpoznaná jako signál nebezpečí tak vyvolávala pocit strachu a současně aktivaci organismu, připravující ho na útěk.“*⁷³

Výhoda evoluční teorie emocí spočívá v tom, že tento komplexní fenomén vysvětluje na poměrně jednoduchém modelu. Podle Guida Gainottiho⁷⁴ jsou emoce „hierarchicky organizovaným adaptivním systémem“. Tento systém sestává z „jednodušších“, evolučně původnějších emocí, jejichž funkcí bylo signalizovat nebezpečí, a „složitějších“ emocí, které fungují společně s vyššími kognitivními funkcemi⁷⁵.

⁷² TenHOUTEN, Warren D. *A General Theory of Emotions and Social Life*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007. ISBN 978-0-203-01344-1. s. 113.

⁷³ NAKONEČNÝ, Milan. *Lidské emoce*. Vydání 1. Praha: Academia, 2000, ISBN 80-200-0763-6. s. 7.

⁷⁴ GAINOTTI, Guido. *Neuropsychological Theories of Emotion*. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 214-236.

⁷⁵ Tamtéž, s. 224-225.

„Základní“ či „jednodušší“ emoce, které se v určité míře vyskytují také u zvířat⁷⁶ (emocemi u zvířat se zabýval již Charles Darwin), fungují jako mediátory mezi signály z prostředí a chováním organismu a podílejí se tak na adaptaci⁷⁷. Pokud jedinec uvidí ve svém okolí nebezpečí (např. predátora), nereaguje automatickým útekem, nýbrž nejprve emocí (strachem) a až na jejím základě chováním (útekem, schováním se). Tento systém umožnil rozvoj složitějších typů reakcí na signály z okolí a jejich kognitivní zpracování⁷⁸.

Z tohoto modelu odvodil psycholog Robert Plutchik koncept *primárních* a *sekundárních*, resp. *terciálních emocí*. Plutchik uvažuje čtyři oblasti života organismu, s nimiž se musí vyrovnávat, přičemž na každou z těchto oblastí reaguje právě dvěma základními emocemi (pozitivní a negativní) a dvěma typy chování. Přehledně to shrnuje Warren TenHouten⁷⁹:

Tabulka 1

<i>Životní problém</i>	<i>Primární emoce (nejzákladnější subjektivní pojem)</i>	<i>Chování</i>	<i>Valence</i>
Hierarchie	ničení (hněv)	pohyb k	pozitivní
	ochrana (strach)	pohyb od	negativní
Teritorialita	zkoumání, zájem (očekávání)	otevření hranic	pozitivní
	orientace (překvapení)	uzavření hranic	negativní
Identita	zahrnutí (přijetí)	přijetí	pozitivní
	zamítnutí přijetí, odmítnutí (odpor)	vyloučení	negativní
Temporalita	reprodukce (radost, štěstí)	nabytí	pozitivní
	reintegrace (smutek, žal)	ztráta	negativní

⁷⁶ TenHOUTEN, Warren D. *A General Theory of Emotions and Social Life*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007. ISBN 978-0-203-01344-1. s. 14.

⁷⁷ ROLLS, Edmund T. *The Brain and Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2001 (Reprinted). ISBN 0-19-852463-3. s. 67.

⁷⁸ GAINOTTI, Guido. Neuropsychological Theories of Emotion. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 214-236. s. 224-225.

⁷⁹ TenHOUTEN, Warren D. *A General Theory of Emotions and Social Life*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007. ISBN 978-0-203-01344-1. s. 22.

Z kombinace dvou primárních emocí vzniká sekundární emoce, např. „pýcha“ je tvořena „hněvem“ a „radostí“, „ambivalence“ je tvořena „přijetím“ a „odmítnutím“⁸⁰, atd. Terciální emoce jsou pak kombinací primární a sekundární emoce.

Ačkoli evoluční teorie a z ní vycházející koncepce emocí nabízejí strukturovaný výklad, ve vztahu k emočnímu paradigmatu zpravodajství představují určitý problém. Můžeme v případě emocí vyvolaných zpravodajstvím (resp. vyprávěním, uměním, ad.) uplatnit model emocí jakožto mediátorů mezi stimuly a chováním? Skrze jaké „akce“⁸¹ či „účelné chování“⁸² se projevují emoce vyvolané zpravodajstvím? Sledování zpravodajství sice vyvolává emoce, ovšem zpravidla nevyvolává odezvu v chování – když uvidím zprávu o obětech tornáda ve Spojených státech, mohu pocítit strach, soucit či lítost, jenže to nebude znamenat, že se zvednu a začnu na to nějak reagovat.

Zásadní evoluční výhodou lidského mozku je schopnost vytvářet komplexní mentální modely. Jednání rozumného člověka nepodléhá aktuálním stimulům a potřebám, ale dokáže se orientovat k budoucím cílům. Člověk tak může pociťovat strach, zlost, odpor nebo bolest, ale zároveň dokáže potlačit „instinktivní“ nutkání utéct, bránit se či útočit, a to díky mentálnímu modelu toho, co může v budoucnu získat, když se takto chovat nebude.

Lidské emoce tak nemusí mít a často také nemají přímou odezvu v jednání. Chování jakožto „výsledek“ procesu „stimul-emoce-chování“ se neztratilo, pouze „zvnitřnělo“. Stalo se součástí mentálních modelů, s nimiž mysl operuje, oproti instinktům, které vyvolají chování přímo, aniž by ho šlo řídit vůlí. Emoce ovlivňují chování komplexně a dlouhodobě, podílejí se na formování mentálního obrazu světa. A na chování takto mohou mít vliv i emoce vyvolané zcela fiktivními objekty a událostmi, např. tím, že ukazují schémata jednání a dávají jim hodnocení.

Ať už se tedy emoce vyvolané zpravodajstvím přímo dotýkají diváka či ne, mohou ovlivňovat jeho obraz světa a následně i chování. Jak je tomu v případě emočního paradigmatu?

Vrátíme-li se k *Tabulce 1*, tak sloupec „chování“ nemusí představovat „skutečné“ jednání, ale jednání v rámci mentálního modelu. Představme si zprávu z hlavního zpravodajského bloku,

⁸⁰ TenHouten oproti Plutchikovi uvažuje i tzv. antitetické dyády, tedy sekundární emoce vzniklé kombinací dvou opačných primárních emocí; Tamtéž, s. 102.

⁸¹ MOTLOVÁ, Lucie – KOUKOLÍK, František. *Citový mozek: Neurobiologie, klinický obraz, terapie*. První vydání. Praha: Galén, 2006. ISBN 80-7262-404-0. s. 19.

⁸² NAKONEČNÝ, Milan. *Lidské emoce*. Vydání 1. Praha: Academia, 2000. ISBN 80-200-0763-6. s. 7.

kteřá se tývá situace na burze. Redaktor se ptá na názor ekonomického analytika a ten varuje před kolísající cenou zlata. Divák informaci vyhodnotí a dojde k závěru, že si zlato, které vlastní, i přesto ponechá. Pokud ovšem redaktor uvažuje v rámci emočního paradigmatu, bude se snažit podat zprávu takovým způsobem, aby vyvolala co možná nejsilnější emoce. Redaktor by například mohl požádat analytika, aby používal „šťavnatější“ výrazy, mohl by připojit několik rozhořčených výroků lidí z ulice nebo by mohl hovořit o možných (byť nepravděpodobných) dopadech na celou ekonomiku. V diváku nyní vyvolá reportáž silný pocit strachu. Reakcí na strach v rovině chování je pak „pohyb od“ či útěk, v tomto případě „útěk od zlata“ – jeho prodej. Podle psychologického konceptu můžeme dojít k závěru, že čím intenzivnější emoce, tím silnější nutkání k provedení odpovídajícího chování.

Uvažme ale i situaci, kdy divák stejné reportáže zlato vůbec nevlastní. Cílem reportáže je stále především vyvolat emoce. I tento divák může při sledování prožívat strach, například poukazem redaktora na možné katastrofické dopady na celou ekonomiku. Nebude asi reagovat prodejem zlata (neboť žádné nemá), ale tento typ reaktivního chování („pohyb od“) se i tak může stát součástí jeho mentálních modelů, ať už by šlo o budoucí vyhýbání se nákupu zlata, o omezování obchodů komoditami či podobně.

Neurobiologie emocí

Vedle psychologických či evolučně-psychologických teorií se emocím podrobně věnují i tzv. neurovědy. Zjednodušeně řečeno, neurovědy, resp. neurobiologie interpretují fenomény myšlení z hlediska fungování mozku jakožto neuronové sítě. Koncept *emočního paradigmatu ve zpravodajství* se pokusím porovnat s některými závěry z této oblasti studia.

Kognitivní a emoční systém

S úvahami o původní funkci a významu emocí pro člověka souvisí rozlišení *kognitivního systému a emočního systému*. „Systémem“ se zde myslí systém mozkových struktur. Vědci vycházejí z předpokladu, že mozek je strukturován v rámci různých funkčně diferencovaných modulů (ať už jsou umístěny v určité části mozku či jimi procházejí napříč) a jejich hierarchií a systémů. Například se obecně soudí, že tzv. Brocovo centrum, oblast mozkové kůry frontálního laloku, plní funkci artikulace řeči⁸³.

Pojmy *kognitivní a emoční systém* tedy vyjadřují komplexní funkční spojení různých částí mozku, například vztahy mezi informacemi ze smyslových orgánů (signály z očí, uší, atd.), jejich zpracováním, behaviorálními výstupy či paměť. Podle Joan Borodové a Nancy Madiganové⁸⁴ poskytuje emoční systém rychlejší reakce, kdežto kognitivní systém je složitější a analyticky zaměřený:

„Emoční systém je pokládán za pohotovostní a má schopnost rychle a samostatně zpracovat stimuly a zahájit reakci. Oproti tomu je kognitivní systém pokročilejší a komplexnější a má schopnost analyzovat informace výběrem vhodných strategií (viz Oatley & Johnson-Laird, 1987.)“⁸⁵

⁸³ Při poškození této oblasti mozku dochází ke ztrátě schopnosti artikulovat řeč, aniž by zároveň postižený ztratil schopnost řeči rozumět. O tuto druhou schopnost se stará tzv. Wernickeovo centrum. V případě jeho poškození dochází k opačnému efektu.

⁸⁴ BOROD, Joan C. – MADIGAN, Nancy K. Neuropsychology of Emotion and Emotional Disorders: An Overview and Research Directions. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 3-28.

⁸⁵ „The emotional system is viewed as an emergency one with the ability to rapidly and automatically process stimuli and trigger a response. In contrast, the cognitive system is both a more advanced and a more complex system with the ability to analyze information through the selection of appropriate strategies (see also Oatley & Johnson-Laird, 1987).“; Tamtéž, s. 10.

Guido Gainotti rozlišení těchto dvou systémů rozpracovává do větších podrobností⁸⁶. Můžeme se na základě jeho práce pokusit vyvodit určité závěry ve vztahu ke konceptu emočního paradigmatu ve zpravodajství. Pokud vycházíme z předpokladu, že zprávy vytvořené v rámci emočního paradigmatu mají za cíl vyvolat emoční odezvu a tedy u diváka aktivovat emoční systém (oproti kognitivnímu), pak se bude jednat spíše o:

- *pasivní* příjem informací (emoční systém) než o cílené soustředění pozornosti na vyhledávání informací (kognitivní systém);
- *rychlou a jednoduchou* analýzu a zpracování informací než o pomalé a důkladné zpracování vedoucí k cílenému získávání dalších informací;
- tendenci k *reaktivnímu jednání* (viz předchozí kapitola) v rámci malé škály možných reakcí než o plánování dlouhodobých strategií a inhibici spontánní reakce;
- *automatické, podmíněné* učení než o vědomé zapamatování informací;
- *vysokou míru aktivace autonomního nervstva* (jenž se aktivuje např. v případě stresových situací), přičemž kognitivní systém je touto aktivací spíše utlumován.

Tento výčet nápadně připomíná některé aspekty „bulvarizace“ či „emocionalizace“ médií, o nichž byla řeč v první kapitole, ale také běžně rozšířené názory o „zjednodušování“ a „pasivitě“ televizní zábavy a zpravodajství. Emočně laděné zpravodajství má nižší nároky na pozornost, zpracování informací, vede k automatickým reakcím a tělesné odezvě.

Pro některé autory je ovšem rozlišení emočního a kognitivního systému příliš zjednodušující. Ross Buck⁸⁷ například soudí, že emoce v sobě nutně nesou jistý druh kognice, a hovoří spíše o *afektivní kognici* a *racionální kognici*⁸⁸. Afektivní kognice – ačkoli se stále jedná o poznávací procesy – se však vyznačuje právě prvky emočního systému, totiž je „syntetická“, „horká“, „celostní“, „přímá“, „bezprostřední“ a „samozřejmá“⁸⁹.

Přestože koncepce emočního a kognitivního systému, resp. afektivní a racionální kognice jistě musíme brát s určitou rezervou, do určité míry odpovídají emočnímu paradigmatu zpravodajství. Jak se zdá, zpravodajství se svým způsobem podání přizpůsobuje mentálním procesům popsaným jako „emoční systém“ či „afektivní kognice“.

⁸⁶ GAINOTTI, Guido. Neuropsychological Theories of Emotion. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 214-236. Tabulka 9.1 na straně 222.

⁸⁷ BUCK, Ross W. The Epistemology of Reason and Affect. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 31-55.

⁸⁸ Tamtéž, s. 48.

⁸⁹ Tamtéž.

Emoce v architektuře mozku

Neurovědecké výzkumy odhalily některé zákonitosti vztahu mezi emocemi a stavbou mozku. Pro rozdílné zpracování emocí hraje důležitou roli *lateralizace* mozku. Tento poznatek se do značné míry rozšířil i do obecného povědomí – pravá hemisféra je považována za „emotivnější“, kdežto levá za „rozumnější“. Závěry vědeckých studií však poskytují plastičtější obraz.

Joan Borodová a Nancy Madiganová⁹⁰ potvrzují, že emoce jsou zpracovávány přednostně v pravé mozkové hemisféře⁹¹. Mezi hlavní důvody podle citovaných studií patří sjednocující funkce emocí, odpovídající větší nervové propojenosti pravé hemisféry. Charakteristiky pravé hemisféry z hlediska její vnitřní stavby jsou tak vhodné pro synkretické, integrativní zpracování informací⁹².

Zaměříme-li se podrobněji na jednotlivé emoce, zjišťujeme, že i zde se projevuje lateralizace. „Negativní“ emoce jsou zpracovávány spíše levou hemisférou, kdežto v případě „pozitivních“ emocí se do jejich zpracování částečně zapojuje i levá hemisféra⁹³.

Se stejnými závěry pracují Annie Langová a Marian Friestadová⁹⁴. Autorky se zabývají významem zpracování a zapamatování emotivních televizních obsahů vzhledem k funkčnímu rozdělení hemisfér mozku. Kromě zmiňovaného významu lateralizace mozku v případě zpracování „pozitivních“ a „negativních“ emocí hovoří také o umístění verbálních procesů do levé hemisféry a vizuálně-prostorových spíše do pravé hemisféry⁹⁵. Ve vztahu ke sledování televize pak píší:

„Reeves et al. (1988) našli doklady o lateralizovaném zpracování pozitivních a negativních emocí během sledování televizních scén z hlavního vysílacího času. Přišli na významnou vazbu mezi hemisférickou lateralizací a hodnotou emocí. Jak se předpokládalo, byla zjištěna větší aktivita pravé strany mozku při sledování negativních scén a větší aktivita levé strany mozku při sledování pozitivních scén.“⁹⁶

⁹⁰ BOROD, Joan C. – MADIGAN, Nancy K. Neuropsychology of Emotion and Emotional Disorders: An Overview and Research Directions. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 3-28.

⁹¹ Tamtéž, s. 7.

⁹² Tamtéž.

⁹³ Tamtéž, s. 7-8.

⁹⁴ LANG, Annie – FRIESTAD, Marian. Emotion, Hemispheric Specialization, and Visual and Verbal Memory for Television Messages. *Communication Research*, October 1993, Vol. 20, No. 5, s. 647-670.

⁹⁵ Tamtéž, s. 649-650.

⁹⁶ Tamtéž, s. 651.

Autorky na základě těchto výzkumů došly k závěru, že zapamatování a vybavení si negativní informace bude spíše vizuální a pozitivní spíše verbální.

Můžeme tedy uvažovat (i když opět s jistou mírou zjednodušení) souvislost *negativní emoce – pravá hemisféra – vizuální vnímání*. Význam tohoto vztahu se pokusím ilustrovat s pomocí studie ze zcela jiného oboru, totiž z oblasti mediálních studií.

Phil Jones a Claire Wardleová se ve své studii pro časopis *Crime, Media, Culture*⁹⁷ zabývají konstrukcí mediálního obrazu tzv. Sohamských vražd. V roce 2002 ve Velké Británii proběhla médii kauza únosu a vraždy. Maxine Carrová, přítelkyně vraha dvou malých dětí Kevina Huntleyho, se nepodílela na vraždě, ale křivě svědčila ve prospěch svého partnera. V roce 2005, po jejím propuštění z vězení, jí byla soudem udělena nová identita, především z důvodných obav z možného lynčování.

Autoři studie se ptají, proč osoba Maxine Carrové vyvolala u veřejnosti takovou nenávist a opovržení, když se na samotných vraždách nepodílela? Odpověď je podle nich v rozdílném způsobu reprezentace na rovině textové a na rovině vizuální, což se projevilo především v případě bulvárních periodik. Jones a Wardleová píší:

„Tak jako noviny vizuálně zkoumaly jeho [vrahův – pozn. ŠP] životní příběh, jeho motivace a jeho životní styl, stejné otázky byly na vizuální rovině kladeny Carrové, čímž byla stavěna na stejnou úroveň s Huntleym. Vizuální obrazy „vypovídaly“ zcela jiný příběh než doprovodné novinové články, jejichž podrobné texty zdůrazňovaly odlišnost jejich činů.“⁹⁸

Na vizuální rovině (ovšem nikoli na textové) byla navíc Maxine Carrová přirovnávána ke známé britské vražedkyni Myře Hindleyové. Vizuální reprezentace Carrové konotovala mediální obraz Hindleyové, která ovšem oproti Carrové svému muži při vraždách aktivně napomáhala⁹⁹.

Na základě výzkumu Jonese a Wardleové se tak zdá, že to byla právě vizuální reprezentace, která vzbudila natolik silné emoce u britské veřejnosti. A to přesto, že reprezentace Maxine

⁹⁷ JONES, Phil J. – WARDLE, Claire. ‚No emotion, no sympathy‘: The visual construction of Maxine Carr. *Crime, Media, Culture*, 2008, Vol. 4(1), s. 53-71.

⁹⁸ „Just as the newspapers visually examined his life story, his motivations, and his lifestyle, the same questions were visually asked of Carr, positioning her on an equal footing with Huntley. The visual images ‘told’ a very different story to the accompanying newspaper articles, whose detailed texts spelled out the differences in their crimes.“; Tamtéž, s. 56.

⁹⁹ Tamtéž, s. 67.

Carrové nebyla konzistentní s obrazem, který byl utvářen na textové rovině. V tomto případě se uplatnil vztah *negativní emoce – pravá hemisféra – vizuální vnímání*. Pokud by nebyla uplatněna vizuální rovina, případně by Carrová byla na textové úrovni reprezentována jako aktivní spolupodílník a na vizuální naopak jako nevýznamný aktér vražd, pak by zřejmě k tak vypjaté „emocionalizaci“ – a konkrétně „negativní emocionalizaci“ – nedošlo.

Vedle *lateralizace* je lidský mozek postaven ještě na dalších principech. Mezi ty základní patří *hierarchická integrace a encefalizace*¹⁰⁰. Podíváme-li se na architekturu lidského mozku pohledem evoluční biologie, pak jsou jednotlivé jeho části různě „vývojově staré“. Obecně platí, že čím „vzdálenější“ část mozku od míchy, tím „novější“. Jak spolu ovšem jednotlivé části kooperují? Podle principu *hierarchické integrace* „vyšší“ oblasti mozku inhibují činnost „nižších“. Podle principu *encefalizace* přebírá koncový mozek („nejvyšší“ část mozku zaměřená na obecné úkoly) některé funkce dříve obstarávané „nižšími“ částmi¹⁰¹.

Tucker, Derryberry a Luu se snaží ukázat, že lidské emoce nelze považovat za „instiktivní“. Naopak emoce z hlediska architektury mozku mají nezastupitelnou integrativní funkci mezi „nižšími“ částmi mozku (s „instiktivními“, „automatickými“ procesy) a „vyššími“ částmi mozku (s „vědomými“, „kognitivními“ procesy). V tomto smyslu hraje klíčovou roli mozková struktura nazývaná *amygdala*. Amygdala přijímá informace ze smyslových orgánů a zároveň ovlivňuje funkce „nižších“ oblastí mozku. Její význam spočívá především v přípravě organismu na potenciální nebezpečí („strach“)¹⁰². Plní funkci koordinace mezi aktivací možného jednání (např. působením na autonomní nervstvo, které zvyšuje srdeční rytmus, atd.) a soustředění pozornosti (na vyhledávání dalších informací). Tucker, Derryberry a Luu zdůrazňují, že emoce nejsou aktuální reakcí na aktuální stimul (např. vidím hada – začnu utíkat), nýbrž koordinátorem mezi kognitivními reprezentacemi a instiktivním jednáním, což se projevuje právě na úrovni stavby mozku¹⁰³.

„Emocionalizace“ zpravodajství neznamena, že by bylo „odstaveno“ kognitivní myšlení ve prospěch „instiktivního“. Emoce vyvolané sledováním zpravodajství mají spíše integrativní funkci – kognitivní obraz propojují se základními strukturami jednání v „nižších“ oblastech

¹⁰⁰ TUCKER, Don M. – DERRYBERRY, Douglas – LUU, Phan. Anatomy and Physiology of Human Emotion: Vertical Integration of Brainstem, Limbic, and Cortical Systems. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 56-79.

¹⁰¹ Tamtéž, s. 57.

¹⁰² Tamtéž, s. 63.

¹⁰³ Tamtéž, s. 68.

mozku, s adaptivními reakcemi¹⁰⁴. Nastavují se tak základní vzorce „přijetí“ a „odporu“, „pohybu od“ a „pohybu k“.

Proč ovšem diváky láká právě „emocionalizované“ zpravodajství? Jednou z původních funkcí vyprávění příběhů, jejichž současnou obdobou je i zpravodajství, nejspíše bylo osvojování si adaptivních reakcí na fiktivních situacích. Posлуhač příběhu sice věděl, že se jedná o „nereálnou“ situaci, ale přesto ji emočně prožíval (bál se, radoval se, atd.). Emoce tak splňovaly svou adaptivní funkci, aniž by byl člověk vystaven skutečnému nebezpečí.

Emoce a paměť

Souvislost mezi emočními procesy a pamětí je dalším tématem, kterému se neurovědy poměrně detailně věnují. Nakolik emoce ovlivňují schopnost zapamatovat si události a situace? A jakým způsobem ji ovlivňují?

Jak lze předpokládat, silně emotivní situace jsou podle výzkumů lépe zapamatovatelné a následně vybavitelné než situace neutrální¹⁰⁵. Wirth a Schramm podávají několik příkladů takových situací z oblasti zpravodajství – např. zavraždění Johna F. Kennedyho v roce 1963 nebo teroristické útoky z 11. září 2001¹⁰⁶. V americké kultuře se ustálila fráze „Kde jsi byl, když jsi slyšel o Kennedyho zavraždění?“, odkazující na hluboké vzpomínky provázející tuto událost.

Vztah mezi emocemi a pamětí však není zcela přímočarý. Hans-Bernd Brosius¹⁰⁷ dochází k závěru, že emoce nezvyšují míru zapamatování všech detailů souvisejících s danou situací. Ve své studii, věnované tématu emotivních obrazů v televizním zpravodajství, cituje výzkumy, které naznačují jiný model. Důsledkem emoční prezentace je „zúžení“ divákovi pozornosti právě na „emoční detaily“¹⁰⁸. Divák si zapamatuje emoční aspekty zprávy, kdežto ostatní detaily si nezapamatuje vůbec nebo jen v obecných kategoriích¹⁰⁹.

¹⁰⁴ Tamtéž.

¹⁰⁵ WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, vol. 24, no. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646. s. 21.

¹⁰⁶ Tamtéž.

¹⁰⁷ BROSIUS, Hans-Bernd. The Effects of Emotional Pictures in Television News. *Communication Research*, February 1993, Vol. 20, No. 1, s. 105-124.

¹⁰⁸ Tamtéž, s. 118-119.

¹⁰⁹ Tamtéž, s. 119.

Obdobně chápou význam emocí Kevin Ochsner a Daniel Schacter¹¹⁰. Pokud vnímáme *emoční situaci* (či emotivní událost), její *emoční prvky* překrývají v paměti ostatní detaily. Rozlišují se *centrální a okrajové detaily*. Ochsner a Schacter podávají příklad výzkumu:

„Schopnost emotivních a především hrozivých informací přitáhnout a udržet pozornost může pomoci vysvětlit, proč si lidé nejlépe vybaví ty informace, které především se vztahují k afektivnímu významu daného stimulu (často nazývané centrální detaily), a to na úkor paměti pro další druhy informací (často nazývané okrajové detaily). Takto například Loftusová a Burns (1982) zjistili, že osoby, které sledovaly videozáznam zinscenované bankovní loupeže, při níž lupiči na útěku střílí malého chlapce do tváře, mají zastřenou paměť událostí těsně předcházejících tomuto útoku oproti osobám, které shlédly záznam, kde lupiči kolem chlapce pouze proběhnou. Tomuto fenoménu se někdy říká „pozornost zbrani“, při níž si svědci skutečného nebo simulovaného zločinu vybavují informace o zbraních na úkor dalších detailů týkajících se okolí (Loftus, Loftusová & Messo, 1987).“¹¹¹

Autoři v této souvislosti hovoří o *emočním schématu*¹¹². Člověk má tendenci zapamatovat si ty informace v rámci dané situace, které odpovídají schématu. A pokud některé informace, které by odpovídaly schématu (jako pocity, motivace, reakce, atd.), nejsou přítomné, doplňuje si je a následně si je vybavuje tak, jako by součástí situace byly¹¹³.

Pokud tedy mají emoce efekt „zúžení“ pozornosti a zapamatování centrálních detailů, prohlubuje se „rámovací“ charakter emočního paradigmatu zpravodajství. Při sledování zpráv, které vyvolávají silné emoce (např. obsahují záběry zohavených lidských těl), se divákova pozornost automaticky zaměří právě na tyto detaily. Ostatní informace, tedy informace okrajové vzhledem k emočnímu schématu zprávy, jsou spíše potlačeny a divák si je zpětně hůře vybavuje.

¹¹⁰ OCHSNER, Kevin N. – SCHACTER, Daniel L. A Social Cognitive Neuroscience Approach to Emotion and Memory. in: BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7. s. 163-193.

¹¹¹ Tamtéž, s. 167.

¹¹² Tamtéž, s. 168.

¹¹³ Tamtéž.

Důsledky emočního paradigmatu

Jak se emoční paradigma zpravodajství promítá do vnímání světa? Jaké důsledky může mít dlouhodobé sledování „emocionalizovaných“ zpráv?

Internalizace emočního paradigmatu

V mediálních studiích a příbuzných oborech existuje několik teorií popisujících, jak konzumace médií ovlivňuje diváka. Jednou z nich je tzv. *kultivační teorie*, která se zaměřuje na dlouhodobé účinky. Obraz reality, který poskytují média a který nutně některé její aspekty zdůrazňuje, některé potlačuje a některé dokonce překrucuje, je určující pro naše chování a naše chápání světa. Hovoří se o *internalizaci* mediálního obrazu reality¹¹⁴.

Proces *internalizace* přitom nespočívá ani tak v tom, že by divák přijímal názory a informace předkládané médiu (tedy tzv. mediální obsahy). Přijímá spíše schémata a koncepty, v jejichž rámci jsou zprávy podávány. L.J. Schrum, James Burroughs a Aric Rindfleisch podávají konkrétní příklad, jak může *internalizace* zpravodajství fungovat. Je jím tzv. *heuristika přístupnosti* - názory ohledně stavu světa jsou do určité míry podmíněny tím, který příklad z dané oblasti si lze nejnáze vybavit.

„Při užití heuristiky přístupnosti zakládají lidé svůj úsudek ohledně velikosti dané množiny či pravděpodobnosti na tom, jak snadno přijde relevantní příklad na mysl: Čím snáze si ho lze vybavit, tím vyšší odhad. Takto lidé zpravidla hádají, že slova začínající na písmeno K se v anglickém jazyce vyskytují častěji než slova, kde je K na třetím místě (Tversky & Kahneman, 1973, Studie 3), přestože opak je pravdou. Tento výsledek je nejspíše zapříčiněn tím, že v paměti jsou slova obvykle řazena podle prvního písmene a tedy slova začínající na K si lze snáze vybavit. Obdobně 80% lidí odhaduje, že nehody jsou častější příčinou úmrtí než mrtvice, přestože jsou mrtvice o 85% častějším důvodem úmrtí než nehody (Lichtenstein, Slovic, Fischhoff, Layman, & Combs, 1987). Můžeme

¹¹⁴ SHRUM, L.J. – BURROUGHS, James E. – RINDFLEISCH, Aric. A Process Model of Consumer Cultivation: The Role of Television Is a Function of the Type of Judgment. in: SHRUM, L.J. (ed.). *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2004. ISBN 0-8058-4641-7. s. 178-180.

*opět předpokládat, že tomu tak je v důsledku toho, že si lze nehody vybavít či představit snadněji než mrtvice.*¹¹⁵

Co ovšem ovlivňuje „přístupnost“ těchto příkladů a modelů v paměti? Autoři odpovídají, že klíčová je právě mediální reprezentace daného tématu¹¹⁶. Typy událostí, které se častěji opakují a jsou prezentovány jako důležité, si člověk vybaví nejnázem.

O to větší pak bude mít vliv na *heuristiku přístupnosti* emoční paradigma zpravodajství. Vy-
cházejme-li ze studií citovaných v předcházející kapitole, můžeme se domnívat, že „emočně nabitě“ události podávané ve zpravodajství budou snadněji zapamatovatelné. Navíc se z těchto událostí zachová v paměti právě to, co odpovídá „emočnímu schématu“ – tedy emočně nejvypjatější momenty. Emoční paradigma v sobě zahrnuje i specifický výběr tematiky. Kvůli častému opakování emočního paradigmatu a jeho snadné zapamatovatelnosti tak můžeme odhadovat, že mezi nejnázem vybavitelnými příklady budou dominovat události jako jsou vraždy, znásilnění, loupeže, nehody, tragédie, podvody, apod. Ostatně druhý příklad uváděný Shrumem, Burroughsem a Rindfleishem v předchozí citaci tomu plně odpovídá.

Jedná se o podobný princip, který mediální teoretik Dolf Zillmann nazývá *kategorizace a exemplifikace*¹¹⁷ (viz kapitola *Emoční paradigma*). Redaktoři a editoři zpravodajství události vždy nějak formulují, definují, vybírají to podstatné, srovnávají, interpretují, atd. Tato schémata, rámce a modely jsou v podstatě způsobem myšlení, obdobně jako lidská mysl zpracovává vnímané události. To, co je internalizováno, je samo emoční paradigma¹¹⁸.

Dlouhodobé účinky – násilí v médiích

Ohledně dlouhodobých účinků sledování médií nelze dospět ke zcela jasným závěrům. Lidská mysl zůstává „černou skříňkou“ a nemůžeme proto posoudit, které události či stimuly měly vliv na jaké jednání. Přesto se teoretici médií pokoušejí podat alespoň koncepce či teorie, které by tyto vlivy mohly do určité míry pomoci vysvětlit.

¹¹⁵ Tamtéž, s. 184.

¹¹⁶ Tamtéž, s. 184-185.

¹¹⁷ ZILLMANN, Dolf. Exemplification Theory of Media Influence. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 19-41. s. 21.

¹¹⁸ Novinář, který nastupuje do redakce zpravodajství, také prochází procesem *internalizace*. Musí si osvojit principy tvorby zpráv, které jsou zpravidla specifické pro konkrétní médium. Zpravidla se nejedná o explicitní soubor pravidel a postupů. Redaktor musí tato pravidla *internalizovat*, začít „myslet zpravodajstvím“, sám od sebe umět vybírat podstatné aspekty událostí a dávat jim strukturu zprávy.

Pro odvětví studia účinků médií představuje jedno z hlavních témat „násilí v médiích“, či přesněji jeho vliv na násilné chování konzumentů těchto mediálních obsahů. Podle Glenna Sparkse a Cheri Sparksové¹¹⁹ je třeba interpretovat účinky sledování násilí v médiích na chování vzhledem k emocím. Nabízejí několik teoretických konceptů – *sociální učení*, *priming*, *nabuzení*, *otupění* nebo již zmiňovanou *kultivační teorii*.

Teorie *sociálního učení* (či nověji *sociální kognitivní teorie*) předpokládá, že divák bude mít tendenci napodobovat či nenapodobovat chování zobrazované v médiích, podle toho, zda je v daných mediálních obsazích toto chování odměňováno či trestáno¹²⁰. Sociální učení se týká především dětí a mladistvých, což ale neznamená, že by se stejným způsobem nemohl například začínající politik učit způsobům „politického chování“.

Mezi spíše krátkodobější efekty médií se řadí *priming* či podobný efekt *nabuzení*. Podle Zillmanna, který koncept nabuzení rozpracoval, se emoce vyvolané mediálními obsahy mohou projevit v následném chování, aniž by se jednalo o stejnou situaci. Například agresivní mediální obsahy „připravují prostor“ (v angličtině „*to prime*“) pro agresivní jednání – to neznamená, že by ho přímo vyvolávaly, ale pokud se divák vystavený těmto obsahům bezprostředně poté setká s nějakým rušivým či frustrujícím stimulem, bude mít větší sklon k agresivnímu jednání nebo smýšlení¹²¹.

Naopak dlouhodobým účinkem násilí v médiích může být *otupění*¹²². Některé výzkumy potvrzují domněnku, že pravidelné vystavení násilným obsahům postupně snižuje intenzitu emocionálních reakcí na tyto podněty¹²³. Otázkou ovšem zůstává, do jaké míry se otupění ze sledování mediálních obsahů může přenášet i na otupění v reálných situacích, kdy je člověk svědkem násilí.

¹¹⁹ SPARKS, Glenn G. – SPARKS, Cheri W. Effects of Media Violence. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 269-285.

¹²⁰ Tamtéž, s. 279.

¹²¹ ROSKOS-EWOLDSEN, David R. – ROSKOS-EWOLDSEN, Beverly – DILLMAN CARPENTIER, Francesca R. Media Priming: A Synthesis. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 97-120. s. 98-99.

¹²² GILES, David. *Media Psychology*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003. ISBN 0-8058-4049-4. s. 57.

¹²³ SPARKS, Glenn G. – SPARKS, Cheri W. Effects of Media Violence. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 269-285. s. 280.

Uvádí se však i příklad Japonska, kde po uvolnění zákazu pornografie a jejím následném rozšíření (včetně násilné pornografie a dalších forem) výrazně poklesl počet znásilnění a sexuálních trestných činů¹²⁴. Pokud tento vztah mezi násilnými mediálními obsahy a násilným chováním není náhodný, pak svědčí o možném „pozitivním“ vlivu¹²⁵.

Příklad násilí v médiích a ve skutečnosti do jisté míry ukazuje problematické aspekty vztahu emočního paradigmatu a jeho vlivu na jednání. V této oblasti se těžko dokazuje kauzální souvislost. Jednání je zpravidla výsledkem komplexních myšlenkových pochodů a odvozuje se od celkového vidění světa, nikoli od jednotlivých stimulů. Pokusím se tedy naznačit některé možné vlivy emočního paradigmatu na názorový a hodnotový systém.

Emoce a ideologie

Emoční paradigma zpravodajství se v podobě příklad, modelů a rámců promítá do vidění světa diváků či jinak řečeno do *ideologie*. Pojem *ideologie* rozumím ve stejném smyslu, jak ho definuje a užívá Teun van Dijk¹²⁶ - jako rámce sociálního poznání sdílené určitou skupinou lidí, jejichž součástí jsou společenské hodnoty, sebeurčení skupiny a uspořádání společenských reprezentací¹²⁷. Struktura ideologií – jejíž podstata je podle van Dijka *sociálně-kognitivní* – se tak nutně projevuje ve struktuře diskursu¹²⁸. Bude-li například levicový politik v diskusním pořadu neustále poukazovat na „nesolidaritu“ návrhů protistrany, pak můžeme usuzovat, že v rámci jeho (levicové) ideologie je „solidarita“ důležitou hodnotou.

Pokud se zaměříme na vztah emocí a ideologie, je třeba rozlišovat dvě roviny. Na jedné straně souvisí emoce s fungováním každé ideologie, neboť emoce jsou součástí myšlení jako takového. Na straně druhé – a to bude příklad emočního paradigmatu ve zpravodajství – mohou být emoce součástí konkrétní ideologie.

Významu emocí pro kognici a další mentální procesy jsem se věnoval již v předchozích kapitolách. Vliv emocí na schopnost zapamatování má například úzkou souvislost s utvářením

¹²⁴ DIAMOND, Milton – UCHIYAMA, Ayako. Pornography, Rape and Sex Crimes in Japan. *International Journal of Law and Psychiatry*, 1999, Vol. 22(1), s. 1-22.

¹²⁵ Srov. SPARKS, Glenn G. – SPARKS, Cheri W. Effects of Media Violence. in: BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7. s. 269-285. s. 278.

¹²⁶ DIJK, Teun A. van. Discourse Semantics and Ideology. *Discourse Society*, 1995, Vol. 6(2), s. 243-289.

¹²⁷ Tamtéž, s. 248.

¹²⁸ Tamtéž, s. 255-256.

mentálních modelů a dostupnost příkladů v paměti¹²⁹. Evolučně původním mechanismem emocionálních procesů je také odměna/trest, resp. „pohyb od“/“pohyb k“ (viz podkapitola *Evoluční teorie emocí a mentální modely*), na jehož základě funguje hodnotový systém (pozitivní/negativní hodnoty)¹³⁰.

Základní hodnoty a morální standardy společnosti také nelze odlišit od tzv. vyšších emocí. Emoce jako „vina“, „stud“ či „pohrdání“ se člověk do značné míry „učí“. V určité situaci se tak příslušník jedné kultury zastydí, kdežto příslušník jiné kultury nikoli. Klaus Scherer upozorňuje, že neustálý vývoj společnosti, kultury nebo i technologie se odráží také v neustálých změnách „objektů“ těchto emocí¹³¹. Scherer dále píše:

„Výše jsem se věnoval vyvolávání emocí skrze mediální obsahy. Co by však mohlo být ještě zajímavější je emoční forma těchto obsahů. Přestože empirická data opět spíše chybí, mám silný dojem, že masová média, zvláště televize, stále více spoléhají na vysoce emocionalizované materiály za účelem udržení zájmu svých diváků a prodeje zboží. Takto se zdá, že systematický rozbor událostí byl nahrazen značně emocionalizovanými rozhovory se zainteresovanými osobami. Například, místo aby se rozebíraly příčiny nespokojenosti, které vedly ke stávce, zpravodajské relace obvykle nabídnou rozhovor s rozzuřeným dělníkem, z něhož mluví emoce.“¹³²

Má-li emoční paradigma zpravodajství vliv na podobu současné kultury, pak se musí projevit i na vztahu mezi emocemi a hodnotovými systémy obecně. Aby se hodnoty a morální normy určité ideologie prosadily, musí zvítězit v soutěži o pozornost, kterou mezi sebou vzájemně vedou média a jejímž prostředkem je právě emocionalizace. Důsledkem „emocionalizované společnosti“ může být například podoba „protitabákových kampaní“. Od roku 2006 platí v Austrálii nový systém výstrah, které jsou povinnou součástí obalů tabákových výroků¹³³. Výstrahy už nejsou jen v textové podobě, jak je tomu ještě v České republice, ale jejich sou-

¹²⁹ Tamtéž, s. 251-253.

¹³⁰ Tamtéž, s. 250.

¹³¹ SCHERER, Klaus R. Emotional experience is subject to social and technological change: extrapolating to the future. *Social Science Information*, 2001, Vol. 40(1), s. 125-151. s. 133.

¹³² „Above I discussed the elicitation of emotion through media content. What is potentially even more interesting is the *emotional form* of this content. While empirical data are again largely absent, I have the distinct impression that the mass media, especially television, are relying increasingly on highly emotional material to keep the interest of their public as well as to sell products. Thus it seems that systematic analysis of events has been replaced by highly emotionalized interviews with concerned individuals. For example, rather than analyzing the structure sources of discontent that led to a strike, news shows will often interview an angry worker who speaks his emotion.“; Tamtéž, s. 137.

¹³³ Zdroj: <http://www.quitnow.gov.au/internet/quitnow/publishing.nsf/Content/health-warnings-lp>.

částí se staly i velmi explicitní fotografie orgánů lidského těla znetvořených kouřením a podobně tematicky zaměřené vizuály (např. zkažené, zešedlé zuby, plíce zasažené rakovinou, mladá žena na dýchacích přístrojích, atd.). Cílem není jen upozornit na dopady kouření („[...] tyto nové obrázky mají zvýšit povědomí uživatelů ohledně zdravotních dopadů spojených s kouřením [...]“¹³⁴), nýbrž vyvolat silné pocity hnusu, odporu a strachu spojené s kouřením a změnit tak názory a chování lidí.

Na druhé straně se emoce nepodílejí jen na fungování ideologií, ale samy se mohou stát jejich předmětem. Prožívání emocí a zvláště pak vyjadřování emocí ve společenském či veřejném životě není samozřejmé nebo přirozené, nýbrž podléhá kulturním a hodnotovým normám – jinými slovy, je předmětem ideologie.

Zpravodajství, které se zásadní měrou podílí na utváření *veřejného prostoru*, stanovuje normy a příklady toho, jak mohou a mají být emoce na veřejnosti sdíleny a prožívány a jaká je „správná“ emoční reakce na určité události¹³⁵. Jennifer Hardingová a Deidra Pribramová¹³⁶ uvažují o významu emocí v současné kultuře z hlediska diference „soukromé“/„veřejné“. Dříve „soukromé“ prožívání emocí se podle autorek stává „veřejnou“ záležitostí¹³⁷. Jestliže byly emoce v rámci osvícenského světonázoru chápány v opozici k „rozumu“, totiž jako „soukromé“, „nesvobodné“ či „předspolečenské“ („necivilizované“), jejich význam se nyní mění. Hardingová s Pribramovou odkazují na pojem *emoční hegemonie*, který vyjadřuje právě rostoucí význam emocí pro veřejný život¹³⁸. Ideologická kontrola emocí se odráží na diskursivní rovině. Hovoří se například o „emoční inteligenci“ či „managementu emocí“, tedy o systému a normách „zvládnutí“ svých emočních projevů – nejen jako jejich potlačování, ale také (a stále častěji) jako jejich patřičného vyjadřování¹³⁹.

Emoční paradigma se tak může přímo podílet na utváření a prosazování ideologie spojené s emocemi ve veřejném prostoru. V literatuře se často objevuje příklad událostí, které následovaly po úmrtí princezny Diany v roce 1997. Členové britské královské rodiny se uzavřeli

¹³⁴ „[...] the new images are intended to increase consumer knowledge of health effects relating to smoking [...]“; Tamtéž.

¹³⁵ WALTER, Tony – LITTLEWOOD, Jane – PICKERING, Michael. Death in the News: The Public Invigilation of Private Emotion. *Sociology*, November 1995, Vol. 29, No. 4, s. 579-596.

¹³⁶ HARDING, Jennifer – PRIBRAM, E. Deidre. The power of feeling: Locating emotions in culture. *European Journal of Cultural Studies*, 2002, Vol. 5(4), s. 407-426.

¹³⁷ Tamtéž, s. 409-410.

¹³⁸ Tamtéž, s. 415-416.

¹³⁹ Tamtéž, s. 411.

před médií, což ovšem bylo v rozporu s veřejnými projevy zármutku (procesí, pokládání květin, truchlení, atd.). Pod tlakem mediální kritiky nakonec královská rodina musela vystoupit na veřejnosti a prezentovat svůj žal¹⁴⁰. Hodnotový systém takové chování vyžadoval. A z hlediska emočního paradigmatu chyběla klíčová složka zpráv o úmrtí princezny – totiž „autentické“ projevy emocí ze strany nejbližších obětí. Veřejná kritika královské rodiny byla projevem toho, že emoční paradigma nebylo „dostatečně naplněno“.

Politika ‚emocionalizované‘ společnosti

Zpravodajství úzce souvisí s politikou. V demokratických společnostech je mediální obraz naprosto klíčový pro nabytí moci. Politici se musejí přizpůsobovat tzv. mediální logice, tedy způsobům fungování médií a tvorby zpravodajství. Pokud platí koncepce emočního paradigmatu ve zpravodajství, pak se bezpochyby musejí přizpůsobovat i jemu.

Chtějí-li politici a veřejně činné osoby zaujmout pozornost médií a proniknout do zpravodajství, nezbývá jim, než se stát součástí emočně vypjatých událostí nebo takové události přímo „vytvářet“. William Gamson¹⁴¹ připomíná Edelmanův pojem *konstrukce politického spektaklu*¹⁴². Všechny veřejné hrozby, nebezpečí, nepřátelé či krize jsou symbolicky konstruovány do podoby spektaklu. Emočně vypjaté události a hrozby mají vyvolat strach ve voličích, kteří poté reagují na přísliby pořádku a spravedlnosti a na „řešení“, která politici nabízejí. Takto „rámují“ události, užívají narativní struktury zdůrazňující konflikty a krize, v nichž oni sami vystupují jako „pozitivní“ aktéři. Gamson píše:

„Navíc jsou tyto „reklamy na autoritu“ obklopeny dalšími zprávami, které „poskytují děsivé obrazy násilných činů, ekonomické nejistoty a jaderné války. Takové obrazy posilují veřejnou podporu politickým autoritám slibujícím pořádek, bezpečí a odpovídající politická řešení.““¹⁴³

Vliv emočního paradigmatu na politiku se projevuje také v prosazování emočního diskursu. Roste expresivita výrazů, gestikulace, vypjatá artikulace. V projevech a diskusích politici zdů-

¹⁴⁰ Tamtéž, s. 419.

¹⁴¹ GAMSON, William A. Chapter 3: Promoting political engagement. in: BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9.

¹⁴² Tamtéž, s. 60.

¹⁴³ „Furthermore, these “advertisements for authority” are surrounded by other reports “that convey fearful images of violent crime, economic insecurity, and nuclear war. Such images reinforce public support for political authorities who promise order, security, and responsive political solutions.”“; Tamtéž.

razňují emoce – „strach místních občanů“, „frustraci podnikatelů“, „spokojenost obdarovaných rodin“, atd.

Bruce Buchanan¹⁴⁴ v této souvislosti hovoří o *emočních apelech* v rámci prezidentských volebních kampaních v USA. Televizní spoty Republikánské strany v roce 1988 podle něj úmyslně odkazovaly k násilníkovi černé barvy pleti, aby ve svůj prospěch využily rasovou nesnášlivost. Demokratická strana zase v kampani v letech 1995 a 1996 využívala strachu ze zrušení podpůrných vládních programů¹⁴⁵.

Ve svých výzkumech Eric Bucy¹⁴⁶ mimo jiné dokazuje, jaký význam mají pro současnou politickou komunikaci gesta a výrazy tváře. Bucy se zaměřuje na reakce diváků na prezidentské projevy ve Spojených státech po teroristických útocích 11. září 2001. Způsob, jakým je zpráva podána, je podle něj stejně důležitý či dokonce důležitější než skutečný „obsah“ zprávy¹⁴⁷, zvláště pokud je účelem projevu například „uklidnit veřejnost“ či „projevit sílu“.

Dopady emočního paradigmatu zpravodajství lze vysledovat i na chování politiků. Podobně jako v případě britské královské rodiny po smrti princezny Diany, veřejnost „očekává“ či dokonce „vyžaduje“ určité typy reakcí. Od představitelů státu se očekává, že „osobně“ navštíví místa katastrof, tragédií a nepokojů¹⁴⁸. Úmrtí významných osobností a celebrit následují projevy zármutku a žalu, do nichž se zapojují i veřejné instituce a politici¹⁴⁹. Ovšem politická rozhodnutí se objevují i v reakci na pozitivní události, např. úspěchy ve sportu nebo dalších souťažích¹⁵⁰.

¹⁴⁴ BUCHANAN, Bruce I. Chapter 17: Mediated Electoral Democracy: Campaigns, Incentives, and Reform. in: BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9.

¹⁴⁵ Tamtéž, s. 367.

¹⁴⁶ BUCY, Eric P. Emotion, Presidential Communication, and Traumatic News: Processing the World Trade Center Attacks. *The International Journal of Press/Politics*, 2003, Vol. 8(4), s. 76-96.

¹⁴⁷ Tamtéž, s. 78.

¹⁴⁸ Například v souvislosti s „rasovými nepokoji“ na Šluknovsku v roce 2011 byl premiér Petr Nečas kritizován za to, že „osobně nenavštívil“ problémovou oblast. Viz např. <http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-52840300-nepokoji-zmitane-sluknovsko-se-docka-necase-tento-tyden-to-ale-nebude>.

¹⁴⁹ Úmrtí tří českých hokejistů při letecké nehodě 7. září 2011 vyvolalo značný mediální zájem, který se soustředil především na prožívání „národního“ smutku. Magistrát hl. m. Prahy se zapojil například tím, že na Staroměstském náměstí nechal umístit pamětní knihu a zřídil „pietní místo“. V reakci na úmrtí hokejistů se také začalo uvažovat o přejmenování jindřichohradeckého hokejového stadionu podle jednoho z nich. Viz např. http://zpravy.idnes.cz/pieta-za-hokejisty-svicky-na-staromaku-i-kondolence-na-facebooku-px4-/domaci.aspx?c=A110907_190958_domaci_brd.

¹⁵⁰ Po olympijských hrách ve Vancouveru v roce 2010, kde rychlobruslařka Martina Sáblíková získala tři medaile, se mnozí politici vyslovili pro záměr zbudovat v České republice „národní rychlobruslařský stadion“ v údajně

Závěr

Shrnutí

Současné zpravodajství, především pak zpravodajství televizní, bývá popisováno řadou termínů. Hovoří se o *infotainmentu*, tedy prolínání zpravodajského a zábavního žánru. Podobně se v souvislosti s médií, včetně těch českých, užívá pojem „bulvarizace“. Komerční média přistupují k divákům pouze jako ke konzumentům – a jako konzumenty je vychovávají. Žijeme údajně ve společnosti fixované na celebrity. Také se říká, že míra zobrazovaného násilí za poslední dekády „dramaticky“ vzrostla. Vedle násilí jsou to i jeho oběti, kdo je v centru zájmu reportérů – současná žurnalistika se podle některých vyžívá v *emoční pornografii*. Stačí se podívat na zpravodajské relace některé z českých televizí. Jaký charakter mají? Jaký *dojem* v divácích zanechávají?

V této práci jsem se pokusil ukázat, že příčinou těchto jevů je převládnutí *emočního paradigmatu zpravodajství*. Televizní zpravodajské relace, stejně jako každý pořad v televizním programu, mají za úkol získat a udržet diváky. Toho se snaží docílit skrze emoce. Zprávy v rámci emočního paradigmatu jsou vytvářeny tak, aby v divácích *vyvolávaly emoce*.

Emoční paradigma je tedy vzorem, podle nějž žurnalisté či mediální instituce vytvářejí „emočně nabitě“ zpravodajství. Projevuje se na několika rovinách, které se zpravidla vzájemně prolínají. Jde například o způsob *výběru událostí* do zpráv, o jejich *zarámování* (tedy výběr těch aspektů události a kontextu, o nichž se ve zprávě bude hovořit), o způsob *vizuální* či *auditivního* podání (vizuální složka zpravodajství nabírá na expresivitě a významu) či o charakter *diskursu zpravodajství*.

Podoba zpráv ovšem není jediným tématem, které bychom měli brát v úvahu při studiu vztahu mezi emocemi a zpravodajstvím. Emoce například nejsou vyvolávány pouze situacemi či událostmi, které se nás přímo dotýkají, nýbrž spíše *mentálními reprezentacemi*. Charakter zpravodajství – emoční diskurs, explicitní obrazy či hudební doprovod – vyvolává emoce bez ohledu na vztah diváka ke zobrazovaným událostem. V rámci emočního paradigmatu jsou ve zprávách o událostech (bez ohledu na téma) zdůrazňovány a přidávány „emociogenní aspek-

hodnotě 1,5 miliardy Kč. Viz např. http://zpravy.idnes.cz/stat-na-stadion-pro-sablikovou-nema-at-ho-postavi-soukromnik-mini-politici-16p-/domaci.aspx?c=A100225_122512_domaci_ban.

ty“. Tím, že charakter zprávy je silně emocionalizovaný, zobrazovaná událost začne působit tak, že se diváků týká. Fakticky nezúčastněný pozorovatel/divák se stává zúčastněným, ať už skrze procesy indukce, empatie či nákazy. Na „emocionalizovanou“ zprávu má divák větší tendenci reagovat příslušnou „emotivní“ odezvou v jednání.

V neurovědách se zjednodušeně rozlišuje mezi *kognitivním* a *emočním systémem*. Při bližším pohledu jsou však oba systémy úzce spojené a vzájemně se ovlivňují. Vliv emocí na kognici (poznávání) či jinak řečeno *afektivní kognice* se vyznačuje pasivním příjmem informací, jednodušší analýzou informací či podmíněnými procesy učení. Přitom právě „jednoduchost“, „pasivita“ či „spontánnost“ jsou pojmy, kterými bývá popisováno současné zpravodajství. Neurologie ukazuje také na vztah mezi emocemi a vizuální percepcí. Podle výzkumů jsou emoce, zvláště pak negativní emoce, zpracovány v pravé hemisféře mozku, v níž jsou zároveň přednostně zpravovávány vizuální podněty. Proces „zarámování“ (*framing*) událostí, který je součástí emočního paradigmatu, podkládají některé výzkumy fungování paměti. Při vnímání emočně nabitě situace dochází k „zúžení“ pozornosti právě na její emoční aspekty. Ty si pak lze snadněji zapamatovat a vybavit.

Emoční paradigma jakožto způsob výběru a podání zpráv se v divácích internalizuje. Kategorie, příklady či rámce, v nichž je událost podána, samy představují způsob myšlení. Emoční paradigma kultivuje v divácích myšlenky, názory a hodnoty, tedy určitou ideologii. Emoční reakce a modely chování začínají být společensky vyžadovány. Musí se jim přizpůsobovat i politika. Aby se politik prosadil ve zpravodajství, musí vycházet vstříc jeho paradigmatu, musí umět *konstruovat spektákl*.

Emoce v médiích a ve společnosti

Emoce představují významné téma nejen ve vztahu ke zpravodajství, nýbrž i obecně ve vztahu k současným médiím a společnosti. V této práci jsem vybíral příklady z českého televizního zpravodajství. Stejně tak se ovšem emoční paradigma projevuje v tisku, rozhlasu nebo internetovém zpravodajství, přičemž v každém z těchto typů médií v rámci jeho specifického charakteru. Jejich společnými aspekty budou bezpochyby emoční diskurs či výběr a zarámování událostí, ovšem i zde by zřejmě bylo možné najít určité odlišnosti.

Naznačil jsem také, že zpravodajství v současné době již není pouze „informováním“, nýbrž „*infotainmentem*“ – spojením informací a zábavy. Zpravodajské relace je nutno brát v širším

kontextu programu jako celku. I zde je prvořadý „boj o sledovanost“ („čtenost“/„poslechovost“/„návštěvnost“) a jeho prostředkem je právě vyvolávání emocí. Dramatické seriály či „thrillery“ vzbuzují napětí, zábavné pořady mají pobavit, reality show zprostředkovávají „autentické emoce“ soutěžících, dokumenty a publicistika nabízejí překvapení či rozhořčení, všechny musí přijít se „strhujícím příběhem“.

Emoční paradigma může být nástrojem k interpretaci mnoha fenoménů současných médií a společnosti. Nejde přitom jen o výklad charakteru zpravodajství, nýbrž chování jeho diváků a společenských procesů. Za zvlášť zásadní považuji téma vlivu emočního paradigmatu na politiku. Demokratická politika se účastní „souboje o pozornost“ a je na něm závislá. Pokud koncept emočního paradigmatu platí, pak můžeme dovodit, že to bude právě schopnost konstruovat „emoční spektakl“, co bude rozhodovat o úspěšnosti politiků a politických stran.

Modelů a teorií fungování medií je samozřejmě celá řada. Při interpretaci společenských jevů je nutné brát v úvahu různé možnosti. Na závěr bych zmínil významný fenomén poslední dekády – hrozbu terorismu, jak nám ji podávají média. Můžeme tento jev vykládat z hlediska modelu propagandy¹⁵¹. Pak se bude zdát, že hrozba terorismu a konkrétně „islámského terorismu“ je v zájmu mocenských a ekonomických elit. Vyvolávání strachu ve veřejnosti západních zemí může ospravedlnit vojenské zásahy a z nich plynoucí ekonomický prospěch. Z tohoto důvodu elity ovlivňují zpravodajská média, aby se hrozbou terorismu co nejintenzivněji zabývala.

Perspektiva emočního paradigmatu však přináší ještě jiný pohled na věc. Téma hrozby terorismu nemusí být pro média natolik atraktivní jen proto, že by byla pod přímým tlakem mocenských elit, ale prostě z toho důvodu, že jde o téma značně emotivní. Vyvolat strach znamená udržet pozornost. A pozornost – tedy i sledovanost/čtenost/poslechovost – je hlavním zájmem a cílem médií samých. Pozornost, kterou média věnují terorismu, nemusí být jen formou záměrné propagandy ze strany ekonomických či mocenských elit. Koncept emočního paradigmatu nabízí i jinou interpretaci, v čemž, jak doufám, spočívá jeho přínos.

¹⁵¹ HERMAN, Edward S. – CHOMSKY, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 2002. ISBN 0-375-71449-9.

Zdroje

Monografické publikace

BENNETT, W. Lance – ENTMAN, Robert M. (eds.). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. First published 2001, reprinted 2003, 2005. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-78356-9.

BOROD, Joan C. (ed.). *The Neuropsychology of Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000. ISBN 0-19-511464-7.

BRYANT, Jennings – ZILLMANN, Dolf (eds.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Second edition. Taylor & Francis e-Library, 2008. ISBN 1-4106-0242-7.

DIAMOND, Milton – UCHIYAMA, Ayako. Pornography, Rape and Sex Crimes in Japan. *International Journal of Law and Psychiatry*, 1999, Vol. 22(1), s. 1-22.

FOUCAULT, Michel. Archeologie vědění. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 2002.

FOUCAULT, Michel. Diskurs, autor, genealogie: tři studie. První vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1994. ISBN 80-205-0406-0.

FOUCAULT, Michel. Vůle k vědění: Dějiny sexuality I. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 1999.

GILES, David. *Media Psychology*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003. ISBN 0-8058-4049-4.

HERMAN, Edward S. – CHOMSKY, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 2002. ISBN 0-375-71449-9.

LIPSCHULTZ, Jeremy H. – HILT, Michael L. *Crime and Local Television News: Dramatic, Breaking and Live From the Scene*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2002. ISBN 0-8058-3621-7.

MOTLOVÁ, Lucie – KOUKOLÍK, František. *Citový mozek: Neurobiologie, klinický obraz, terapie*. První vydání. Praha: Galén, 2006. ISBN 80-7262-404-0.

NAKONEČNÝ, Milan. *Lidské emoce*. Vydání 1. Praha: Academia, 2000, ISBN 80-200-0763-6.

ROLLS, Edmund T. *The Brain and Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2001 (Reprinted). ISBN 0-19-852463-3.

SHRUM, L.J. (ed.). *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2004. ISBN 0-8058-4641-7.

TenHOUTEN, Warren D. *A General Theory of Emotions and Social Life*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007. ISBN 978-0-203-01344-1.

Články v seriálových publikacích

ALTHEIDE, David L. – GRAY, Barbara – JANISCH, Roy – KORBIN, Lindsey – MARATEA, Ray – NEILL, Debra – REAVES, Joseph – DEMAN, Felicia Van. News Constructions of Fear and Victim: An Exploration Through Triangulated Qualitative Document Analysis. *Qualitative Inquiry*, 2001, Vol. 7, No. 3, s. 304-322.

ASLAMA, Minna – PANTII, Mervi. Talking alone: reality TV, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 2006, Vol. 9(2), s. 167-184.

BROSIUS, Hans-Bernd. The Effects of Emotional Pictures in Television News. *Communication Research*, February 1993, Vol. 20, No. 1, s. 105-124.

BUCY, Eric P. Emotion, Presidential Communication, and Traumatic News: Processing the World Trade Center Attacks. *The International Journal of Press/Politics*, 2003, Vol. 8(4), s. 76-96.

DIJK, Teun A. van. Discourse Semantics and Ideology. *Discourse Society*, 1995, Vol. 6(2), s. 243-289.

FROME, Jonathan. Representation, Reality and Emotions Across Media. *Film Studies*, 2006, Issue 8, s. 12-26.

GALTUNG, Johan – RUGE, Mary Holmboe. The Structure of Foreign News. In: *The Journal of Peace Research*, Vol. 2., No. 1 (1965), s. 64-91.

GROSS, Kimberly – BREWER, Paul B. Sore Losers: News Frames, Policy Debates, and Emotions. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2007, Vol. 12(1), s. 122-133. BROSIUS, Hans-Bernd. The Effects of Emotional Pictures in Television News. *Communication Research*, February 1993, Vol. 20, No. 1, s. 105-124.

HARDING, Jennifer – PRIBRAM, E. Deidre. The power of feeling: Locating emotions in culture. *European Journal of Cultural Studies*, 2002, Vol. 5(4), s. 407-426.

JONES, Phil J. – WARDLE, Claire. ‚No emotion, no sympathy‘: The visual construction of Maxine Carr. *Crime, Media, Culture*, 2008, Vol. 4(1), s. 53-71.

LANG, Annie – FRIESTAD, Marian. Emotion, Hemispheric Specialization, and Visual and Verbal Memory for Television Messages. *Communication Research*, October 1993, Vol. 20, No. 5, s. 647-670.

MONTGOMERY, Martin. Rituals of personal experience in television news interviews. *Discourse & Communication*, 2010, Vol. 4(2), s. 185-211.

REEVES, Byron R. – NEWHAGEN, John – MAIBACH, Edward – BASIL, Michael – KURZ, Kathleen. Negative and Positive Television Messages: Effects of Message Type and Context on Attention and Memory. *American Behavioral Scientist*, July/August 1991, Vol. 34, No. 6, s. 679-694.

SCHERER, Klaus R. Emotional experience is subject to social and technological change: extrapolating to the future. *Social Science Information*, 2001, Vol. 40(1), s. 125-151.

UNZ, Dagmar – SCHWAB, Frank – WINTERHOFF-SPURK, Peter. TV News – The Daily Horror?: Emotional Effects of Violent Television News. *Journal of Media Psychology*, 2008, Vol. 20(4), s. 141-155.

URIBE, Rodrigo – GUNTER, Barrie. Are ‚Sensational‘ News Stories More Likely to Trigger Viewers‘ Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 2007, Vol. 22(2), s. 207-228.

VALKENBURG, Patti M. – CANTOR, Joanne – PEETERS, Allerd L. Fright Reactions to Television: A Child Survey. *Communication Research*, February 2000, Vol. 27, No. 1, s. 82-99.

WALTER, Tony – LITTLEWOOD, Jane – PICKERING, Michael. Death in the News: The Public Invigilation of Private Emotion. *Sociology*, November 1995, Vol. 29, No. 4, s. 579-596.

WIRTH, Werner – SCHRAMM, Holger. Media and Emotions. *Communication Research Trends*, 2005, Vol. 24, No. 3, s. 3-39. ISSN 0144-4646.

Elektronické zdroje

Události, Česká televize, 20.10.2011, 19:00. Čas 11:10. Zdroj:
<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/211411000101020/video/>.

Zprávy TV Prima, TV Prima, 27.10.2011, 18:55. Čas 12:50. Zdroj:
<http://www.iprima.cz/porady/all/news>.

<http://www.quitnow.gov.au/internet/quitnow/publishing.nsf/Content/health-warnings-lp>.

<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/phone-hacking/8621797/Phone-hacking-families-of-war-dead-targeted-by-News-of-the-World.html>.

<http://tn.nova.cz/zpravy/regionalni/ztracena-anicka-policie-udajne-nasla-jeji-telo.html>.

<http://tn.nova.cz/zpravy/zahranici/v-rusku-spadlo-letadlo-s-hokejisty.html>.

Televizní noviny, TV Nova, 23.10.2011, 19:30. Čas 23:20. Zdroj:
<http://voyo.nova.cz/multimedia/televizni-noviny-23-10-2011.html?s=0>.

http://zpravy.idnes.cz/pieta-za-hokejisty-svicky-na-staromaku-i-kondolence-na-facebooku-px4-/domaci.aspx?c=A110907_190958_domaci_brd.

http://zpravy.idnes.cz/stat-na-stadion-pro-sablikovou-nema-at-ho-postavi-soukromnik-mini-politici-16p-/domaci.aspx?c=A100225_122512_domaci_ban.

<http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-52840300-nepokoji-zmitane-sluknovsko-se-docka-necase-tento-tyden-to-ale-nebude>.